

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Agency Theory*

Menurut Jensen dan Meckling (1976) teori keagenan (*agency theory*) menjelaskan bahwa hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (principal) mempekerjakan orang lain (agen) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen tersebut. Hubungan agensi ini muncul ketika satu atau lebih orang mempekerjakan orang lain untuk memberikan jasa kemudian mendelegasikan wewenang pengambil keputusan kepada agen tersebut. Teori keagenan yang menggambarkan hubungan antara pemegang saham (*shareholders*) sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen. Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, seperti manajer maupun komisaris. Namun, dalam meningkatkan nilai perusahaan akan muncul masalah kepentingan antara agen (manajer) dan prinsipal (pemegang saham). Tidak jarang manajer perusahaan mempunyai tujuan dan kepentingan lain yang bertentangan dengan tujuan utama perusahaan dan sering mengabaikan kepentingan pemegang saham. Perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham ini mengakibatkan timbulnya konflik yang biasa disebut agensi konflik, hal tersebut terjadi karena manajer lebih mengutamakan

kepentingan pribadinya sebaliknya pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi dari manajer karena apa yang dilakukan manajer tersebut akan menambah biaya bagi perusahaan sehingga menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan berpengaruh terhadap harga saham sehingga menurunkan nilai perusahaan (Jensen dan Meckling, 1976).

2. *Signaling Theory*

Menurut Fahmi (2014) *signaling theory* merupakan teori yang membahas tentang naik turunnya harga di pasar, sehingga akan memberi pengaruh pada keputusan investor. Tanggapan para investor terhadap sinyal positif dan negatif adalah sangat mempengaruhi kondisi pasar, mereka akan bereaksi dengan berbagai cara dalam menanggapi sinyal tersebut, seperti memburu saham yang dijual atau melakukan tindakan dalam bentuk tidak bereaksi seperti “*wait and see*” atau tunggu dan lihat dulu perkembangan yang ada baru kemudian mengambil tindakan. Dan untuk dipahami keputusan *wait and see* bukan sesuatu yang tidak baik atau salah namun itu dilihat sebagai reaksi investor untuk menghindari timbulnya risiko yang lebih besar karena faktor yang belum memberi keuntungan atau berpihak kepadanya. Informasi merupakan salah satu faktor yang penting bagi investor dalam mengambil keputusan, informasi harus lengkap, relevan dan akurat serta tepat waktu sehingga akan dapat memberikan kontribusi yang tepat dalam tindakan pengambilan keputusan (Julianti, 2015).

3. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah persepsi masyarakat terhadap pengelolaan sumber daya pada akhir tahun berjalan, semakin berhasil perusahaan selama beroperasi maka semakin tinggi pula persepsi masyarakat yang tercermin pada harga saham perusahaan (Tambalean dkk, 2018). Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual dan nilai perusahaan sangat penting karena pada nilai perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor (Yulindar dan Triyonowati, 2017). Menurut Rumondor dkk (2015) *price book value* digunakan sebagai proksi dari nilai perusahaan karena keberadaan *price book value* sangat penting bagi investor untuk menentukan strategi investasi di pasar modal, sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual.

Berikut adalah pengukuran nilai perusahaan menurut Fahmi (2014):

1) *Earning per Share (EPS)*

Earning per Share (EPS) atau penadapatan per lembar saham adalah bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar yang dimilikinya.

$$EPS = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$$

2) Price Earning Ratio (PER)

Price Earning Ratio (PER) atau harga pasar per lembar saham adalah perbandingan antara harga pasar per lembar saham (*Market Price per Share*) dengan laba per lembar saham (*EPS*).

$$PER = \frac{\text{Market Price per Share}}{EPS}$$

3) Book Value Per Share (BVS)

Adapun rumus *book value per share* (Harga buku per saham) adalah :

$$BVS = \frac{\text{Total Modal Sendiri-Saham Istimewa}}{\text{Saham Biasa yang Beredar}}$$

4) Price Book Value (PBV)

Price Book Value menggambarkan seberapa besar pasar menilai nilai buku saham perusahaan. Pengukuran ini membandingkan antara harga pasar per saham dengan nilai buku per sahamnya.

