

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori Sinyal, yang diperkenalkan oleh Michael Spence pada tahun 1973, menjelaskan bagaimana manajemen dapat memberikan sinyal kepada investor melalui kebijakan dividen dan keputusan keuangan lainnya. Ini mencerminkan kepercayaan manajemen terhadap prospek masa depan perusahaan (Khan & Raza, 2017). Teori ini muncul sebagai solusi untuk mengatasi masalah asimetri informasi, di mana manajemen memiliki informasi yang lebih mendalam dibandingkan dengan pihak eksternal seperti investor atau kreditor mengenai kondisi dan potensi perusahaan. Dengan mengeluarkan sinyal tersebut, manajemen berusaha mengurangi ketidakpastian dan memberikan panduan bagi investor dalam menilai nilai perusahaan.

Menurut penelitian oleh Zhang & Shou (2020), investor cenderung memperhatikan setiap perubahan dalam struktur kepemilikan saat menilai nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa sinyal yang disampaikan oleh manajemen dapat memengaruhi keputusan investasi. Investor umumnya memberikan penilaian lebih tinggi terhadap perusahaan yang dianggap berkualitas dan memiliki struktur modal yang stabil, karena perusahaan

dengan nilai rendah tidak bisa meniru karakteristik yang dimiliki oleh perusahaan bernilai tinggi.

Connelly (2016) menambahkan bahwa teori sinyal memiliki peranan penting dalam mengurangi asimetri informasi di pasar modal. Manajemen dapat menyampaikan prospek perusahaan melalui laporan keuangan, yang pada gilirannya memengaruhi persepsi investor mengenai nilai perusahaan. Dengan memberikan sinyal melalui laporan keuangan atau keputusan-keputusan finansial, seperti penerbitan saham atau penggunaan utang, manajemen berharap untuk mengomunikasikan kualitas dan prospek perusahaan agar investor dapat membuat keputusan investasi yang lebih tepat.

Profitabilitas tidak hanya mengacu pada hasil finansial, tetapi juga mencerminkan strategi dan efisiensi. Operasional perusahaan dalam menghasilkan laba (Alam & Hossain, 2018). Teori Sinyal menjelaskan bahwa perusahaan menggunakan informasi dan tindakan tertentu sebagai "isyarat" untuk mengurangi ketidakpastian dan asimetri informasi antara manajemen dan investor, yang selanjutnya memengaruhi keputusan investasi dan nilai perusahaan.

Teori Sinyal menunjukkan bahwa investor dapat membedakan perusahaan berkualitas tinggi dan rendah dengan melihat struktur kepemilikan modal serta laporan keuangan perusahaan. Di sisi lain, perusahaan dengan nilai tinggi biasanya memberikan sinyal positif melalui kebijakan keuangan, misalnya penerbitan saham atau penggunaan utang, yang menunjukkan kualitas dan prospek yang baik. Dengan demikian, teori ini berperan penting

dalam memengaruhi nilai perusahaan, karena informasi yang disampaikan melalui sinyal-sinyal tersebut membantu investor dalam mengambil keputusan investasi yang lebih akurat. Selain itu, teori ini juga terkait dekat dengan profitabilitas, yang menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan yang baik serta usaha dalam menghasilkan keuntungan dapat tercermin dalam sinyal yang diberikan. Dengan memberikan sinyal yang jelas, perusahaan dapat meminimalisir ketidakpastian dan asimetri informasi, yang pada akhirnya dapat berdampak pada keputusan investasi dan nilai perusahaan secara keseluruhan.

2.1.2 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori agensi adalah konsep yang pertama kali diperkenalkan oleh Michael C. Jensen dan William H. Meckling pada tahun 1976 dalam jurnal yang berjudul "*Theory of Firm: Manajerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure.*" Teori ini menjelaskan situasi di mana terdapat dua pihak dalam sebuah perusahaan, yaitu pemegang saham (*prinsipal*) dan agen (*management*). Menurut Jensen & Meckling (2017) pihak *prinsipal* sebagai individu atau entitas yang memiliki hak atas aset dan laba perusahaan, yang menyerahkan wewenang kepada agen untuk mengambil keputusan manajerial. Dalam konteks ini, *prinsipal* berharap agar agen bertindak demi kepentingan mereka, mengingat bahwa agen memiliki informasi dan pengetahuan yang lebih mendalam tentang operasi sehari-hari perusahaan.

Tujuan dari teori agensi adalah untuk meminimalisir konflik antara pemegang saham dan manajer, sehingga memperbaiki pengelolaan

perusahaan dan melindungi nilai pemegang saham (Fama & Jensen, 1983). Jika ada kepentingan yang berbeda dan asimetri informasi antara agen dan direktur, hal ini dapat berdampak pada nilai perusahaan. Perbedaan kepentingan antara agen dan direktur dapat menyebabkan konflik agen, dan teori agensi membantu menjelaskan bagaimana pihak-pihak yang terlibat dalam bisnis saling berperilaku dan berinteraksi. Manajer agen harus mempertanggungjawabkan tindakan mereka kepada pemilik dengan memastikan bahwa keputusan yang diambil sesuai dengan kontrak yang telah disepakati. Ini penting untuk mencapai tujuan perusahaan (Moe, 2018).

Teori yang dapat menjadi dasar bagi pengaruh komite audit, dewan komisaris independen, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, dan dewan direksi terhadap nilai perusahaan adalah Teori keagenan (*Agency Theory*), hal ini karena komite audit, dewan komisaris independen, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, dan dewan direksi merupakan bagian dari *good corporate governance* (GCG) yang mana GCG ini terdapat hubungan *principal* dan *agent*. Hubungan keagenan merujuk pada suatu kontrak antara pemilik atau pemegang saham dan agen, di mana *prinsipal* mengontrak agen untuk memberikan layanan tertentu dengan mendelegasikan wewenang dalam pengambilan keputusan kepada agen.

2.1.3 Profitabilitas

2.1.3.1 Pengertian Profitabilitas

Rasio profitabilitas adalah alat yang digunakan untuk menilai keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Investor akan

mengevaluasi dengan seksama kelangsungan hidup suatu perusahaan serta kemampuannya untuk meraih laba. Dengan meningkatnya rasio profitabilitas, itu menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang baik dalam memperoleh keuntungan (Putra & Sari, 2020).

Menurut Brigham & Ehrhardt (2020, hlm. 246) profitabilitas adalah

“Profitabilitas mencakup berbagai ukuran, seperti margin keuntungan dan pengembalian aset, yang mencakup kinerja keuangan perusahaan dalam menciptakan laba dibandingkan dengan total aset yang dimiliki”.

