

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1 Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*)

Stakeholder Theory (Teori Pemangku Kepentingan) pertama kali dikemukakan oleh Freeman dalam karyanya yang berjudul *Strategic Management: A Stakeholder Approach* pada tahun 1984. Dalam buku tersebut Freeman memaparkan bahwa *Stakeholder Theory* merupakan teori yang menggambarkan bagaimana dan kepada siapa saja perusahaan harus bertanggung jawab (Freeman, 1984). Teori tersebut menjelaskan bahwa perusahaan dalam menjalankan operasionalnya tidak hanya bertanggung jawab atas kepentingan sendiri namun juga kepentingan para *stakeholder*. *Stakeholder* merupakan setiap kelompok atau individu yang dapat memengaruhi dan dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi (Lestari & Ningrum, 2018). Dalam hal ini pihak-pihak yang dikatakan sebagai *stakeholder* yaitu pemilik atau pemegang saham, karyawan perusahaan, kreditur, pelanggan, dan pemasok (Banton, 2021).

Menurut D. P. Rahayu (2019) teori pemangku kepentingan merupakan teori yang menyatakan bahwa seluruh pemangku kepentingan memiliki hak untuk memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang memengaruhi dirinya. Teori ini menegaskan bahwa seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) berhak untuk mendapatkan informasi mengenai aktivitas perusahaan dalam kaitan untuk pengambilan keputusan. *Stakeholder* mempunyai kewenangan untuk memengaruhi manajemen dalam proses pemanfaatan seluruh potensi yang dimiliki organisasi, karena hanya dengan pengelolaan yang baik dan maksimal atas seluruh potensi tersebut maka organisasi akan mampu menciptakan nilai tambah untuk mendorong kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Lebih lanjut, teori pemangku kepentingan

memiliki tujuan untuk membantu pihak manajemen perusahaan dalam meningkatkan nilai dari dampak yang dapat terjadi dari aktivitas operasional perusahaan, serta memperkecil kerugian bagi *stakeholder* (Simamora & Sembiring, 2018).

Keterkaitan teori stakeholder dengan faktor penelitian yaitu bagaimana *Good Corporate Governance* (GCG) dapat memoderasi pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan, serta pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. (D. P. Rahayu, 2019) menyatakan bahwa perusahaan mempunyai pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang bukan hanya sebatas pemegang saham, dapat pula merupakan kelompok yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan meliputi pemegang saham, karyawan, pelanggan, pemasok, pimpinan, pemerintah dan lain sebagainya. Pengungkapan informasi terkait GCG dan *intellectual capital* termuat dalam laporan tahunan yang dikeluarkan oleh perusahaan sebagai bentuk pertanggung jawaban perusahaan kepada para *stakeholders* dalam memberikan informasi yang transparan terkait kinerja perusahaan. Untuk kemudian perusahaan perlu memberikan respon terhadap ekspektasi para *stakeholders* dengan melakukan pengelolaan sumber daya ekonomi atau modal intelektual serta menerapkan prinsip-prinsip GCG dalam kegiatan bisnisnya dengan efektif untuk memaksimalkan kinerja keuangan dan meningkatkan nilai perusahaan (Suardi & Werastuti, 2019). Dapat disimpulkan teori *stakeholder* menekankan bahwa setiap perusahaan harus mengungkapkan informasi mengenai *intellectual capital* dan penerapan prinsip GCG dalam perusahaan secara transparansi untuk kepentingan seluruh pemangku kepentingan secara adil.

2.1.2 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori agensi merupakan teori yang dibawa oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976. Teori ini menjelaskan bahwa terdapat kontrak atau perjanjian yang mana prinsipal menugaskan atau mempekerjakan agen (manajer) yang diberikan beberapa wewenang pengambilan keputusan untuk melakukan

pekerjaan atas nama mereka (prinsipal) (Jensen & Meckling, 1976). Teori agensi menggarisbawahi masalah keagenan yang melekat pada konflik kepentingan, keumudian muncul dari pemisahan kepemilikan dan kendali, sehingga kesenjangan antara kepentingan pemilik dan manajer seringkali menimbulkan kenakalan dari manajer (Smulowitz et al., 2019). Teori ini mengakui bahwa individu akan selalu bertindak oportunistik secara alamiah, termasuk pada bagian “pengelolaan pendapatan” seberapa jauh tindakan mereka dalam meningkatkan kekayaannya (Boachie & Mensah, 2022). Dengan demikian, pada perspektif teori keagenan, manajemen dapat melihat praktik *creative accounting* sebagai suatu solusi untuk melayani kepentingan pribadi secara alami untuk meningkatkan *value* mereka.