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Saham}}$$

5) Dividen Yield

Adapun rumus *dividen yield* atau hasil saham adalah :

$$DY = \frac{\text{Dividen per Share}}{\text{Market Price per Share}}$$

6) *Dividen per Share*

Adapun rumus *Dividen per Share* atau pembayaran dividen adalah :

$$DS = \frac{\text{Dividen per Share}}{EPS}$$

4. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki total aset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada diperusahaan tersebut (Rumondor dkk, 2015). Perusahaan yang besar lebih diminati dari pada perusahaan kecil, sehingga pertumbuhan perusahaan sangat mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan yang tumbuh secara cepat juga menikmati keuntungan dari citra positif yang diperoleh, akan tetapi perusahaan harus ekstra hati-hati, karena kesuksesan yang diperoleh menyebabkan perusahaan menjadi rentan terhadap adanya isu negatif (Prasetia dkk, 2014). Ukuran perusahaan merupakan besarnya aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural dari nilai buku aktiva (Pantow dkk, 2015).

Berikut adalah pengukuran ukuran perusahaan:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln (Total Aset)}$$

5. Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional merupakan proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh institusi, yang mana didefinisikan sebagai kepemilikan

saham oleh pemerintah, institusi keuangan, institusi berbadan hukum, institusi luar negeri, dana perwakilan serta insitutsi lainnya pada akhir tahun (Pramukti dkk, 2019). Kepemilikan institusional adalah jumlah presentase hak suara yang dimiliki oleh institusi (Sari dkk, 2015). Kepemilikan institusional memiliki arti penting dalam mengawasi manajemen karena dengan adanya kepemilikan oleh institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal (Arrafi, 2019).

Berikut adalah pengukuran kepemilikan institusional:

$$\text{Kepemilikan Institusional} = \frac{\text{Jumlah Saham Pihak Institusional}}{\text{Total Saham Beredar}} \times 100\%$$

6. Kepemilikan Publik

Kepemilikan publik adalah kepemilikan saham perusahaan oleh masyarakat umum atau pihak luar, dan dapat dilihat dari persentase kepemilikannya (Zendra dkk, 2018). Kepemilikan publik dapat diartikan sebagai kepemilikan masyarakat umum terhadap saham perusahaan publik, dengan semakin tinggi tingkat kepemilikan publik dalam perusahaan, maka tingkat pengungkapan informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan kepada publik juga akan semakin luas, hal ini dikarenakan untuk menjaga kepercayaan publik dan investor terhadap perusahaan, hal tersebut juga akan diikuti dengan meningkatnya nilai perusahaan karena publik dan investor telah memberikan pandangan yang positif kepada perusahaan (Saputra dan Mahyuni, 2018). Kepemilikan saham publik merupakan kepemilikan saham tersebar oleh publik atau masyarakat, dan kepemilikan saham publik pada perusahaan diukur

dengan jumlah saham yang dimiliki oleh publik pada perusahaan (Siburian dkk, 2018).

Berikut adalah pengukuran kepemilikan publik:

$$\text{Kepemilikan Publik} = \frac{\text{Jumlah Saham Pihak Institusional}}{\text{Total Saham Beredar}} \times 100\%$$

7. *Islamic Social Reporting (ISR)*

Salah satu bentuk akuntabilitas dalam perspektif ekonomi Islam adalah pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan yang sesuai dengan prinsip syariah (Ibrahim dan Muthohar, 2019). Merina dkk (2016) berpendapat bahwa pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan pada sistem konvensional hanya berfokus pada aspek material dan moral, untuk itu ia memandang bahwa perlu adanya kerangka khusus untuk pelaporan pertanggungjawaban sosial yang sesuai dengan prinsip Islam agar para pembuat keputusan muslim lebih percaya dengan laporan yang dibuat. *Islamic Social Reporting (ISR)* adalah standar pelaporan kinerja sosial perusahaan berbasis syariah, dan merupakan kerangka khusus untuk pelaporan pertanggungjawaban sosial yang sesuai dengan prinsip Islam (Sutapa dan Laksito, 2018).