Menurut Tarigan & Junaedi (2022, hlm. 108) profitabilitas adalah

“Indikator kinerja perusahaan yang menunjukkan tingkat efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya untuk menghasilkan keuntungan”.

Menurut Sartono (2019, hlm. 157) profitabilitas adalah

“Tingkat keuntungan yang dihasilkan perusahaan setelah memperhitungkan semua biaya dan pengeluaran”.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah ukuran penting yang menunjukkan kesehatan keuangan suatu perusahaan. Ini mencerminkan sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dan bagaimana manajemen mengelola sumber daya yang ada untuk mencapai keuntungan. Dengan demikian profitabilitas menunjukkan seberapa baik perusahaan dalam mengelola biaya dan meningkatkan pendapatan, yang berdampak langsung pada kinerjanya dalam pasar.

2.1.3.2 Tujuan dan Manfaat Perhitungan Profitabilitas

Menghitung profitabilitas sangat bermanfaat bagi perusahaan serta pihak-pihak yang berkepentingan. Berikut tujuan profitabilitas menurut Hantono (2018, 13) :

1. Untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba bersih dari kegiatan penjualannya.
2. Untuk mengukur efektivitas penggunaan aset perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.
3. Untuk mengevaluasi tingkat pengembalian atas modal yang telah diinvestasikan oleh pemegang saham.
4. Untuk mengetahui efisiensi operasional perusahaan secara keseluruhan.
5. Sebagai alat untuk membandingkan kinerja profitabilitas antar periode atau dengan perusahaan sejenis.

Beberapa manfaat profitabilitas menurut Kariyoto (2017, hlm. 106) :

1. Evaluasi Kinerja Manajemen.
2. Alat Pengambilan Keputusan Investasi.
3. Dasar Penentuan Kebijakan Dividen.
4. Prediksi Pertumbuhan Perusahaan.
5. Pemenuhan Kewajiban.

2.1.3.3 Jenis-jenis Perhitungan Profitabilitas

Pemilihan jenis profitabilitas yang akan dianalisis sangat bergantung pada tujuan dan kebutuhan spesifik perusahaan. Dalam praktiknya, manajemen dapat memilih untuk menggunakan seluruh indikator profitabilitas yang ada atau hanya memfokuskan pada beberapa rasio tertentu yang dianggap paling relevan dan informatif bagi pengambilan keputusan. Berikut jenis pengukuran profitabilitas Hery (2015, 228-235) pengukuran profitabilitas yaitu sebagai berikut:

1. *Return On Asset (ROA)*
2. *Return On Equity (ROE)*
3. *Margin Laba Kotor (Gross Profit Margin)*

4. Margin Laba Operasional (*Operating Profit Margin*)
5. Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Beberapa jenis perhitungan profitabilitas tersebut dijelaskan sebagai berikut :

1. *Return On Asset (ROA)*

Return on Assets (ROA) mengukur seberapa efektif aset perusahaan menghasilkan laba bersih. Dengan kata lain, ROA menunjukkan berapa besar laba bersih yang diperoleh dari setiap rupiah yang diinvestasikan dalam total aset. Semakin tinggi ROA, semakin efisien aset dalam menciptakan keuntungan. Sebaliknya, ROA rendah menunjukkan efisiensi yang kurang dalam penggunaan aset.

Rumus untuk menghitung ROA:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100$$

2. *Return On Equity (ROE)*

Return on Equity (ROE) mengukur seberapa efektif modal pemegang saham (ekuitas) menghasilkan laba bersih. Artinya, ROE menunjukkan berapa laba bersih yang diperoleh dari setiap rupiah yang ditanamkan dalam ekuitas. Semakin tinggi ROE, semakin besar keuntungan yang dihasilkan per rupiah ekuitas; sebaliknya, ROE rendah menandakan efektivitas perolehan laba yang lebih kecil.

Rumus untuk menghitung ROE:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100$$

3. Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

Gross Profit Margin mengukur persentase laba kotor dari penjualan bersih. Jika GPM tinggi, berarti perusahaan mendapatkan laba kotor besar dari setiap penjualan biasanya karena harga jual tinggi atau harga pokok penjualan rendah. Bila GPM rendah, laba kotor per penjualan kecil, akibat harga jual rendah atau HPP tinggi.

Rumus untuk menghitung GPM:

$$GPM = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100$$

4. Margin Laba Operasional (*Operating Profit Margin*)

Operating Profit Margin (OPM) mengukur persentase laba operasional dari penjualan bersih. OPM tinggi menunjukkan laba operasi besar per penjualan atau akibat laba kotor tinggi atau beban operasional rendah. OPM rendah menandakan laba operasi kecil karena laba kotor rendah atau beban operasional tinggi.

Rumus Operating Profit Margin:

$$OPM = \frac{\text{Laba Operasional}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100$$

5. Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Net Profit Margin (NPM) mengukur persentase laba bersih dari penjualan bersih atau laba setelah dikurangi pajak. NPM tinggi berarti perusahaan menyisakan laba bersih besar dari setiap

penjualan (biasanya karena laba sebelum pajak tinggi), NPM rendah menunjukkan laba bersih kecil (laba sebelum pajak rendah).

Rumus Net Profit Margin:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100$$

Indikator untuk mengukur profitabilitas adalah *Return On Equity* (ROE). Menurut Kasmir (2018) yang dikutip dalam studi Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMB) Universitas Negeri Gorontalo (UNG) ROE di atas 40% dijadikan patokan baik secara umum untuk menilai profitabilitas perusahaan. Artinya, perusahaan dapat dikatakan memiliki kinerja yang baik dalam menghasilkan laba dari modal sendiri apabila nilai ROE-nya berada di atas 40%

2.1.4 *Good Corporate Governance*

2.1.4.1 Pengertian *Good Corporate Governance*

Kata *governance* berasal dari bahasa Perancis *gubernance* yang berarti pengendalian. Dalam konteks organisasi, istilah itu berkembang menjadi *corporate governance* atau tata kelola perusahaan. Secara sederhana, *Good Corporate Governance* (GCG) adalah sistem (input, proses, output) dan aturan yang mengatur hubungan antar pemangku kepentingan khususnya pemegang saham, dewan komisaris, dan direksi agar tujuan perusahaan tercapai.

Di Indonesia, *corporate governance* diperkenalkan secara resmi pada 1999 lewat pembentukan Komite Nasional tentang *Corporate Governance*. Komite ini menyusun kode tata kelola perusahaan yang kemudian direvisi pada 2006. Kode tersebut menjadi acuan bagi seluruh perusahaan di

Indonesia, termasuk BUMN, dalam menjalankan kegiatan usaha. Banyak para ahli memaparkan apa itu definisi dari *Good corporate governance*, adalah sebagai berikut :

Menurut Sutedi (2016, hlm. 45) *Good Corporate Governance* adalah "Sistem yang mengatur dan mengelola perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan memperhatikan kepentingan semua pemangku kepentingan".