Pemaparan tersebut juga dikuatkan dengan teori akuntansi positif yang menjelaskan bahwa fleksibilitas yang ada pada standar akuntansi akan menciptakan peluang bagi manajer untuk memanfaatkan praktik *creative accounting* dengan berfokus pada pilihan metode akuntansi tertentu. Teori akuntansi positif juga mengakui bahwa terdapat konsekuensi ekonomi dari pilihan kebijakan akuntansi, yang dapat berupa memaksimalkan nilai perusahaan (Boachie & Mensah, 2022). Watts dan Zimmerman (1990) menemukan bahwa *creative accounting* terjadi ketika manajer menggunakan diskresi mereka atas angka-angka akuntansi dengan atau tanpa batasan.

Teori ini berkaitan dengan faktor yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengaruh *creative accounting* terhadap nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan dapat tercapai apabila ada kerja sama antara manajemen perusahaan dengan pihak lain yang meliputi *shareholder* atau *stakeholder* lainnya dalam membuat keputusan-keputusan keuangan dengan tujuan memaksimalkan modal kerja yang dimiliki. Apabila tindakan antara manajer dengan pihak lain tersebut berjalan sesuai, maka masalah di antara kedua pihak tersebut tidak akan terjadi. Kenyataannya penyatuan kepentingan kedua pihak tersebut sering kali menimbulkan masalah atau terjadinya *asymmetric information* yang nantinya dapat menghambat tercapainya tujuan keuangan

perusahaan, yaitu meningkatkan nilai perusahaan dengan cara memaksimalkan kekayaan pemegang saham. (Verawaty et al., 2017).

Teori keagenan yang dibawa oleh Jensen dan Meckling (1976) menggarisbawahi peran penting sistem kelola perusahaan yang efektif dalam mengurangi masalah-masalah keagenan seperti praktik *creative accounting* yang bersifat oportunistik atau kenakalan manajerial yang muncul akibat pemisahan kepemilikan dan kontrol. Boachie & Mensah (2022) menyatakan bahwa mekanisme *good corporate governance* sangat penting dalam hubungan *creative accounting* dan nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan, praktik *creative accounting* dipraktekkan dalam batas-batas implisit sistem dan struktur *corporate governance*. Dengan struktur *corporate governance* yang buruk atau lemah memungkinkan manajer untuk melakukan kekeliruan yang tidak seharusnya ketika mereka melakukan tanggung jawabnya, yang kemudian mengarah pada praktik-praktik yang tidak dapat diterima investor, dan membuat nilai perusahaan tidak menarik lagi. Untuk kemudian dengan pengungkapan *good corporate governance* yang baik dan kuat akan dapat membatasi praktik *creative accounting* dan meningkatkan nilai perusahaan.

2.1.3 *Intellectual Capital*

Intellectual capital atau modal intelektual didefinisikan sebagai aset tak berwujud perusahaan yang pertama kali dikemukakan oleh Galbraith (1969). Utami (2018) menyebutkan *Intellectual capital* merupakan bagian dari aset tak berwujud dan menjadi faktor penting dalam meningkatkan nilai perusahaan yang terdiri dari *capital employed*, *human capital*, dan *structural capital*. Pada zaman sekarang pengetahuan telah menjadi faktor penting menggantikan sumber daya tradisional berupa aset fisik dan sumber daya alam sebagai sumber daya utama perusahaan (Ousama et al., 2020). Sehingga penting untuk mengukur modal intelektual dan mempelajari bagaimana modal intelektual memengaruhi nilai perusahaan, dikarenakan nilai perusahaan pun saat ini telah berubah dari modal fisik konvensional (seperti tanah, peralatan,

dana, dan tenaga kerja) ke modal intelektual (seperti modal manusia, modal organisasi, dan modal hubungan).

Intellectual capital terdiri dari sekumpulan sumber daya non-keuangan (modal manusia dan pengetahuan) dan non fisik (kekayaan intelektual dan pengalaman) yang dapat menciptakan dan menghasilkan kekayaan (Ousama et al., 2020). Namun sumber daya tak berwujud tersebut tidak dipaparkan pada sistem akuntansi saat ini, oleh karena itu *Intellectual capital* menjadi modal dan sumber daya tak berwujud yang dapat dikendalikan oleh perusahaan dalam menciptakan nilai perusahaan yang baik di mata investor. Subaida et al., (2018) menyatakan bahwa *Intellectual capital* merupakan aset tidak berwujud dari sumber daya berharga entitas yang didasarkan pada pengetahuan baik pengetahuan tacit maupun pengetahuan eksplisit untuk memberikan manfaat secara maksimal kepada perusahaan. Berdasarkan *International Federation of Accountant* (IFAC) mengelompokkan modal intelektual menjadi tiga kategori yaitu:

1. *Human Capital*

Human capital merupakan menunjukkan kontribusi nilai tambah yang dihasilkan perusahaan dalam hal pengetahuan, keterampilan, kompensasi. *Human capital* dapat meliputi kemampuan, kemahiran serta *skill* yang dimiliki oleh sumber daya manusia suatu entitas.