Penelitian ini menggunakan pengukuran yang sama yaitu mengidentifikasi 43 item indeks pengungkapan dan dikategorikan menjadi enam, yaitu keuangan dan investasi, produk dan jasa, karyawan, lingkungan, dan tata Kelola perusahaan. Metode pemberian (skor) pada penelitian ini yaitu terhadap content analysis. Pemberian nilai pada *content analysis* yang terdiri dari 43 item indeks *Islamic social reporting* tersebut

tidak diukur untuk berapa kali jumlah kejadian untuk masing-masing item diungkapkan dalam satu periode tahunan, tetapi minimal satu kali pengungkapan indeks *Islamic social reporting* dalam bentuk apapun telah diungkapkan, maka item tersebut dianggap telah ada dan diberi nilai (skor)

1. Apabila item tersebut tidak ditemukan diungkapkan maka item tersebut akan diberikan nilai (skor) 0. Nilai skor akan dijumlah secara keseluruhan.

Selain itu nilai skor juga akan dijumlah tiap kategori dan tiap perusahaan untuk mengetahui pengungkapan yang mana yang paling banyak diungkapkan oleh perusahaan dan perusahaan mana yang memberikan pengungkapan *Islamic social reporting* paling banyak.

Berikut adalah pengukuran ISR :

$$ISR = \frac{\text{Number of disclosure scores filled}}{\text{Maximum number of disclosure scores}}$$

B. Hasil Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel yang digunakan	Hasil
1.	Rahayu dan Sari IKRAITH HUMANIORA – Vol. 2, No. 2 (2018)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X ₁) Ukuran Perusahaan	Hasil penelitian ini menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
2.	Chasanah Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis – Vol. 3, No. 1 (2018)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X ₁) Ukuran Perusahaan	Hasil penelitian ini menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
3.	Praselia, Tommy, Saerang Jurnal EMBA – Vol.	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X ₁)	Hasil penelitian ini menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif

	2, No. 2 (2014)	Ukuran Perusahaan	terhadap nilai perusahaan
4.	Yanti dan Darmayanti E-Jurnal Manajemen – Vol. 8, No. 4 (2019)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X ₁) Ukuran Perusahaan	Hasil penelitian ini menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
5.	Dewi dan Abundanti E-Jurnal Manajemen – Vol. 8, No. 5 (2019)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X ₁) Ukuran Perusahaan	Hasil penelitian ini menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
6.	Yulindar dan Triyonowati Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen – Vol. 6, No. 9 (2017)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X ₁) Ukuran Perusahaan	Hasil penelitian ini menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
7.	Pratama dan Wiksuana E-Jurnal Manajemen Unud – Vol. 5, No. 2 (2016)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X ₁) Ukuran Perusahaan	Hasil penelitian ini menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
8.	Rudangga dan Sudiarta E-Jurnal Manajemen Unud – Vol. 5, No. 7 (2016)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X ₁) Ukuran Perusahaan	Hasil penelitian ini menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
9.	Zendra, Dahren, Rosya Procedding Annual National Conference for Economics and Economics Education Research – Vol. 1 (2018)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X ₁) Ukuran Perusahaan	Hasil penelitian ini menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
10.	Rumondor, Mangantar, Sumarauw Jurnal EMBA – Vol.	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X ₁) Ukuran Perusahaan	Hasil penelitian ini menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai

	3, No. 3 (2015)		perusahaan
11.	Dewi dan Sudiarta E-Jurnal Manajemen Unud – Vol. 6, No. 4 (2017)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X ₁) Ukuran Perusahaan	Hasil penelitian ini menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
12.	Suwardika dan Mustanda E-Jurnal Manajemen Unud – Vol. 6, No. 3 (2017)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X ₁) Ukuran Perusahaan	Hasil penelitian ini menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
13.	Saputra dan Mahyuni Jurnal Manajemen dan Bisnis – Vol. 15, No. 3 (2018)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X ₂) Kepemilikan Institusional	Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
14.	Dewi dan Sanica Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis – Vol. 2, No. 1 (2017)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X ₂) Kepemilikan Institusional	Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
15.	Ismawati, Sriyanto, Khaerunnisa, Mahmudi Jurnal Manajemen dan Bisnis – Vol. XII, No. 1 (2019)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X ₂) Kepemilikan Institusional	Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
16.	Agustini dan Nursasi Jurnal Manajerial – Vol. 7, No. 2 (2020)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X) Kepemilikan Institusional	Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
17.	Warapsari dan Suaryana E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X ₂) Kepemilikan Institusional	Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif

	– Vol. 16, No. 3 (2016)		terhadap nilai perusahaan
18.	Sukirni Accounting Analysis Journal – Vol. 1, No. 2 (2012)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X ₂) Kepemilikan Institusional	Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
19.	Widyaningsih Jurnal Akuntansi dan Pajak – Vol. 19, No. 1 (2018)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X ₂) Kepemilikan Institusional	Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
20.	Lestari Jurnal Riset dan Manajemen Bisnis – Vol. 2 (2017)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X ₂) Kepemilikan Institusional	Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
21.	Pramukti, Ashoer, Fadhil Jurnal Ilmu Ekonomi – Vol. 2, No. 2 (2019)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X ₂) Kepemilikan Institusional	Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
22.	Arrafi Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah – Vol. 7, No. 1 (2019)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X ₂) Kepemilikan Institusional	Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
23.	Sinarmayarani dan Suwitho Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen – Vol. 5, No. 5 (2016)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X ₂) Kepemilikan Institusional	Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
24.	Adnantara	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan	Hasil penelitian ini menemukan bahwa

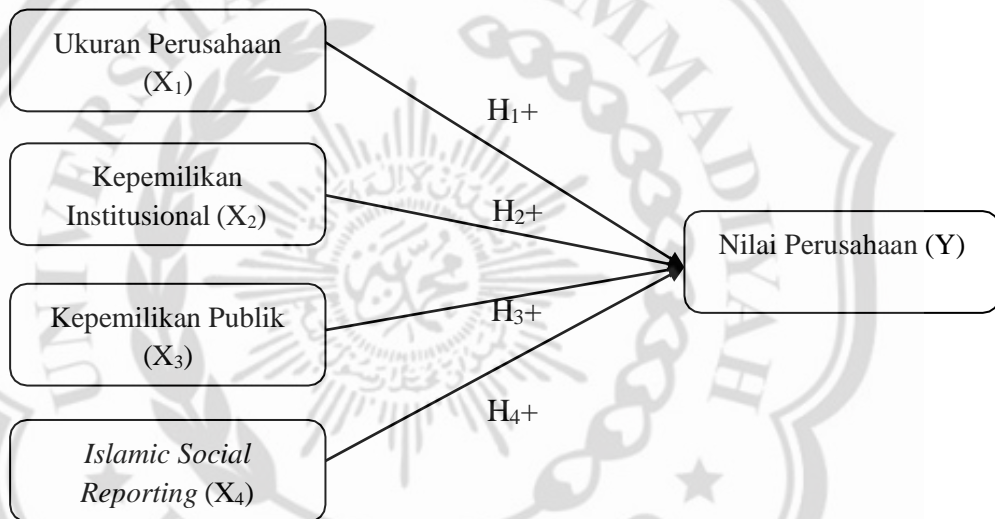
	Jurnal Buletin Studi Ekonomi – Vol. 18, No. 2 (2013)	Variabel Independent (X_2) Kepemilikan Institusional	kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
25.	Awulle, Murni, Rondonuwu Jurnal EMBA – Vol. 6, No. 4 (2018)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X_2) Kepemilikan Institusional	Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
26.	Dewi dan Nugrahanti Kinerja – Vol. 18, No. 1 (2014)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X_2) Kepemilikan Institusional	Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
27.	Pramukti, Ashoer, Fadhil Jurnal Ilmu Ekonomi – Vol. 2, No. 2 (2019)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X_3) Kepemilikan Publik	Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan publik berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
28.	Saputra dan Mahyuni Jurnal Manajemen dan Bisnis – Vol. 15, No. 3 (2018)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X_3) Kepemilikan Publik	Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan publik berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
29.	Siburian, Makhdalena, Riadi JOM FKIP – Vol. 5 (2018)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X_3) Kepemilikan Publik	Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan publik berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
30.	Adnantara Jurnal Buletin Studi Ekonomi – Vol. 18, No. 2 (2013)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X_3) Kepemilikan Publik	Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan publik tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
31.	Zendra, Dahen, Rosya	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan	Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan publik

