

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Resource Based Theory

Resource based theory merupakan teori yang berkembang dari strategi manajemen SDM (*Strategic Human Resource Management*) yang menjelaskan bahwa perusahaan akan mencapai keunggulan kompetitifnya apabila memiliki sumber daya yang unggul (Solikhah 2010). Wernerfelt (1984) menjelaskan bahwa keunggulan perusahaan dapat dicapai tidak hanya karena memiliki sumber daya yang unggul tetapi perusahaan juga harus menguasai dan memanfaatkan aset-aset strategis yang penting meliputi aset berwujud dan aset tidak berwujud. *Resource based theory* berasumsi bahwa perusahaan harus mempunyai keunggulan kompetitif dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya untuk bersaing dengan perusahaan lain.

Keunggulan kompetitif dapat dimiliki jika sumber daya memenuhi kriteria “VRIN”.

Kriteria “VRIN” yaitu:

- a. *Valuable* (V): Sumber daya akan menjadi berharga jika dapat memberikan nilai strategis pada perusahaan.
- b. *Rare* (R): Sumber daya yang sulit untuk ditemukan diantara para pesaing dan menjadi potensi perusahaan.

- c. *Imperfect Imitability* (I): Sumber daya dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan hanya jika perusahaan yang tidak memegang sumber daya ini tidak bisa mendapatkan mereka atau tidak dapat meniru sumber daya tersebut.
- d. *Non-Substitution* (N): Non-substitusi berarti bahwa sumber daya tidak dapat disubstitusikan oleh sumber daya alternatif lainnya.

Resorce based theory juga menyebutkan bahwa sumber daya perusahaan dapat dibagi menjadi tiga kategori yaitu:

- a. Modal sumber daya fisik (teknologi, pabrik, dan peralatan)
- b. Modal sumber daya manusia (pelatihan, pengalaman, dan wawasan)
- c. Modal sumber daya organisasi (struktur formal)

Berdasarkan kriteria yang telah diuraikan, modal intelektual memenuhi kriteria-kriteria sebagai sumber daya yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan sehingga dapat menciptakan nilai bagi perusahaan. Pulic (1998) berpendapat bahwa pada perekonomian perusahaan yang berbasis pengetahuan memiliki tujuan utama yaitu untuk menciptakan nilai tambah. Untuk memperoleh suatu nilai tambah diperlukan interpretasi oleh sumber daya manusia mengenai potensi dan kemampuan yang dimiliki mereka. Dapat disimpulkan bahwa sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dan akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut.

2. *Stakeholder Theory*

Stakeholder theory menjelaskan bahwa semua *stakeholder* mempunyai hak untuk memperoleh informasi mengenai aktifitas perusahaan yang mempengaruhi mereka. *Stakeholder* dalam kelompok ini tidak hanya mencakup pelaku usaha dan pemegang saham perusahaan, namun juga mencakup para pekerja, pelanggan, pemasok, debitur, kreditur, pemerintah, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. *Stakeholder theory* berfokus pada akuntabilitas perusahaan untuk mengungkapkan atau tidak mengungkapkan suatu informasi dalam laporan keuangan (Deegan, 2004). Menurut Fontaine *et.al.* (2006) tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajemen perusahaan memahami lingkungan *stakeholder* mereka dan melakukan pengelolaan dengan lebih efektif di antara keberadaan hubungan-hubungan di lingkungan perusahaan mereka. Inti seluruh teori ini adalah tentang apa yang akan terjadi ketika korporasi dan *stakeholder* menjalankan hubungan mereka. Pada dasarnya, *stakeholder* memiliki kemampuan untuk mengendalikan atau mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan oleh perusahaan.

Pihak perusahaan meyakini bahwa hubungan saling mempengaruhi antar manajer dan *stakeholder* seharusnya dikelola dalam rangka untuk mencapai kepentingan perusahaan yang semestinya tidak dibatasi pada asumsi konvensional yaitu mencari keuntungan saja. Bagi perusahaan semakin penting *stakeholder* maka semakin banyak usaha yang dilakukan untuk mengelola hubungan tersebut. Perusahaan memandang informasi merupakan elemen utama yang dapat digunakan

untuk mengelola atau memanipulasi *stakeholder* dalam rangka mencari dukungan dan persetujuan mereka atau untuk mengalihkan perlawanan dan ketidaksetujuan mereka.