Menurut Ang (2018, hlm. 102) *Good Corporate Governance* adalah "Prinsip-prinsip yang harus diterapkan untuk memastikan bahwa perusahaan dijalankan dengan baik dan bertanggung jawab, serta mampu memberikan manfaat kepada semua pihak".

Menurut Kasmir (2022, hlm. 110) *Good Corporate Governance* adalah "Struktur dan proses yang membantu dalam pengelolaan perusahaan secara efisien, dengan memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingan".

Berdasarkan pengertian *Good Corporate Governance* (GCG) dari beberapa ahli, dapat disimpulkan bahwa GCG adalah sistem dan prinsip yang mengatur pengelolaan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan sambil memperhatikan kepentingan semua pemangku kepentingan.

2.1.4.2 Manfaat dan Tujuan Good Corporate Governance

Menurut Rusdiyanto (2019, hlm. 15) manfaat *Good Corporate Governance* meliputi :

1. Menciptakan Nilai Berkelanjutan
2. Membangun Hubungan sehat dengan *Stakeholder*

3. Meningkatkan Transparansi dan Akuntabilitas
4. Menjaga Integritas Perusahaan

Beberapa manfaat *Good Corporate Governance* tersebut dijelaskan sebagai berikut :

1. Menciptakan Nilai Berkelanjutan

Sesuai judul buku, GCG bertujuan menciptakan nilai yang berkelanjutan bagi semua pemangku kepentingan.

2. Membangun Hubungan sehat dengan *Stakeholder*

GCG menjalin hubungan harmonis antara perusahaan dengan pemegang saham, karyawan, pelanggan, pemerintah, dan masyarakat.

3. Meningkatkan Transparansi dan Akuntabilitas

Perusahaan dikelola dengan prinsip keterbukaan dan pertanggungjawaban yang jelas.

4. Menjaga Integritas Perusahaan

GCG memastikan perusahaan beroperasi dengan moral dan etika yang tinggi.

Tujuan *Good Corporate Governance* menurut Amin (2013, hlm. 34). sebagai berikut:

1. Tercapainya sasaran yang telah ditetapkan.
2. Aktiva perusahaan terjaga dengan baik.
3. Perusahaan menjalankan bisnis dengan praktek yang sehat.
4. Kegiatan perusahaan dilakukan dengan transparan.

Tujuan *Good Corporate Governance* dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Target Perusahaan Bisa Kesampaian.

Dengan tata kelola yang rapi, semua kerjaan perusahaan jadi lebih terarah. Hasilnya, target-target yang sudah direncanakan, dari yang kecil sampai besar, bisa tercapai.

2. Harta Kekayaan Perusahaan Terjaga.

Harta perusahaan, baik uang, gedung, maupun nama baik, nggak gampang bocor atau disalahgunakan orang. Semua ada sistem pengawasannya, jadi aman terkendali.

3. Jalankan Bisnis dengan Cara yang Jujur dan Sehat.

Perusahaan didorong untuk main bersih, taat aturan, dan etis. Nggak ada tuh praktik curang atau nggak adil, biar bisnis bisa langgeng dan dipercaya orang.

4. Semua Kegiatan Dibuka secara Terang-terangan.

Perusahaan wajib terbuka soal informasi penting. Semua data disajikan apa adanya dan gampang diakses oleh siapa pun yang berkepentingan, jadi nggak ada yang ditutup-tutupi.

2.1.4.3 Prinsip-prinsip *Good Corporate Governance*

Menurut Muh. Arief Effendi (2017, hlm. 11) mengungkapkan beberapa prinsip-prinsip sebagai berikut :

1. Prinsip Transparansi
2. Prinsip Akuntabilitas
3. Prinsip Responsibilitas
4. Prinsip Independensi
5. Prinsip Kesetaraan

Prinsip-prinsip *good corporate governance* diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Prinsip Transparansi

Perusahaan harus menyediakan informasi yang jelas, tepat waktu, dan mudah dibandingkan tentang kondisi keuangan, pengelolaan, kinerja operasional, dan struktur kepemilikan. Informasi ini harus terbuka bagi pemangku kepentingan sehingga mereka bisa memahami kondisi perusahaan dengan benar.

2. Prinsip Akuntabilitas

Manajemen harus jelas peran dan tanggung jawabnya sehingga setiap keputusan dan tindakan dapat dipertanggungjawabkan. Mekanisme akuntabilitas membantu menyeimbangkan kepentingan manajemen dan pemegang saham, dengan pengawasan dari dewan komisaris.

3. Prinsip Responsibilitas

Perusahaan wajib menjalankan bisnis sesuai hukum dan aturan yang berlaku serta memelihara etika bisnis. Ini bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan dan mencakup upaya menjalin hubungan yang baik dengan semua pemangku kepentingan dalam koridor peraturan dan etika.

4. Prinsip Independensi

Organ perusahaan harus bekerja secara mandiri tanpa campur tangan pihak luar yang dapat memengaruhi keputusan. Kemandirian ini penting agar setiap organ bisa melaksanakan tugasnya dengan obyektif dan sesuai aturan serta prinsip GCG.

5. Prinsip Kesenjaraan

Semua pemegang saham harus diperlakukan sama, termasuk pemegang saham asing dan pemegang saham minoritas. Jika kelas saham sama, hak dan perlakuannya juga harus setara untuk mencegah diskriminasi.

2.1.4.4 Komite Audit

Menurut Suhardiman & Kesumawati (2020, hlm. 7) komite audit adalah :

“Kelompok yang dibentuk oleh dewan komisaris untuk membantu pengawasan perusahaan, menyelenggarakan pengendalian atas laporan keuangan, serta memastikan bahwa semua laporan dan praktik akuntansi sejalan dengan regulasi yang berlaku.”

Menurut Arief Effendi (2016, hlm. 51) komite audit adalah sebagai berikut:

"Komite audit adalah komite di bawah dewan komisaris yang terdiri dari sekurangnyanya seorang komisaris independen dan para profesional independen dari luar perusahaan, yang tanggung jawabnya termasuk membantu para auditor tetap independen dari manajemen."

Menurut Fahmi (2015, hlm. 145) komite audit adalah sebagai berikut:

“Panitia yang dibentuk oleh Dewan Komisaris untuk membantu melaksanakan tugas pengawasan terhadap pelaporan keuangan, implementasi tata kelola perusahaan yang baik, dan penerapan sistem pengendalian internal perusahaan."