2. *Structural Capital*

Structural Capital merupakan kontribusi perusahaan yang dapat menunjang produktivitas karyawan, terutama dalam hal infrastruktur dan sumber daya perusahaan lainnya. Contoh kegiatannya adalah terkait system operasional dan budaya organisasi perusahaan.

3. *Customer Capital*

Customer capital adalah hubungan antara perusahaan dengan mitra bisnis, seperti pemasok, pemerintah maupun masyarakat sekitar.

2.1.4 *Creative Accounting*

Bhasin (2016) mendeskripsikan *Creative Accounting* (CA) sebagai praktik akuntansi yang mungkin (atau mungkin tidak) mengikuti prinsip atau standar akuntansi, tetapi menyimpang dari apa yang ingin dicapai oleh prinsip atau standar ini, untuk menunjukkan citra perusahaan yang diinginkan kepada para pemangku kepentingan. Copeland (1968) merupakan salah satu peneliti yang pertama kali menggunakan istilah “*accounts manipulation*”, dalam jurnalnya ia menjelaskan bahwa keanikan dan penurunan angka-angka dalam *financial statement* menunjukkan gambaran perusahaan yang sesuai. Selain itu, (Stolowy & Breton, 2005) menjelaskan kembali bahwa terdapat aspek dua arah untuk melakukan manipulasi akun berdasarkan risiko sistematis dan risiko keuangan dengan menggunakan dua istilah yaitu manajemen laba dan *creative accounting*. Gupta & Kumar (2020) memaparkan bahwa istilah CA lebih banyak digunakan di Eropa, sedangkan manajemen laba lebih banyak digunakan di Amerika Serikat. CA juga dapat diartikan sebagai serangkaian tindakan yang dilandasi oleh manajemen perusahaan untuk kemudian dapat mempengaruhi hasil bisnis yang dilaporkan, lebih lanjut praktik ini tidak akan membawa manfaat ekonomi yang sebenarnya bagi perusahaan, sebaliknya akan mengakibatkan kerugian yang besar dalam jangka panjang (Merchant, Rockness, 1994). Sedangkan Shah (1998) mendefinisikan CA merupakan proses di mana manajer memanfaatkan apa yang disebut *loophole* dan ambiguitas dalam standar akuntansi untuk menunjukkan keberhasilan keuangan dengan cara yang biasa. Dengan kata lain, CA merupakan proses transformasi informasi akuntansi dari apa yang sebenarnya menjadi apa yang diinginkan oleh perusahaan, dengan menggunakan manfaat (atau celah) dalam aturan yang ada atau dengan mengabaikan sebagian aturan.

Praktik CA sendiri diplopori oleh manajemen laba, namun dibuat “istilah baru” dari konsep manajemen laba (Bhasin, 2016). Dikarenakan istilah manajemen laba lebih merujuk pada praktik yang dilakukan di pos-pos terkait laba dan pendapatan, sedangkan pada kenyataannya banyak praktik menaikkan

laba melibatkan pos-pos neraca seperti asset dan persediaan. Menekankan aspek “inovatif” konsep CA dalam laporan keuangan perusahaan dapat menjadi pisau bermata dua, manajemen dapat memanfaatkannya dalam arti positif atau berbalik arah untuk menyalahgunakan praktik ini (Pradipta & Handayani, 2020). Dalam artian jika manajemen memutuskan untuk menyalahgunakan konsep CA, ide untuk menampilkan bisnis dengan lebih baik tersebut akan berakibat pada hilangnya citra/kepercayaan perusahaan terhadap investor. Lebih lanjut, penggunaan CA pada bisnis perusahaan akan berdampak positif dalam jangka pendek, namun untuk jangka panjang terlalu berisiko untuk menjadi *loophole* yang dapat mengakibatkan penurunan citra perusahaan, penurunan harga saham, sampai dengan penurunan kinerja perusahaan di mata investor.