Dapat disimpulkan *stakeholder theory* menjelaskan bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk diperlakukan secara adil dan manajer harus mengelola organisasi untuk keuntungan seluruh *stakeholder*. Pemanfaatan seluruh potensi perusahaan, baik karyawan (*human capital*), aset fisik (*physical capital*), maupun *structural capital*, akan mampu menciptakan *value added* bagi perusahaan dan meningkatnya *value added* maka kinerja perusahaan akan meningkat sehingga nilai perusahaan di mata *stakeholder* juga akan meningkat (Wicaksana, 2011).

3. Agency Theory

Konsep dari teori ini adalah hubungan yang terjadi diantara prinsipal dengan agen dimana dalam hubungan tersebut terdapat pertukaran jasa. Prinsipal adalah pemegang saham dan agen merupakan manajemen perusahaan yang terlibat (Pertiwi, 2010). Menurut Darmawati (2005), teori keagenan didasarkan pada 3 asumsi yaitu: asumsi informasi, asumsi sifat manusia, dan asumsi keorganisasian. Asumsi informasi merupakan asumsi yang menekankan bahwa informasi sebagai barang komoditi yang dapat diperjual belikan. Asumsi sifat manusia menekankan bahwa manusia mempunyai sifat untuk mementingkan diri sendiri, mempunyai keterbatasan rasional dan tidak menyukai risiko. Asumsi keorganisasian menekankan adanya konflik keorganisasian dan adanya asimetri informasi antara prinsipal dan agen.

Konflik yang terjadi antara prinsipal dan agen muncul akibat pemilik sebagai prinsipal tidak dapat memonitor aktivitas yang dilakukan oleh manajemen untuk memastikan bahwa manajemen selaku agen bekerja sesuai dengan keinginan pemegang saham atau pemilik. Perbedaan informasi antara manajemen dan pemilik perusahaan dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan manajemen laba yang dapat menyesatkan pemilik perusahaan mengenai kinerja ekonomi perusahaan. Hendriksen dan Breda (2000) mengemukakan bahwa teori keagenan menimbulkan masalah-masalah yang disebabkan oleh informasi yang tidak lengkap atau informasi asimetris, yaitu ketika tidak semua keadaan diketahui oleh kedua pihak dan sebagai akibatnya terdapat konsekuensi-konsekuensi tertentu yang tidak dipertimbangkan oleh keduanya.

4. Signaling Theory

Menurut Brigham dan Houston (2006), isyarat atau signal adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan merupakan hal yang penting, karena pengaruhnya terhadap keputusan investasi pihak diluar perusahaan. Informasi tersebut penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran, baik untuk keadaan masa lalu, saat ini

maupun masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup perusahaan dan bagaimana efeknya pada perusahaan.

Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar. Pihak perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (investor dan kreditur). Kurangnya informasi bagi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan pihak luar melindungi diri mereka dengan memberikan harga atau nilai yang rendah untuk perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi asimetri. Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar.

5. Modal Intelektual

Modal intelektual adalah salah satu aset tidak berwujud yang meliputi *human capital*, *structural capital*, dan *employe capital* yang tidak diungkapkan di neraca dan dapat digunakan oleh perusahaan dalam meningkatkan persaingan bisnisnya. Modal intelektual dibagi dalam 2 aspek yaitu *stakeholder resources* dan *structural resources* yang dapat meningkatkan persaingan dan menambah nilai bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Chen *et, al.* (2005) menjelaskan bahwa dengan memiliki sumber daya intelektual yang tinggi, investor akan memberi nilai yang lebih tinggi pada perusahaan tersebut dibanding dengan perusahaan yang tidak memiliki sumberdaya intelektual atau memiliki sumberdaya intelektual yang rendah. Modal

intelektual dalam penelitian ini dibagi menjadi 3 komponen yaitu: *human capital*, *structural capital*, dan *employe capital*.

a. Human Capital

Bontis (1999) menjelaskan bahwa *human capital* adalah salah satu komponen modal intelektual yang bersumber dari kekuatan intelektual sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan yaitu: karyawan yang berkompeten, berkomitmen, memiliki motivasi kerja dan setia terhadap perusahaan. Sumber daya manusia yang meliputi pekerja merupakan suatu aset yang tidak ternilai jika mereka setia terhadap perusahaan dan mampu menciptakan nilai tambah bagi perusahaan (Afifah 2014). Nilai yang terkandung dalam *human capital* tidak dilaporkan pada laporan keuangan, tetapi beban yang dikeluarkan untuk mengembangkan sumber daya manusia termasuk ke dalam beban investasi modal intelektual yang bertujuan untuk mengembangkan kemampuan intelektual yang dimiliki sumber daya manusia guna kemajuan perusahaan.