Menurut Ikatan Komite Audit Indonesia IKAI (2017) komite audit adalah komite yang bekerja secara profesional dan independen yang dibentuk oleh dewan komisaris untuk membantu fungsi pengawasan atas pelaporan keuangan, pengendalian internal, dan efektivitas audit internal.

Dari definisi komite audit di atas dapat disimpulkan bahwa komite audit

adalah kelompok yang dibentuk oleh Dewan Komisaris untuk membantu tugas pengawasan perusahaan, khususnya terkait pelaporan keuangan, penerapan tata kelola, dan sistem pengendalian internal. Komite ini biasanya melibatkan komisaris independen dan profesional independen dari luar perusahaan untuk memastikan auditor dan proses pelaporan tetap bersifat independen dan sesuai dengan regulasi yang berlaku.

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 55/POJK.04/2015 tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit yang mewajibkan emiten atau perusahaan publik untuk membentuk komite audit dengan paling sedikit 3 (tiga) orang anggota. Komite audit dalam penelitian ini diukur menggunakan jumlah anggota komite audit yang terdapat dalam perusahaan dimana rumus yang digunakan untuk menghitung komite audit menurut Tunggal (2016, hlm. 5) yaitu:

$$KA = \text{Anggota komite audit di perusahaan}$$

2.1.4.5 Dewan Komisaris Independen

Dewan komisaris independen, menurut Mahrani & Soewarno (2018,57), adalah:

“Anggota dewan komisaris yang ditunjuk melalui keputusan RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham) dari individu yang tidak memiliki afiliasi dengan pemegang saham utama, anggota direksi, atau anggota komisaris lainnya”.

Menurut Effendi (2016, hlm. 42) definisi komisaris independen adalah sebagai berikut:

“Anggota komisaris yang ditunjuk untuk memberikan pertimbangan dan pengawasan yang independen terhadap kinerja Direksi dan memastikan bahwa keputusan-keputusan strategis perusahaan diambil

dengan mempertimbangkan kepentingan semua pemangku kepentingan."

Menurut *Forum Corporate Governance in Indonesia* (FCGI) 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.

Dari definisi dewan komisaris independen di atas dapat disimpulkan bahwa dewan komisaris independen adalah anggota dewan yang dipilih melalui RUPS dan tidak memiliki afiliasi atau hubungan kepentingan dengan pemegang saham pengendali, direksi, atau anggota komisaris lain. Tugasnya memberikan pengawasan dan pertimbangan secara mandiri untuk memastikan keputusan strategis perusahaan dibuat demi kepentingan seluruh pemangku kepentingan.

Dengan berpedoman pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 33/POJK.04/2014 tentang Dewan Komisaris Emiten atau Perusahaan Publik. Peraturan ini mengatur bahwa dalam hal jumlah komisaris independen paling kurang adalah 30% (tiga puluh persen) dari seluruh anggota Dewan Komisaris.

Menurut (Gusriandari 2022, hlm. 185) rumus dewan komisaris independen adalah sebagai berikut:

$$DKI = \frac{\text{Komisaris independen}}{\text{Dewan komisaris}} \times 100$$

2.1.4.6 Kepemilikan Institusional

Menurut Khan (2015) Kepemilikan institusional adalah kepemilikan dari pihak institusi, bank, asuransi dan perusahaan investasi lainnya dan mempunyai pengaruh penting untuk meningkatkan pengawasan kinerja manajemen baik lokal maupun asing.

Nuraina (2012, hlm. 116) Menyatakan bahwa kepemilikan institusional adalah sebagai berikut:

"Kepemilikan institusional adalah persentase saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau lembaga (perusahaan asuransi, dana pensiunan, atau perusahaan lain)."

Menurut Ayoib Che Ahmad (2014) kepemilikan institusional adalah sebagai berikut:

"The role of institutional ownership in economy is a debatable subject. As one of the owners of companies, institutional shareholders have certain rights, including the right to elect the board of directors. The board has the responsibility to monitor corporate managers and their performance. If institutional shareholders are dissatisfied with the company performance they will choose either to sell their shares, hold their shares and voice their dissatisfaction or hold their shares and do nothing."

Menurut Darsani (2021) definisi kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi yang mampu berperan penting dalam mengawasi, mendisiplinkan dan mempengaruhi manajer sehingga dapat memaksa manajemen untuk menghindari perilaku yang egois.

Menurut Putra, Sari, & Larasdiputra (2019) definisi Kepemilikan institusional sebagai kepemilikan saham oleh suatu pihak institusi. Sehingga secara singkat, definisi kepemilikan institusional adalah bagian dari saham

perusahaan yang dimiliki oleh suatu institusi (organisasi) tertentu.

Dari definisi kepemilikan institusional di atas dapat disimpulkan bahwa kepemilikan institusional adalah persentase saham yang dimiliki oleh entitas organisasi seperti bank, perusahaan asuransi, dana pensiun, perusahaan investasi, atau lembaga berbasis teknologi. Pemegang saham institusional memiliki kemampuan dan insentif untuk mengawasi manajemen misalnya melalui pemilihan dewan atau tindakan pasar sehingga dapat mendisiplinkan manajemen dan mengurangi perilaku oportunistik.

Menurut (Wahidahwati, 2022, hlm. 158), rumus kepemilikan institusional adalah sebagai berikut:

$$KI = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham institusional}}{\text{Jumlah saham beredar akhir tahun}} \times 100\%$$

2.1.4.7 Kepemilikan Manajerial

Menurut Rukmana & Widyawati (2022) Kepemilikan manajerial yaitu besarnya kepemilikan saham manajemen dari saham yang beredar.

Menurut Robertus (2016, hlm. 75) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial adalah:

"Kepemilikan Manajerial adalah situasi dimana manajer memiliki saham perusahaan atau dengan kata lain manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan."

Menurut Majid (2016, hlm. 4) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial adalah:

"Kepemilikan manajerial adalah pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan di

dalam perusahaan, misalnya direktur dan komisaris."

Dari definisi kepemilikan manajerial di atas dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial adalah proporsi saham perusahaan yang dimiliki oleh pihak manajemen, sehingga manajer juga menjadi pemegang saham. Dengan kepemilikan ini, manajemen seperti direktur dan komisaris cenderung lebih aktif terlibat dalam pengambilan keputusan perusahaan, yang berfungsi untuk menyelaraskan kepentingan manajer dengan pemegang saham lainnya.