CA pada perusahaan jika didefinisikan dalam arti sempit dan luas merupakan praktik yang bertujuan untuk menggunakan fleksibilitas dalam akuntansi pada kerangka peraturan untuk mengelola pengukuran dan penyajian akun sehingga mereka memberikan privasi kepada kepentingan penyusun, bukan pengguna (Bhasin, 2016). Oleh karena itu praktik CA dapat diartikan positif dan negatif sesuai dengan tujuan dilakukannya. Pada beberapa kasus praktik CA justru berujung pada penyalahgunaan penggunaan yang membuat pengguna informasi laporan keuangan menjadi skeptis. Pada perspektif teoritis, dikatakan bahwa untuk nilai perusahaan praktik CA bukanlah masuk akal untuk dilakukan karena manajemen memiliki keinginan untuk mempertahankan laba di angka yang tinggi. Sehingga dapat diartikan bahwa investor tidak mengharapkan adanya hubungan antar CA dengan kinerja perusahaan (Abbadi et al., 2020).

2.1.5 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini (H. Rahayu et al.,

2020). Sedangkan Manik (2018) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai nilai pasar. Utami, (2018) memaparkan nilai perusahaan dapat tercermin dari nilai pasarnya apabila perusahaan tersebut merupakan perusahaan terbuka (*go public*). Tujuan utama dari perusahaan terbuka tersebut adalah meningkatkan kemakmuran *stakeholder* melalui peningkatan nilai perusahaan, hal tersebut dikarenakan investor dalam menanamkan modalnya akan mengharapkan tingkat pengembalian investasi yang sebesar-besarnya. Semakin tinggi laba yang dihasilkan perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Khusnah & Anugraini (2021) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan cerminan nilai pasar yang mampu memberikan kesejahteraan secara maksimal bagi para pemegang saham jika harga saham terus meningkat. Nilai perusahaan memberikan kepercayaan kepada para pemegang sahamnya serta berfungsi sebagai tolak ukur keberhasilan manajemen perusahaan dalam prospek operasi masa depan. Setiap perusahaan memiliki tujuan jangka panjang dalam mengoptimalkan nilai perusahaan, hal tersebut dikarenakan meningkatnya nilai sebuah perusahaan akan menunjukkan kesejahteraan dari pemilik perusahaan tersebut, sehingga pemilik perusahaan akan berusaha mendorong manajer untuk memaksimalkan nilai perusahaan (Lestari & Ningrum, 2018). Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan (Nopiyanti & Darmayanti, 2016). Jika perusahaan memiliki nilai perusahaan yang tinggi maka investor akan melihatnya dengan positif, begitupun sebaliknya. Sehingga manajemen harus membuat keputusan dengan dasar tujuan meningkatkan nilai perusahaan, lebih lanjut keputusan yang tepat dan akurat tersebut akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan, untuk kemudian berlanjut pada meningkatnya kemakmuran perusahaan.

2.1.6 *Good Corporate Governance*

The Indonesian Institute for Corporate Governance (IICG) mendefinisikan *Good Corporate Governance (GCG)* (Hamdani, 2016) sebagai berikut :

GCG merupakan proses dan struktur yang diterapkan dalam menjalankan perusahaan, dengan tujuan utama meningkatkan nilai pemegang saham jangka panjang, namun tetap memperhatikan kepentingan pihak petaruh lainnya.

Definisi *Good Corporate Governance (GCG)* menurut *Bank Dunia* sebagai berikut :

GCG merupakan aturan, standar dan organisasi di bidang ekonomi yang mengatur perilaku pemilik perusahaan, direktur dan manajer serta perincian dan penjabaran tugas dan wewenang serta pertanggungjawabannya kepada investor (pemegang saham dan kreditur).

Di Indonesia praktik GCG pada perusahaan sudah mulai diterapkan oleh perusahaan-perusahaan publik, lembaga-lembaga pemerintah pun mulai mengeluarkan peraturan terkait mekanisme penerapan *Good Corporate Governance*. (Oktafia, 2013) mendefinisikan *Good Corporate Governance (GCG)* sebagai suatu proses dan struktur untuk peningkatan bisnis dan akuntabilitas yang bertujuan untuk mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholder* yang lain. Penerapan GCG mendorong berkembangnya lingkungan bisnis yang kondusif dan persaingan yang sehat. Oleh karena itu, penting bagi dunia usaha di Indonesia untuk menerapkan GCG untuk mendorong stabilitas dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Prinsip-prinsip dari *Corporate Governance* yang menjadi indikator, sebagaimana dijelaskan oleh *The Indonesian Institute for Corporate Governance (IICG)* adalah:

1. Transparansi (*Transparancy*).

Transparasi merupakan komitmen perusahaan untuk dapat memastikan bahwa informasi yang relevan tentang kepemilikan, manajemen, dan kesehatan keuangan perusahaan tersedia bagi publik serta diungkapkan secara tepat waktu, akurat, dan jelas. Dengan prinsip ini memungkinkan para pemangku kepentingan dapat melaksanakan proses pengambilan keputusan, dikarenakan perusahaan telah melakukan pengungkapan (*disclosure*) informasi yang materiil dan relevan mengenai perusahaan.