b. Structural Capital

Pulic (1998) menjelaskan bahwa *structural capital* merupakan segala sesuatu yang tidak berhubungan dengan sumber daya manusia yaitu terdiri dari *database*, struktur organisasi, strategi dan segala sesuatu yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Adanya *structural capital* pada perusahaan maka perusahaan tersebut akan memiliki budaya yang kuat untuk belajar hal-hal yang baru dan tetap kokoh meskipun mengalami kegagalan.

c. Capital Employee

Capital employee merupakan komponen modal intelektual yang memberikan nilai secara nyata yang berhubungan dengan mitranya, meliputi: berasal dari pemasok handal dan berkualitas, berasal dari pelanggan yang loyal dan merasa puas dengan pelayanan, berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar. *Capital employee* antara lain terdiri atas: merk, pelanggan, loyalitas pelanggan, nama perusahaan, jaringan distribusi, kolaborasi bisnis, perjanjian lisensi, kontrak yang menguntungkan dan *franchise*.

6. Pengungkapan Modal Intelektual

Pengungkapan modal intelektual merupakan upaya transparansi penyajian informasi mengenai salah satu aset yang tidak berwujud atau dapat disebut juga modal intelektual yang tidak diungkapkan pada laporan keuangan perusahaan. Pengungkapan modal intelektual di Indonesia masih bersifat sukarela karena belum ada standar akuntansi yang mengharuskan perusahaan mengungkapkan modal intelektual dan kurangnya kesadaran akan pentingnya pengungkapan modal intelektual kepada para *stakeholder*.

Pengungkapan modal intelektual dapat membuat pasar modal yang lebih efisien dengan mengurangi asimetri informasi antara perusahaan dengan investor dan dapat meningkatkan likuiditas pasar modal. Pengungkapan modal intelektual merupakan salah satu strategi penting perusahaan dalam menjadikan suatu laporan

tahunan tersebut relevan, selain itu ketika modal intelektual diungkapkan para *stakeholder* akan meningkatkan tingkat kepercayaannya pada suatu perusahaan.

7. Manajemen Laba

Manajemen laba merupakan tindakan yang dipicu oleh konflik keagenan akibat pemisahan peran dan perbedaan kepentingan antara pemilik (prinsipal) dan pengelola perusahaan (agen). Manajemen laba diwujudkan melalui tindakan memanipulasi laporan keuangan sesuai kepentingan agen. Tindakan tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memberikan keuntungan untuk pihak tertentu walaupun keuntungan yang diperoleh hanya bersifat sementara (Darwis, 2012). Utami (2005) menjelaskan bahwa manajemen laba merupakan bentuk usaha manajemen untuk merendahkan atau meninggikan laba yang mencakup pemerataan laba sesuai keinginan manajer. Terdapat dua pandangan tentang manajemen laba yaitu, a) melihatnya sebagai *opportunistic earnings management* dengan cara memaksimalkan utilitasnya; b) *efficient earnings management* dengan cara pemerataan laba atau *income smoothing* (Scott 2000).

Dalam melakukan praktik manajemen laba, pihak manajemen sering menggunakan pos pos akrual. Pos akrual tersebut adalah *discretionary accruals*, *Discretionary accruals* merupakan akrual yang bermanfaat dalam memaksimalkan atau meminimumkan laba sesuai dengan kebijakan akuntansi yang dipilih pihak manajemen (Armando dan Farahmita, 2012). Kelemahan dasar akrual tersebut menimbulkan kesempatan bagi pihak manajemen untuk mengimplementasikan

manajemen laba. Dasar akrual terbagi menjadi dua, yaitu bersifat jangka pendek dan jangka panjang. Jangka pendek meliputi aset dan hutang lancar yang biasa dilakukan pada jangka waktu kurang dari 1 tahun sedangkan jangka panjang meliputi aset tetap dan hutang tidak lancar yang dilakukan lebih dari satu tahun. Dalam melakukan praktik manajemen laba, pihak manajemen cenderung akan melakukan manipulasi melalui akrual jangka panjang karena tindakan manajemen tersebut akan sulit dideteksi pada periode selanjutnya.