Menurut (Yosep, 2017, hlm. 35) rumus kepemilikan manajerial adalah sebagai berikut:

$$KM = \frac{\text{Jumlah saham manajemen}}{\text{Jumlah saham beredar}} \times 100\%$$

2.1.4.8 Dewan Direksi

Menurut Fahmi (2015, hlm. 132) menyatakan bahwa dewan direksi adalah:

"Organ perusahaan yang menjalankan operasional perusahaan sehari-hari dan bertanggung jawab kepada pemegang saham melalui Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)."

Menurut Tandelilin (2010, hlm. 165) menyatakan bahwa dewan direksi adalah:

"Bertanggung jawab penuh atas pengurusan perusahaan dan mewakili perusahaan dalam dan luar pengadilan. Mereka mengelola operasional harian perusahaan dan bertanggung jawab kepada RUPS."

Menurut ESGI (2022) Dewan Direksi adalah sekelompok individu yang dipilih oleh pemegang saham untuk menjalankan pengurusan

perusahaan untuk kepentingan perusahaan, sesuai dengan maksud dan tujuan perusahaan yang tertera di anggaran dasar.

Dari definisi dewan direksi di atas dapat disimpulkan bahwa Dewan direksi adalah organ perusahaan yang dipilih oleh pemegang saham untuk mengelola operasional sehari-hari dan menjalankan kepengurusan perusahaan demi kepentingan perusahaan. Dewan direksi bertanggung jawab penuh atas pengurusan perusahaan dan mempertanggungjawabkannya kepada pemegang saham melalui Rapat Umum Pemegang Saham.

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 33/POJK.04/2014 tentang Direksi atau Perusahaan Publik. Peraturan ini mengatur bahwa dalam hal dewan direksi terdiri lebih dari 2 (dua) orang anggota. Menurut (Pramono, 2024,69) rumus dewan direksi adalah sebagai berikut:

Dewan direksi = Total jumlah anggota dewan direksi

2.1.5 Nilai Perusahaan

2.1.5.1 Definisi Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan biasanya diukur melalui harga sahamnya, yang dapat dilihat dari perkembangan harga saham di bursa. Jika harga saham mengalami peningkatan, maka nilai perusahaan juga dianggap meningkat. Nilai perusahaan merupakan cerminan dari kesejahteraan pemilik perusahaan serta pemegang saham perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan akan semakin meningkatkan kesejahteraan pemilik perusahaan (Supeno, 2022).

Pengertian nilai perusahaan Menurut Irham Fahmi (2020, hlm. 142-143) adalah:

“Nilai perusahaan adalah rasio nilai pasar yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pinjaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang.”

Menurut Indrarini (2019, hlm. 2) nilai perusahaan adalah:

“Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham.”

Selanjutnya, Menurut (Sulastri & Nurdiansyah, 2017) nilai perusahaan adalah suatu tujuan jangka panjang perusahaan yang dilihat dari harga per sahamnya karena merupakan suatu penilaian investor terhadap perusahaan yang dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa untuk perusahaan yang sudah *go public*.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan gambaran dari kinerja perusahaan yang bisa mempengaruhi atensi penanam saham/investor kepada perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan akan semakin meningkatkan kesejahteraan pemilik perusahaan ataupun pemegang saham perusahaan.

2.1.5.2 Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Menurut Sudana (2015) ada beberapa faktor yang mempengaruhi upaya peningkatan nilai perusahaan.

1. Kemampuan menghasilkan laba

Perusahaan yang berorientasi pada keuntungan cenderung memusatkan kegiatan untuk memaksimalkan nilai perusahaan karena laba menjadi ukuran keberhasilan.

2. Pengelolaan utang

Peningkatan rasio utang dapat meningkatkan nilai perusahaan, tetapi penggunaan utang yang berlebihan berisiko menimbulkan kesulitan keuangan atau kebangkrutan.

3. Tata kelola perusahaan

Praktik pengelolaan yang baik turut menentukan nilai perusahaan.

4. Arus kas.

Setiap aset keuangan, termasuk saham, hanya bernilai jika dapat menghasilkan arus kas.

5. Sikap investor terhadap risiko

Investor lebih bersedia membayar untuk saham dengan arus kas yang relatif pasti dibandingkan yang berisiko.

6. Waktu penerimaan arus kas.

Kas yang diterima lebih cepat lebih bernilai karena bisa diinvestasikan kembali untuk menambah pendapatan. Dengan mengelola faktor-faktor tersebut, manajemen dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2.1.5.3 Indikator Penilaian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan sering tersirat dari pergerakan harga saham. Kenaikan harga saham mencerminkan peningkatan kemakmuran pemegang saham, sehingga semakin tinggi harga saham, makin besar pula manfaat ekonomi bagi pemiliknya. Selain itu, nilai perusahaan juga dapat dinilai melalui rasio-rasio pasar, yaitu indikator yang merefleksikan kondisi dan

penilaian pasar terhadap perusahaan. Rasio ini mampu memberikan pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang (Irfan Fahmi, 2015, hlm. 82).

Adapun jenis-jenis pengukuran rasio ini menurut Irham Fahmi (2013,138) adalah sebagai berikut :

1. *Earning Per Share* (EPS)
2. *Price Earning Ratio* (PER) atau Rasio Harga Laba.
3. *Price Book Value* (PBV)

Adapun penjelasan dari rasio penilaian ini adalah sebagai berikut :

1. *Earning Per Share* (EPS)

Earning per share atau pendapatan per lembar saham adalah mengukur laba bersih yang diperoleh tiap lembar saham, sehingga menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan untuk pemegang saham.

Rumus *Earning Per Share* adalah:

$$EPS = \frac{EAT}{JSB}$$

Keterangan:

EPS = *Earning Per Share*

EAT = *Earning After Tax* atau pendapatan setelah laba

JSB = Jumlah saham yang beredar

2. *Price Earning Ratio* (PER) atau Rasio Harga Laba.

Price earning ratio (rasio harga terhadap laba) adalah menunjukkan berapa kali investor membayar laba perusahaan per

lembar saham. PER dihitung dengan membandingkan harga pasar saham dengan EPS, dan digunakan untuk menilai apakah saham dinilai mahal atau murah relatif terhadap laba.

Rumus *Price Earning Ratio* adalah:

$$PER = \frac{MPS}{EPS}$$

Keterangan:

PER = *Price Earning Ratio*

MPS = *Market Price Per Share* atau harga pasar per saham

EPS = *Earning Per Share* atau laba per saham

3. *Price Book Value* (PBV)

Price Book Value (PBV) membandingkan harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham, sehingga mencerminkan sejauh mana pasar menilai perusahaan di atas atau di bawah nilai tercatat asetnya.