2. Akuntabilitas (*Accountability*).

Akuntabilitas merupakan prinsip yang menjamin adanya prosedur dan peran manajemen yang professional dalam kaitannya dengan seluruh keputusan dan kebijakan yang diambil terkait dengan kegiatan operasional bisnis. Perusahaan dituntut untuk mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar dengan mengelola operasional bisnisnya secara benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan *stakeholder*. Jika prinsip ini dapat diterapkan dengan baik oleh perusahaan, maka akan ada kejelasan tentang fungsi, hak, kewajiban, dan wewenang serta tanggung jawab antara pemegang saham, dewan komisaris, dan dewan direksi.

3. Pertanggungjawaban (*Responsibility*).

Prinsip dasar dari *Responsibility* yaitu untuk memperhatikan kelangsungan bisnis dalam jangka panjang, serta sebagai bentuk pertanggungjawabn korporasi terhadap social masyarakat, maka perusahaan harus mematuhi persyaratan hokum dan memnuhi kewajiban mereka terhadap masyarakat dan lingkungan. Sehingga dapat disimpulkan, *responsibilitas* merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan sebagai anggota masyarakat untuk memenuhi peraturan yang berlaku serta pemenuhan kewajiban terhadap kebutuhan – kebutuhan sosial Dengan menerapkan prinsi ini, perusahaan diharapkan menyadari bahwa dalam menjalankan operasinya, ia juga memiliki tugas untuk

bertanggung jawab kepada *shareholder* dan pihak lain yang berkepentingan.

4. Independen (*Independensi*).

Prinsip independen mengharuskan perusahaan untuk dikelola secara mandiri dan profesional tanpa konflik kepentingan maupun intervensi dari pihak mana pun. Hal tersebut dilakukan untuk mencegah adanya pengaruh dari luar yang memungkinkan setiap organ perusahaan tidak berfungsi secara independen satu sama lain.

5. Kewajaran dan Kesetaraan (*Fairness*)

Prinsip kewajaran dan kesetaraan mewajibkan perusahaan dalam pelaksanaan kegiatannya harus senantiasa memperhatikan kepentingan *stakeholder* berdasarkan landasan kewajaran dan kesetaraan. Setiap keputusan dan kebijakan yang diambil harus melayani kepentingan semua pihak yang terlibat, termasuk pelanggan, pemasok, pemegang saham, investor, dan masyarakat luas.

2.2. Penelitian Terdahulu

Sebelum peneliti melakukan penelitian ini, peneliti lain sudah menganalisis beberapa penelitian yang sama di beberapa tahun belakangan ini, baik terkait dengan *intellectual capital* sebagai variabel operasional terhadap nilai perusahaan, variabel *creative accounting* terhadap nilai perusahaan, variabel moderasi yaitu *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan, yang disajikan sebagai berikut.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

| No | Penulis & Tahun | Judul | Variabel | Hasil |
|----|-------------------------|---|-----------------------------------|-----------------------------------|
| 1 | (Verawaty et al., 2017) | Pengaruh <i>Intellectual Capital, Earnings Management, Tax Avoidance</i> Terhadap | Dependen : Nilai Perusahaan | <i>Intellectual Capital &</i> |

| | | | |
|---|--|---|--|
| | Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Pemoderasi | Independen: <i>Intellectual Capital & Earnings Management</i> | <i>Earnings Management</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan |
| | | Moderasi: GCG | GCG memoderasi hubungan <i>intellectual capital</i> dengan nilai perusahaan |
| | | | GCG tidak dapat memoderasi hubungan <i>Earnings Management</i> dengan nilai perusahaan |
| 2 | (Boachie & Mensah, 2022) <i>The Effect Of Earnings Management On Firm Performance: The Moderating Role Of Corporate Governance Quality</i> | Dependen: Nilai Perusahaan Independen: Manajemen Laba | Manajemen laba berpengaruh terhadap kinerja perusahaan GCG memoderasi hubungan manajemen laba |
| | | Moderasi: GCG | |