	Procedding Annual National Conference for Economics and Economics Education Research – Vol. 1 (2018)	Variabel Independent (X_3) Kepemilikan Publik	tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
32.	Sutapa dan Laksito Jurnal Akuntansi Indonesia – Vol. 7, No. 1 (2018)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X_4) <i>Islamic Social Reporting</i>	Hasil penelitian ini menemukan bahwa <i>Islamic Social Reporting</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
33.	Fitriyah, Alamsyah, dan Pusparini Jurnal Riset Akuntansi – Vol. 15, No. 2 (2016)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X_4) <i>Islamic Social Reporting</i>	Hasil penelitian ini menemukan bahwa <i>Islamic Social Reporting</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
34.	Noorsyam dan Prasetyo Hamdard Islamicus –Vol. 43, No.S. 1 (2020)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X_4) <i>Islamic Social Reporting</i>	Hasil penelitian ini menemukan bahwa <i>Islamic Social Reporting</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
35.	Setiawan, Swandari, dan Dewi Jurnal Wawasan Manajemen – Vol. 6, No. 2 (2018)	Variabel Dependent (Y) Nilai Perusahaan Variabel Independent (X_4) <i>Islamic Social Reporting</i>	Hasil penelitian ini menemukan bahwa <i>Islamic Social Reporting</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

C. Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan di atas, maka terbentuk kerangka berfikir dalam penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan,

Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Publik, dan *Islamic Social Reporting* terhadap Nilai Perusahaan. Dalam penelitian ini dapat dijelaskan bagaimana hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Variabel independen atau variabel bebas dalam penelitian ini adalah Ukuran Perusahaan (X₁), Kepemilikan Institusional (X₂), Kepemilikan Publik (X₃), dan *Islamic Social Reporting* (X₄). Sedangkan variabel dependen atau variabel terikat dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan (Y).



1. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan, dan nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan total aktiva yang lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang yang dimiliki perusahaan. (Yulindar dan Triyonowati, 2017).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Rahayu dan Sari (2018), Chasanah (2018), Pratama dan Wiksuana (2016), Yanti dan Darmayanti (2019), Dewi dan Abundanti (2019), Prasetya dkk (2014), Yulindar dan Triyonowati (2017), Rudangga dan Sudiarto (2016), Zendra dkk (2016), bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis yang diajukan:

H₁ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2. Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan

Adanya kepemilikan institusional mengartikan bahwa manajemen akan mendapat pengawasan dalam operasional perusahaan sehingga pengambilan keputusan perusahaan pun akan lebih efektif dan efisien. Tingginya jumlah kepemilikan institusional akan meningkatkan sistem kontrol perusahaan yang ditujukan guna meminimalisasi tingkat kecurangan akibat tindakan oportunistik pihak manajer yang nantinya dapat mengurangi nilai perusahaan (Arrafi, 2019).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Saputra dan Mahyuni (2018), Dewi dan Sanica (2017), Ismawati dkk (2018), Agustini dan Nursasi (2020), Warapsari dan Suaryana (2016), Sukirni (2012), Widyaningsih (2018), Lestari (2017), Pramukti dkk (2019), Arrafi (2019), bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Dengan demikian hipotesis yang diajukan:

H₂ : Kepemilikan Institusional berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

3. Pengaruh Kepemilikan Publik Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Shleifer & Vishny (1986) kepemilikan publik mencerminkan jumlah saham yang beredar di masyarakat, semakin besar kepemilikan saham oleh publik maka semakin banyak informasi yang diketahui publik tentang perusahaan tersebut. Saham dari publik merupakan harapan masyarakat kepada pihak manajemen dalam mengelola saham tersebut dengan sebaik-baiknya sehingga dapat meminimalkan peluang terjadinya *fraud* yang dilakukan oleh manajer (Saputra dan Mahyuni, 2018).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Saputra dan Mahyuni (2018), Siburian dkk (2018), Adnantara (2013), Pramukti dkk (2019), bahwa kepemilikan publik berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis yang diajukan:

H₃ : Kepemilikan Publik berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

4. Pengaruh *Islamic Social Reporting* Terhadap Nilai Perusahaan

Suatu perusahaan akan mengeluarkan sejumlah pengeluaran yang pada akhirnya akan menjadi beban dan akan mengurangi pendapatan perusahaan akibatnya profit pada perusahaan tersebut akan turun itu semua akan terjadi saat perusahaan tersebut melakukan *Islamic Social Reporting*

(ISR), tapi apabila suatu perusahaan tersebut melakukan *Islamic Social Reporting* maka perusahaan tersebut akan mendapatkan nilai perusahaan yang baik (Nindita, 2018).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Setiawan dkk (2018), dan Noorsyam dan Prasetyo (2020), bahwa ISR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis yang diajukan:

H₄ : *Islamic Social Reporting* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