Rumus *Price Book Value* adalah:

$$PBV = \frac{MPS}{BPS}$$

Keterangan:

PBV = *Price Book Value*

MPS = *Market Price per Share* atau harga pasar per saham

BPS = *Book Price per Share* atau laba per saham

Dalam penelitian ini penulis menggunakan *Price Book Value* (PBV) untuk mengukur nilai perusahaan, karena PBV menunjukkan seberapa besar

pasar menilai ekuitas buku per lembar saham. Perusahaan yang berkinerja baik umumnya memiliki PBV di atas satu, yang berarti nilai pasar saham lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya. PBV yang tinggi mencerminkan peningkatan kesejahteraan pemegang saham, karena kesejahteraan pemegang saham merupakan tujuan utama perusahaan. Dengan kata lain, kenaikan harga saham sejalan dengan peningkatan nilai perusahaan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah susunan paradigma penelitian dalam skripsi yang menggambarkan konsep yang diangkat penulis, mencakup variabel bebas (independen), baik tunggal maupun jamak, serta hubungannya dengan variabel terikat (dependen). Dengan demikian, perubahan atau pengaruh dari variabel bebas (X) diharapkan berdampak pada nilai variabel terikat (Y). Perubahan pada variabel terikat tersebut ditelaah agar peneliti dapat menemukan titik terang sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan.

2.2.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Sejalan dengan teori sinyal, perusahaan berupaya memberikan sinyal positif kepada investor dan pemangku kepentingan melalui kinerja keuangannya. Profitabilitas menjadi indikator utama yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba serta prospek pertumbuhannya di masa depan. Ketika tingkat profitabilitas tinggi, hal ini memberikan sinyal kepada pasar bahwa perusahaan dikelola dengan baik dan memiliki prospek yang menjanjikan.

Profitabilitas adalah rasio yang menilai kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba dari aktivitas operasional. Fokus pada profitabilitas mendorong perusahaan untuk terus memperbaiki efisiensi dan efektivitas pengelolaan sumber daya yang ada agar dapat memaksimalkan keuntungan. Hal ini sangat penting bagi perusahaan manufaktur yang memiliki operasi kompleks dan memerlukan investasi besar, karena profitabilitas menjadi indikator kinerja utama yang digunakan oleh investor. Menurut Brigham dan Houston (2019), profitabilitas yang tinggi mencerminkan keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan dan berkontribusi langsung terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Banyak perusahaan saat ini masih lebih mengutamakan peningkatan laba jangka pendek tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap nilai perusahaan dalam jangka panjang. Namun, profitabilitas yang konsisten dan berkelanjutan adalah daya tarik utama bagi investor untuk berinvestasi. Investor cenderung merespons positif terhadap perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi, yang berujung pada peningkatan permintaan saham dan kenaikan harga saham. Dengan demikian, profitabilitas berperan penting dalam menentukan nilai perusahaan, karena laba yang dihasilkan menjadi dasar bagi berbagai metrik penilaian seperti Return on Equity (ROE). Penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Aprilly (2024) menemukan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena

profitabilitas yang tinggi menggambarkan kinerja keuangan yang baik, memberikan sinyal positif kepada pasar. Ramadhan (2020) juga menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas dianggap sebagai indikator utama bagi investor untuk menilai efektivitas manajemen. Fikri (2026) dalam penelitiannya pada perusahaan perbankan juga membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola asetnya untuk menghasilkan laba, sehingga meningkatkan daya tarik investor.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Aprilly (2024), Ramadhan (2020), dan Fikri (2026) dengan hasil yang sama-sama menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2.2.2 Pengaruh Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan

Teori agensi menggambarkan hubungan kontraktual antara pemilik perusahaan (*prinsipal*) dan manajemen (*agen*), yang sering menyebabkan konflik kepentingan. Manajemen dapat bertindak untuk keuntungan pribadi, sementara prinsipal berharap mendapatkan pengembalian optimal dari investasi mereka. Ini menciptakan kebutuhan akan mekanisme pengawasan yang kuat.

Komite Audit berfungsi sebagai mekanisme pengawasan dalam *Good Corporate Governance* (GCG). Dibentuk oleh dewan komisaris, komite ini

mengawasi proses pelaporan keuangan, manajemen risiko, dan audit. Sebagai pihak independen, komite audit menghubungkan manajemen, auditor eksternal, dan dewan komisaris. Pengawasan yang efektif oleh komite audit meningkatkan kualitas laporan keuangan dan transparansi, serta mengurangi risiko kecurangan. Penelitian menunjukkan bahwa komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Sondokan (2018) menemukan bahwa komite audit memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Komite audit yang efektif berperan dalam mengawasi proses pelaporan keuangan, meningkatkan transparansi, dan mencegah kecurangan, sehingga meningkatkan kepercayaan investor. Peter (2018) dalam penelitiannya di lembaga keuangan Inggris juga membuktikan bahwa *adoption of audit committee* (komite audit) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Keberadaan komite audit yang independen dan kompeten mampu meningkatkan kualitas tata kelola perusahaan.

Berdasarkan penelitian Sondokan (2018) dan Peter (2018) yang menunjukkan bahwa komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dapat disimpulkan bahwa keberadaan dan efektivitas komite audit dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan.

2.2.3 Pengaruh Dewan Komisaris Independen terhadap Nilai Perusahaan

Dalam kerangka teori agensi, dewan komisaris independen berfungsi sebagai instrumen pengawasan yang penting untuk menyelaraskan tindakan manajemen dengan harapan pemegang saham. Mereka bertugas mengawasi

kebijakan direksi dan memberikan pandangan objektif demi keberlanjutan perusahaan. Investor memanfaatkan keberadaan komisaris independen sebagai ukuran kualitas tata kelola dan tingkat transparansi perusahaan.

Dewan komisaris independen terdiri dari anggota yang tidak terafiliasi dengan pihak internal perusahaan, sehingga dapat bertindak netral dalam pengambilan keputusan strategis. Peran mereka mendorong perusahaan untuk meningkatkan standar pengawasan dan menerapkan prinsip tata kelola yang baik.

Meski demikian, masih ada perusahaan yang menganggap komisaris independen sebagai sekadar pelengkap struktur organisasi untuk memenuhi kewajiban formal. Namun, keberadaan komisaris independen yang kompeten dan benar-benar independen menjadi faktor penentu kepercayaan investor terhadap kualitas pengelolaan perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa dewan komisaris independen berkontribusi positif terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Sondokan (2018) menemukan bahwa dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dewan komisaris independen berfungsi melakukan pengawasan secara objektif terhadap manajemen, memastikan kebijakan yang diambil sesuai dengan kepentingan pemegang saham. Gunawan (2025) juga menyatakan bahwa dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman. Keberadaan komisaris independen yang memadai mampu meningkatkan efektivitas pengawasan dan mendorong

manajemen bekerja lebih profesional.