Dapat disimpulkan bahwa manajemen laba adalah salah satu tindakan dalam proses pelaporan keuangan yang tujuannya untuk menguntungkan diri sendiri atau beberapa pihak yang berkepentingan yang dapat merugikan perusahaan. Selain dapat merugikan perusahaan, praktik manajemen laba juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan tersebut. Semakin tinggi praktik manajemen laba di perusahaan tersebut maka dapat mengindikasikan bahwa nilai perusahaan tersebut buruk atau dapat dikatakan dapat menurunkan nilai perusahaan.

8. Komisaris Independen

Menurut Badan Pengawas Keuangan dan Pembangunan (BPKP), *corporate governance* merupakan sistem untuk mengatur dan mengendalikan perusahaan yang terdiri dari dua pandangan, yaitu: 1) dilihat dari hubungan antara berberbagai pihak yang mengurus perusahaan, 2) dilihat dari nilai-nilai yang terkandung pada mekanisme pengelolaan perusahaan. Menurut *Corporate Governance Perception*

Index, corporate governance merupakan serangkaian mekanisme untuk mengarahkan dan mengendalikan suatu perusahaan agar sesuai dengan keinginan *stakeholder*.

Wardani (2008) menjelaskan bahwa terdapat beberapa prinsip utama yang menjadi indikator dalam menjalankan *corporate governance*, yaitu: a) *Fairness*, prinsip perlakuan yang adil bagi seluruh pemegang saham; b) *Transparency*, pengungkapan yang akurat dan tepat pada waktunya mengenai hal penting bagi kinerja perusahaan, kepemilikan, serta pemegang kepentingan; c) *Accountability*, perusahaan harus dikelola secara benar, terukur, dan sesuai dengan kepentingan para pemangku perusahaan serta dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar; d) *Responsibility*, adanya tanggung jawab pengurus dalam manajemen, pengawasan manajemen serta pertanggungjawaban kepada perusahaan dan para pemegang saham; e) *Independency*, Independensi diperlukan untuk menghindari adanya potensi konflik kepentingan yang mungkin timbul oleh para pemegang saham mayoritas. Mekanisme ini menuntut adanya rentang kekuasaan antara komposisi komisaris, komite dalam komisaris, dan pihak luar seperti auditor.

Salah bentuk *independency* dalam prinsip *corporate governance* adalah dengan melibatkan pihak komisaris independen. Peraturan BAPEPAM No.29/PM/2004 pedoman tentang komisaris independen menyatakan bahwa komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan direksi, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata demi

kepentingan perusahaan. Komisaris independen juga merupakan pihak netral yang diharapkan mampu menjembatani asimetri informasi yang terjadi antara pemegang saham dengan pihak manajer perusahaan.

9. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai suatu kondisi yang telah dicapai perusahaan sebagai wujud tingkat kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan menandakan kinerja perusahaan baik dan menjadi sebuah prestasi buat perusahaan, hal tersebut sejalan dengan keinginan para pemegang saham. Meningkatnya nilai perusahaan akan membuat kesejahteraan para pemegang saham semakin baik. Menurut Husnan dan Pudjiastuti (2002) menyatakan bahwa:

“Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual, semakin tinggi nilai perusahaan semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan”.

Pawesti dan Wahyudi (2005) menjelaskan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang harus dibayar oleh calon pembeli apabila pembeli menginginkan perusahaan tersebut. Nilai perusahaan merupakan harga pasar atas ekuitas dan surat berharga hutang dari suatu perusahaan yang beredar dipasaran (Keown, 2004).

Nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh peluang investasi dan merupakan sebuah indikator bagi pasar. Pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang bisa dilihat menggunakan peluang investasi, apabila peluang investasi memberikan sinyal

positif maka pertumbuhan perusahaan baik dan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Tingkat keberhasilan perusahaan dapat digambarkan dengan menggunakan nilai perusahaan (Sujoko dan Soebiantoro, 2007). Harga saham tinggi akan menyebabkan tingginya nilai perusahaan. Tingginya nilai perusahaan membuat pasar percaya terhadap kinerja perusahaan saat ini dan prospek di masa depan.