| | | | | |
|---|-----------------------------|---|--|---|
| | | | | dengan nilai perusahaan |
| 3 | (Emar & Ayem, 2020) | Pengaruh Pengungkapan <i>Enterprise Risk Management</i> dan Pengungkapan <i>Intellectual Capital</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Good Corporate Governance</i> Sebagai Moderasi | Dependen : Nilai Perusahaan Independen: <i>Intellectual Capital</i> Moderasi: GCG | <i>Intellectual Capital</i> Berpengaruh terhadap nilai perusahaan GCG memoderasi hubungan <i>Intellectual Capital</i> dengan nilai perusahaan |
| 4 | (Ni et al., 2020) | <i>Do intellectual capitals matter to firm value enhancement? Evidences from Taiwan</i> | Dependen : <i>Firm value</i> Independen: <i>Intellectual capital</i> | <i>Intellectual capitals</i> berpengaruh terhadap <i>firm value</i> |
| 5 | (Khusnah & Anugraini, 2021) | <i>Mediation Effect of Financial Performance on The Influence of Intellectual Capital on Firm Value</i> | Dependen : <i>Firm value</i> Independen: <i>Intellectual capital</i> | <i>Intellectual capitals</i> berpengaruh terhadap <i>firm value</i> |
| 6 | (Hermawan et al., 2021) | <i>Financial performance mediates the</i> | Dependen : <i>Firm value</i> | <i>Intellectual capitals</i> |

| | | | | |
|----|-------------------------|---|--|---|
| | | <i>relationship of intellectual capital to firm value in Indonesian banking companies</i> | Independen: <i>Intellectual capital</i> | berpengaruh terhadap <i>firm value</i> |
| 7 | (Gomes I. et al., 2019) | <i>Intellectual Capital Disclosure, Information Asymmetry, Cost of Capital, and Firm Value: Empirical Studies on Indonesian Manufacturers</i> | Dependen : <i>Firm value</i> | <i>Intellectual capitals</i> berpengaruh terhadap <i>firm value</i> |
| 8 | (Salvi et al., 2020) | <i>Intellectual capital disclosure in integrated reports: The effect on firm value</i> | Dependen : <i>Firm value</i> | <i>Intellectual capitals</i> berpengaruh terhadap <i>firm value</i> |
| 9 | (Utami, 2018) | <i>The Intellectual Capital Components on Firm Value: Evidence from LQ-45 Index Companies</i> | Dependen : <i>Firm value</i> | <i>Intellectual capitals</i> berpengaruh terhadap <i>firm value</i> |
| 10 | (Manik, 2018) | Pengaruh Manajemen Laba Dan Konservatisme Akuntansi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja | Dependen: Firm Value | Manajemen laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan |

| | | | | |
|----|-------------------------------|---|---|---|
| | | Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi | Independen: Manajemen laba | |
| 11 | (Khuong et al., 2019) | <i>The Relationship between Real Earnings Management and Firm Performance: The Case of Energy Firms in Vietnam</i> | Dependen: <i>Firm Value</i> Independen: <i>Earnings Management</i> | <i>Earnings Management</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan |
| 12 | (S. Dewi & Wijaya, 2021) | <i>Financial leverage and performance of SMEs in Vietnam: Evidence from the post-crisis period</i> | Dependen: <i>Firm Value</i> Independen: <i>Earnings Management</i> | <i>Earnings management</i> berpengaruh terhadap <i>firm value</i> |
| 13 | (Nurul Jannah & Wibowo, 2021) | Pengaruh Manajemen Laba dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Asuransi yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2019) | Dependen: Nilai Perusahaan Independen: Manajemen laba | Manajemen laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan |

| | | | | |
|----|----------------------|---|--|---|
| 14 | (Zimon et al., 2021) | <i>Earnings Management, Related Party Transactions and Corporate Performance: The Moderating Role of Internal Control</i> | Dependen: <i>Corporate financial performance</i> Independen: <i>Earnings management</i> | <i>Earnings management</i> berpengaruh terhadap <i>corporate financial performance</i> |
| 15 | (Manik, 2018) | Pengaruh Manajemen Laba Dan Konservatisme Akuntansi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi | Dependen: Nilai perusahaan Independen: Manajemen laba | Manajemen laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan |

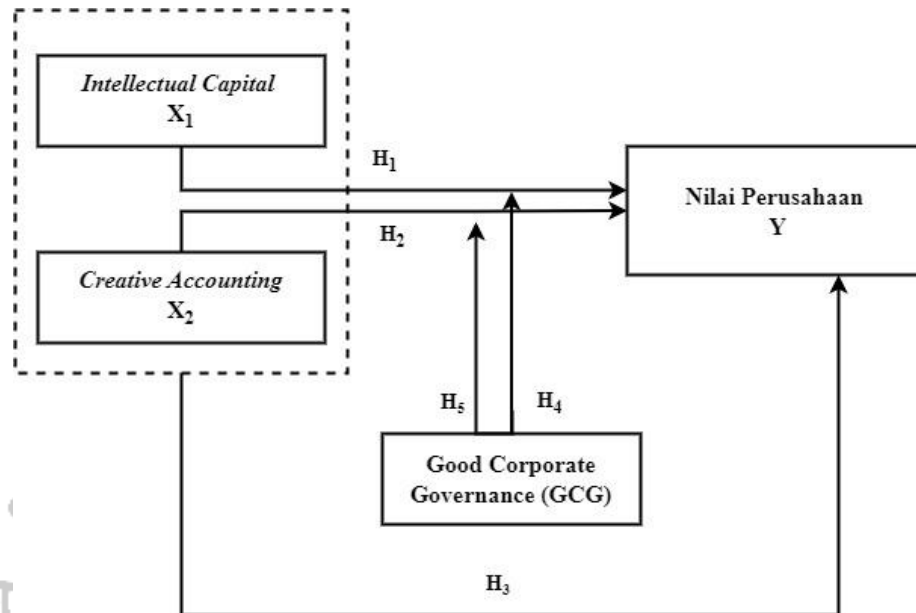
2.3. Perbedaan dengan Penelitian Saat ini

Berdasarkan tabel penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas, dari penelitian ini terdapat perbedaan atau ciri khas yang dijelaskan point berikut.

1. Adanya *Good Corporate Governance* sebagai variabel moderasi yang akan memoderasi keterkaitan antara variabel *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan dan *creative accounting* terhadap nilai perusahaan.
2. Peneliti menggunakan perusahaan Infrastruktur sebagai objek yang diteliti, yang mana berdasarkan tabel peneliti terdahulu setelah dianalisis oleh penulis, banyak peneliti yang menggunakan sampel penelitian berasal dari perusahaan manufaktur dan non-keuangan, untuk itulah penulis menggunakan sektor Infrastruktur agar berbeda dengan penelitian yang sudah sering dilakukan.

2.4. Kerangka Pemikiran

Berikut ini merupakan kerangka pemikiran dari penelitian yang dilakukan oleh penulis.



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian

2.5. Hipotesis

Berasaskan latar belakang permasalahan yang disajikan sebelumnya oleh penulis lengkap dengan rumusan, tujuan serta kerangka pemikiran penelitian., maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut.

2.5.1 Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Ni et al., 2020), (Hermawan et al., 2021), (Salvi et al., 2020), (Utami, 2018), (Gomes I. et al., 2019) dan (Khusnah & Anugraini, 2021) menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Intellectual capital* merupakan asset tidak berwujud yang dimiliki oleh sumber daya manusia pada perusahaan berbentuk pengetahuan atau keterampilan untuk memberikan manfaat secara maksimal kepada perusahaan (Ousama et al., 2020). Tingginya daya saing memungkinkan perusahaan tidak hanya berfokus pada pengelolaan asset

berwujud saja, namun lebih menekankan pada sistem informasi, inovasi, manajemen organisasi dan sumber dayanya. Perubahan fokus tersebut menjadikan ciri utama struktur perusahaan menjadi perusahaan yang berbasis pengetahuan. Perusahaan yang menerapkan bisnis berbasis pengetahuan akan memunculkan ide untuk mengelola pengetahuan sebagai sarana untuk memperoleh pendapatan dalam perusahaan, dengan menerapkan bisnis berbasis pengetahuan maka nilai perusahaan pun akan berubah (Khusnah & Anugraini, 2021). Dengan kata lain pengungkapan informasi terkait *Intellectual capital* akan sangat menguntungkan kedua belah pihak baik investor maupun perusahaan itu sendiri.

H₁: *Intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.5.2 Pengaruh *Creative Accounting* terhadap Nilai Perusahaan

Creative accounting mengacu pada praktik akuntansi yang mungkin (atau mungkin tidak) mengikuti prinsip atau standar akuntansi, tetapi menyimpang dari apa yang ingin dicapai oleh prinsip atau standar ini, untuk menunjukkan citra perusahaan yang diinginkan kepada para pemangku kepentingan (Pradipta & Handayani, 2020). Praktik *Creative accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan, informasi terkait laba merupakan informasi penting dalam memengaruhi calon investor. Untuk menjaga nilai perusahaan dalam hal dapat menampilkan kinerja keuangan yang terbaik untuk investor, manajer dapat terdorong untuk melakukan manipulasi laba dalam usahanya. Teori tersebut didukung dengan penelitian (Boachie & Mensah, 2022), (Manik, 2018) dan (S. Dewi & Wijaya, 2021) yang menyatakan bahwa *Creative accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H₂: *Creative accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.5.3 Pengaruh *Intellectual Capital* dan *Creative Accounting* terhadap Nilai Perusahaan