Berdasarkan penelitian Sondokan (2018) dan Gunawan (2025) yang menunjukkan bahwa dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dapat disimpulkan bahwa semakin besar proporsi dewan komisaris independen, semakin baik pengawasan terhadap manajemen, sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

2.2.4 Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan

Dalam perspektif teori agensi, dewan direksi memiliki tanggung jawab untuk mengarahkan perusahaan agar selaras dengan keinginan pemegang saham. Sebagai eksekutor utama, mereka menetapkan kebijakan penting yang membentuk arah pertumbuhan perusahaan. Investor melihat kemampuan dewan direksi sebagai ukuran mutu manajemen dan proyeksi keberlanjutan usaha di masa depan.

Dewan direksi adalah lembaga yang mengatur seluruh aktivitas perusahaan, baik internal maupun eksternal. Mereka wajib merumuskan strategi, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, dan memastikan pencapaian target korporasi. Pada perusahaan publik, anggota dewan direksi diharapkan memiliki kompetensi dan pengalaman yang relevan, karena keputusan mereka langsung memengaruhi nilai perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa dewan direksi yang profesional dapat meningkatkan produktivitas dan kinerja perusahaan.

Namun, masih ada pandangan bahwa dewan direksi hanyalah pelengkap struktur organisasi tanpa dampak signifikan. Sebenarnya, investor

melihat kekuatan dewan direksi sebagai sinyal positif atas penerapan prinsip tata kelola yang baik. Dewan direksi yang berkualitas menjadi daya tarik tersendiri, mencerminkan manajemen yang tidak hanya dapat dipercaya tetapi juga memiliki visi yang jauh ke depan, serta berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Aprilly (2024) menemukan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Investor institusional memiliki kemampuan dan sumber daya untuk melakukan pengawasan yang lebih efektif terhadap kinerja manajemen. Fikri (2026) dalam penelitiannya pada perusahaan perbankan juga membuktikan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Keberadaan institusi sebagai pemegang saham mayoritas mampu menciptakan mekanisme pengawasan yang kuat, sehingga manajemen lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan.

Berdasarkan penelitian Aprill (2024) dan Fikri (2026) yang menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kepemilikan institusional, semakin efektif pengawasan terhadap manajemen, sehingga nilai perusahaan meningkat.

2.2.5 Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan teori agensi, kepemilikan manajerial dianggap sebagai mekanisme yang efektif untuk menyelaraskan kepentingan manajemen dan pemegang saham. Ketika manajer memiliki saham perusahaan, mereka

cenderung membuat keputusan yang berfokus pada peningkatan nilai perusahaan karena dampaknya langsung terasa bagi mereka. Ini mendorong manajemen untuk bekerja lebih profesional, menghindari risiko yang tidak perlu, serta mengutamakan keberlanjutan usaha.

Kepemilikan manajerial merujuk pada proporsi saham yang dipegang oleh pihak internal perusahaan, seperti direktur dan komisaris. Kehadirannya menciptakan pengawasan internal yang alami, karena manajer tidak hanya menjalankan fungsi operasional tetapi juga memiliki kepentingan finansial terhadap hasil yang dicapai. Dalam praktiknya, partisipasi manajemen dalam kepemilikan saham dapat memperkuat tata kelola perusahaan dan mengurangi kemungkinan terjadinya penyimpangan.

Namun, masih ada anggapan bahwa kepemilikan manajerial bersifat simbolis dan belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai kontrol internal. Meski begitu, keberadaannya tetap menarik perhatian investor karena mencerminkan keselarasan visi antara pengelola dan pemilik. Kepemilikan manajerial juga berfungsi sebagai sinyal kepercayaan manajemen terhadap prospek perusahaan di masa depan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Utami & Widati (2022) menemukan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena terciptanya keselarasan kepentingan antara manajemen dan pemegang saham. Hal ini penting untuk mengurangi konflik keagenan, di mana manajer yang memiliki saham cenderung bertindak lebih hati-hati dan fokus pada kepentingan jangka

panjang perusahaan. Gesilda & Said (2024) juga mencatat bahwa kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Manajer yang memiliki saham akan termotivasi untuk meningkatkan kinerja perusahaan, karena hasilnya akan berdampak langsung pada kesejahteraan mereka sendiri.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Utami & Widati (2022) dan Gesilda & Said (2024) dengan hasil penelitiannya sama-sama menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin besar proporsi kepemilikan saham oleh manajemen, maka semakin meningkat pula nilai perusahaan.

2.2.6 Pengaruh Dewan Direksi terhadap Nilai Perusahaan

Teori agensi menjelaskan bahwa dewan direksi bertanggung jawab utama dalam mengelola perusahaan agar sesuai dengan kepentingan pemegang saham. Sebagai pengelola harian, dewan direksi mengambil keputusan strategis yang memengaruhi arah dan perkembangan perusahaan. Investor cenderung menilai kemampuan dewan direksi sebagai gambaran kualitas manajemen dan prospek perusahaan di masa depan.

Dewan direksi adalah organ yang mengatur seluruh aktivitas perusahaan, baik dari sisi internal maupun eksternal. Mereka berperan dalam merumuskan kebijakan, mengelola sumber daya, dan memastikan perusahaan mencapai target yang telah ditetapkan. Pada perusahaan terbuka, dewan direksi perlu memiliki keahlian dan pengalaman yang cukup, karena

keputusan mereka berdampak langsung terhadap nilai perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa dewan direksi yang profesional dapat meningkatkan efektivitas operasional dan kinerja perusahaan.

Namun, masih ada pandangan bahwa dewan direksi hanya berfungsi sebagai struktur formal tanpa kontribusi yang signifikan. Sebaliknya, investor menganggap dewan direksi yang kuat sebagai sinyal tata kelola yang baik. Dewan direksi yang kompeten menjadi nilai tambah, mencerminkan manajemen yang kredibel dan visioner, serta berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Sondokan (2018) menemukan bahwa dewan direksi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dewan direksi yang kompeten dan profesional mampu mengelola perusahaan dengan baik, mengambil keputusan strategis yang tepat, serta meningkatkan kinerja perusahaan. Najib & Khajar (2020) juga menyatakan bahwa dewan direksi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ukuran dewan direksi yang optimal dapat meningkatkan koordinasi dan pengambilan keputusan, sehingga berdampak positif pada nilai perusahaan.