B. Penurunan Hipotesis

1. Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan

Modal intelektual adalah salah satu aset tidak berwujud yang tidak diungkapkan pada neraca, aset-aset tersebut meliputi *human capital*, *structural capital*, dan *employee*. *Resource based theory* menjelaskan bahwa suatu perusahaan harus menciptakan keunggulan kompetitifnya dengan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya. Sumber daya yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif memiliki 4 kriteria, yaitu, *valuable*, langka, *imperfect imitability*, dan *nonsubstitution*. Berdasarkan kriteria tersebut modal intelektual merupakan salah satu sumber daya yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan sehingga dapat menciptakan nilai bagi perusahaan tersebut. *Stakeholder theory* menjelaskan seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk diperlakukan secara adil dan manajer harus mengelola organisasi untuk keuntungan seluruh *stakeholder*. Untuk mendapatkan keuntungan suatu perusahaan dapat memanfaatkan seluruh potensi yang dimilikinya baik karyawan (*human capital*), aset fisik (*physical capital*), maupun *structural*

capital, maka perusahaan akan mampu menciptakan *value added* bagi perusahaan. Dengan meningkatkan *value added* tersebut, maka kinerja keuangan perusahaan akan meningkat sehingga nilai perusahaan di mata *stakeholder* juga akan meningkat.

Penelitian Afifah (2014) yang meneliti pengaruh modal intelektual terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan sampel seluruh perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) memperoleh hasil *human capital* dan *structure capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel *employee capital* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian Widarjo (2011) yang meneliti pengaruh modal intelektual dan pengungkapan modal intelektual terhadap nilai perusahaan yang menggunakan sampel seluruh perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) memperoleh hasil modal intelektual tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya peneliti ingin menguji ulang variabel modal intelektual berdasarkan teori *resource based* dan *stakeholder*, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Modal intelektual berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Pengungkapan Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan modal intelektual adalah penyajian informasi mengenai salah satu aset tidak berwujud yang di dalamnya termasuk modal intelektual. Pengungkapan modal intelektual bermanfaat untuk mengurangi asimetri informasi antara perusahaan dengan *stakeholder* sehingga ketika modal intelektual diungkapkan para *stakeholder* akan lebih percaya kepada suatu perusahaan tersebut dan nilai perusahaan tersebut akan meningkat. *Signaling theory* menjelaskan informasi penting

bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran, baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup perusahaan dan bagaimana efeknya pada perusahaan. Berdasarkan teori tersebut pengungkapan modal intelektual penting dilakukan untuk mengurangi asimetri informasi antara perusahaan dan investor sehingga para investor akan lebih percaya dan nilai perusahaan tersebut akan meningkat.

Widarjo (2011) meneliti pengaruh modal intelektual dan pengungkapan modal intelektual terhadap nilai perusahaan yang menggunakan sampel seluruh perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) memperoleh hasil pengungkapan modal intelektual berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Awaluddin (2014) meneliti pengaruh pengungkapan modal intelektual terhadap nilai perusahaan yang menggunakan sampel perusahaan Badan Usaha Milik Negara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menunjukkan bahwa pengungkapan modal intelektual berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut peneliti ingin menguji kembali pengaruh pengungkapan modal intelektual terhadap nilai perusahaan dengan mengganti sampel pada perusahaan perbankan dan menggunakan *signaling theory*, sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : Pengungkapan modal intelektual berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan

Manajemen laba adalah salah satu tindakan dalam proses pelaporan keuangan yang tujuannya untuk menguntungkan diri sendiri atau beberapa pihak yang berkepentingan yang dapat merugikan perusahaan. Scott (2000) menyebutkan terdapat dua pandangan tentang manajemen laba yaitu melihatnya sebagai: a) *opportunistic earnings management* dengan cara memaksimalkan utilitasnya, b) *efficient earnings management* dengan cara pemerataan laba atau *income smoothing*. Utami (2005) menjelaskan bahwa manajemen laba merupakan bentuk usaha manajemen untuk merendahkan atau meninggikan laba yang mencakup pemerataan laba sesuai keinginan manajer. Berdasarkan *agency theory*, manajemen laba dipicu oleh adanya asimetri informasi antara pemilik sebagai prinsipal dan manajer sebagai agen. Perbedaan informasi antara manajemen dan pemilik perusahaan dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan praktik manajemen laba karena pihak pemilik sebagai principal tidak dapat memantau aktivitas manajemen secara langsung dan hal tersebut dapat menyesatkan pemilik perusahaan mengenai kinerja ekonomi perusahaan, sehingga para investor akan cenderung memberikan nilai yang rendah pada perusahaan tersebut.