Salvi et al., (2020) menyatakan bahwa pengungkapan informasi tentang *Intellectual Capital* pada laporan keuangan perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Perkembangan ekonomi yang mulai menuju masa transisi berbasis pengetahuan meningkatkan peran sumber daya tak berwujud dalam proses penciptaan nilai perusahaan (Gomes I. et al., 2019). Kondisi tersebut kemudian memunculkan peningkatan asimetri informasi antara investor dan manajer perusahaan untuk kemudian mendorong pentingnya pengungkapan *Intellectual Capital* dan informasi mengenai hal-hal tak berwujud dalam pelaporan perusahaan. Hermawan et al., (2021) mengungkapkan bahwa informasi mengenai hal-hal yang tidak berwujud lebih berharga dan sulit diakses oleh para pemangku kepentingan, sehingga mekanisme pengungkapannya dalam laporan perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Lebih lanjut, Ni et al., (2020) dan Li & Zhao, (2018) menyatakan perusahaan dengan pengelolaan dan pengungkapan *Intellectual Capital* yang baik akan berpengaruh positif dalam meningkatkan nilai perusahaannya.

Boachie & Mensah (2022) menyatakan praktik *creative accounting* berpengaruh terhadap naik turunnya nilai perusahaan. *Creative Accounting* (CA) pada perusahaan jika didefinisikan dalam arti sempit dan luas merupakan praktik yang bertujuan untuk menggunakan fleksibilitas dalam akuntansi pada kerangka peraturan untuk mengelola pengukuran dan penyajian akun sehingga mereka memberikan privasi kepada kepentingan penyusun, bukan pengguna. Sehingga dapat dikatakan pelaku pasar modal atau investor akan lebih menyukai perusahaan dengan tingkat praktiknya CA yang lebih rendah (Zimon et al., 2021). Penurunan aktivitas pasar modal tentu akan berpengaruh pada nilai perusahaan, oleh sebab itu perusahaan dengan indikasi praktik CA cenderung akan memiliki nilai perusahaan yang rendah. Pernyataan tersebut didukung

dengan penelitian (Manik, 2018) dan (S. Dewi & Wijaya, 2021) yang menyatakan bahwa *creative accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan sebuah hipotesis untuk penelitian ini yaitu :

H₃: *Intellectual Capital* dan *Creative accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.5.4 Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai Pemoderasi

Good Corporate Governance (GCG) atau tata kelola perusahaan merupakan suatu prinsip mengendalikan perusahaan untuk mencapai keseimbangan hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) (Verawaty et al., 2017). Kepentingan stakeholder disini yaitu pemegang saham, dewan komisaris independen, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan kualitas audit demi tercapainya tujuan perusahaan. *Intellectual capital* sendiri merupakan asset tak berwujud yang dimiliki perusahaan dan diungkapkan dalam laporan keuangan sebagai salah satu faktor dalam menarik perhatian investor. Maka keterkaitan antara GCG dengan *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan, apabila perusahaan menerapkan prinsip GCG dengan efektif maka modal intelektual yang ada di dalam perusahaan dapat terealisasi dengan maksimal. Lebih lanjut hal tersebut akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

H₄: *Good Corporate Governance* memoderasi pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan

2.5.5 Pengaruh *Creative Accounting* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai Pemoderasi

Penerapan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* pada perusahaan akan meningkatkan citra dan kinerja perusahaan serta

meningkatkan nilai perusahaan bagi pemegang saham, dikarenakan penerapan GCG yang efektif dan efisien akan sangat memberikan nilai tambah secara berkesinambungan dalam jangka panjang bagi pemegang saham, dengan tetap memperhatikan kepentingan stakeholder lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan norma yang berlaku (Verawaty et al., 2017). Mekanisme *good corporate governance* yang dijalankan sesuai dengan standard dan prosedur perusahaan akan meminimalisir tindakan *creative accounting*. *Creative accounting* merupakan tindakan manajemen untuk mengubah laporan keuangan yang bertujuan untuk memenuhi tekanan untuk dapat menampilkan kinerja keuangan terbaik dalam rangka untuk menarik investor. Penerapan *good corporate governance* diharapkan dapat mendorong beberapa hal, salah satunya untuk mendorong manajemen perusahaan agar berperilaku profesional, transparan dan efisien serta mengoptimalkan fungsi dewan komisaris, dewan direksi, dan pemegang saham.

H₅ : *Good Corporate Governance* memoderasi pengaruh *creative accounting* terhadap nilai perusahaan