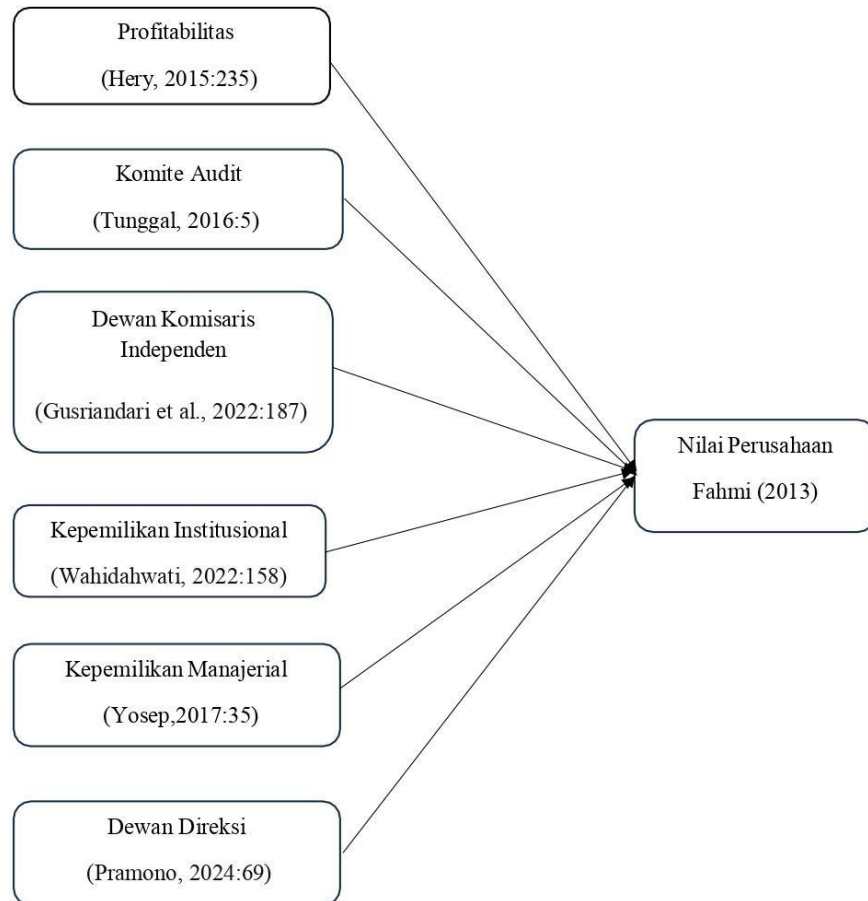
Berdasarkan penelitian Sondokan (2018) dan Najib & Khajar (2020) yang menunjukkan bahwa dewan direksi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dapat disimpulkan bahwa keberadaan dewan direksi yang kompeten dan berukuran optimal dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka

variabel terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



2.2.7 Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel, Objek dan Periode Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Aprilly et al. (2024)	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: - Profitabilitas - GCG (kepemilikan institusional, manajerial, komisaris independen)	Pengaruh Profitabilitas dan GCG terhadap Nilai Perusahaan LQ45 BEI, 2018-2020	- Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. - Kepemilikan Manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan Institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. - Dewan Komisaris Independen pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
2	Ramadhan (2020)	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: - GCG (kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan komisaris independen) - Profitabilitas - Leverage	Pengaruh GCG, Profitabilitas dan Leverage terhadap nilai perusahaan (studi kasus pada perusahaan perbankan yang terdaftar pada BEI periode 2013-2015)	- Kepemilikan Manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. - Kepemilikan Institusional berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. - Komisaris Independen berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. - Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

No	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel, Objek dan Periode Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
				-Leverage pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
3	Utami & widati (2022)	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: - Profitabilitas -Likuiditas - Kepemilikan Manajerial	Pengaruh Profitabilitas , Likuiditas dan Kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur	- Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. - Likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. - Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
4	Sondokan et al. (2018)	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: - Dewan Komisaris Independen - Dewan Direksi - Komite Audit	Pengaruh Dewan Komisaris Independen, Dewan Direksi, Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2014-2017	- Dewan Komisaris Independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. - Dewan Direksi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. - Komite Audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
5	Ardianto (2023)	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: - Profitabilitas - GCG (dewan direksi dan dewan komisaris independen)	Nilai Perusahaan : Pengaruh Profitabilitas dan GCG di sektor infrastruktur, utilitas, dan transportasi yang terdaftar di	- Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. - Dewan Direksi berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. - Dewan Komisaris Independen berpengaruh negatif

No	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel, Objek dan Periode Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			BEI 2015-2019	terhadap nilai perusahaan.
6	Gunawan (2025)	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: - Dewan Komisaris Independen - Komite Audit - Kepemilikan Manajerial - Kepemilikan Institusional	Pengaruh Dewan Komisaris Independen, Komite Audit, Kepemilikan Manajerial, dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan (pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2020–2023.)	- Dewan Komisaris Independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. - Komite Audit berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan Manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. - Kepemilikan Institusional berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
7	Gesilda & Said (2024)	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: - Kepemilikan Manajerial - Kepemilikan Institusional - Komite Audit	Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek	- Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. - Kepemilikan Institusional berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Institusional - Komite Audit berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

No	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel, Objek dan Periode Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			Indonesia Periode Tahun 2017-2021)	
8	Najib & Khajar (2020)	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: - GCG (Dewan Direksi, Dewan Komisaris, Komite Audit)	Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Kontrol Perusahaan manufaktur di BEI periode 2015-2018	- Dewan Direksi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. - Dewan Komisaris berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. - Komite Audit berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
9	Peter & Hannu (2018)	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan (Firm Value) Variabel Independen: - Adoption of Audit Committee (Komite Audit)	Audit committee adoption and firm value: evidence from UK financial institutions	- Adoption of Audit Committee (Komite Audit) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
10	Fikri et al. (2026)	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: - Kepemilikan Institusional - Dewan Komisaris	Pengaruh Good Corporate Governance dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	- Kepemilikan Institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. - Dewan Komisaris Independen berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

No	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel, Objek dan Periode Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
		Independen - Rapat Komite Audit - Profitabilitas		- Rapat Komite Audit berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. - Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah: “Pengaruh Profitabilitas dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan.” Hipotesis merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian yang sebelumnya dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan karena jawaban tersebut didasarkan pada teori-teori yang relevan namun belum diuji melalui fakta empiris dari pengumpulan data dengan demikian hipotesis juga dapat dipandang sebagai jawaban yang nantinya akan diuji secara empiris (Sugiyono, 2013 hlm. 99). Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Hipotesis 1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis 2: Komite Audit berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis 3: Dewan Komisaris Independen berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis 4: Kepemilikan Institusional berpengaruh positif terhadap

Nilai Perusahaan

Hipotesis 5: Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap

Nilai Perusahaan

Hipotesis 6: Dewan Direksi berpengaruh positif terhadap Nilai

Perusahaan