Pamudji dan Lestari (2013) pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di BEI memperoleh hasil bahwa manajemen laba berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Assih, dkk., (2005) menemukan bahwa manajemen laba berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan saat perusahaan IPO dan tidak berpengaruh setelah IPO. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut peneliti ingin

menguji ulang berdasarkan agency theory, sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃ : Manajemen laba berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

4. Pengaruh Komisaris Independen Terhadap Manajemen Laba

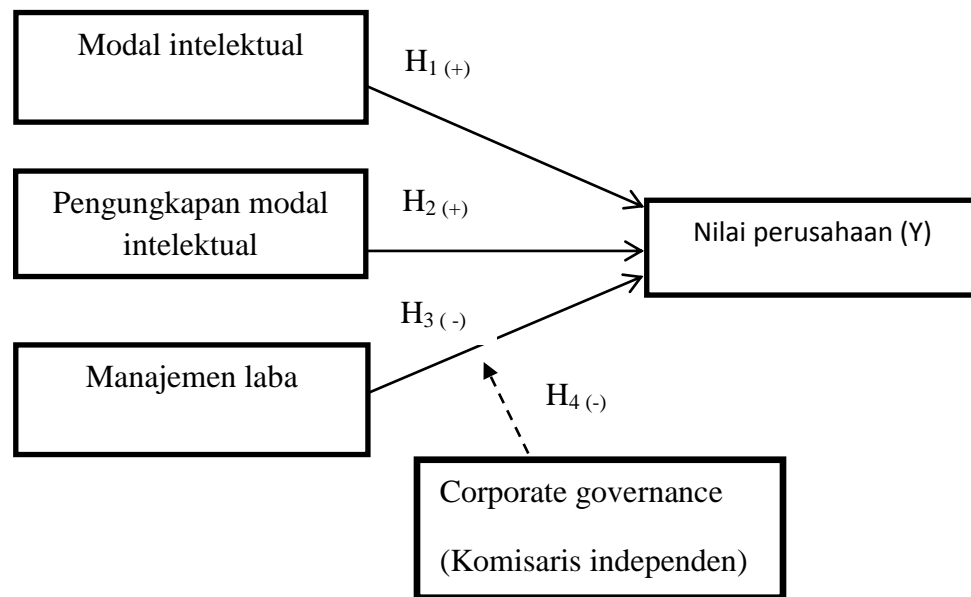
Corporate governance merupakan suatu cara untuk mengendalikan tingkat egosime antara prinsipal dan agen. Penerapan *corporate governance* dalam perusahaan ditujukan agar semua pihak yang ada dalam perusahaan mengikuti aturan yang ada, supaya dapat menghilangkan atau mengurangi masalah keagenan dalam perusahaan. Penerapan *corporate governance* yang baik dalam perusahaan mampu membuat para investor merespon positif dari kinerja perusahaan tersebut, sehingga investor akan merasa aman jika berinvestasi di perusahaan tersebut. Penerapan *corporate governance* dengan baik di perusahaan mampu memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Pada penelitian ini *corporate governance* diukur menggunakan komisaris independen. Klein (2002) menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki komisaris independen sedikit cenderung praktik manajemen laba di perusahaan tersebut tinggi. Dechow *et.al*, (1996) menyatakan bahwa jika dewan komisaris perusahaan didominasi oleh manajemen dan komisaris independen lebih sedikit, maka perusahaan tersebut akan melakukan praktik manajemen laba. Peningkatan komisaris independen dalam perusahaan dapat menimalkan praktik manajemen laba yang dilakukan oleh pihak manajer serta dengan adanya penerapan *corporate*

governance yang baik dapat mengurangi praktik manajemen laba yang dilakukan oleh pihak-pihak yang berkepentingan di perusahaan tersebut.

Menurut penelitian Pamudji dan Lestari (2013) yang meneliti pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi dengan praktik *corporate governance* pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di BEI periode 2008-2011 menunjukkan bahwa praktik *corporate governance* yang diproksi menggunakan komisaris independen, kepemilikan konstitusional, kepemilikan manajerial dan kualitas audit menunjukkan bahwa hanya komisaris independen yang dapat memoderasi pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan. Darwis (2012) meneliti pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi dengan *corporate governance* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2007-2010 menunjukkan bahwa *corporate governance* yang diproksi menggunakan kepemilikan manajerial tidak dapat memoderasi pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan institusional dapat memoderasi pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut peneliti ingin menguji kembali moderasi *corporate governance* pada pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan, dan mengganti sampel pada perusahaan perbankan, sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₄ : Komisaris independen memoderasi pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan.

C. MODEL PENELITIAN



Gambar 2.1

Model Penelitian

