

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Keagenan

Jensen dan Meckling (1976), teori keagenan yaitu sebuah pembahasan teori mengenai perbedaan masalah kepentingan yang terjadi antara agen (manajemen) dan prinsipal (*shareholder*). Teori ini menjelaskan, baik prinsipal (*shareholder*) maupun agen (manajemen) merupakan seseorang ekonomi secara rasional termotivasi untuk kepentingan individu tetapi sulit membedakan penghargaan, kepercayaan, dan informasi (Raharjo, 2007).

Konsep teori keagenan merupakan hubungan kontraktual antara prinsipal dengan agen. Hubungan ini dilakukan untuk suatu jasa dimana prinsipal memberi wewenang kepada agen mengenai keputusan terbaik bagi prinsipal dengan mengutamakan kepentingan dalam mengoptimalkan laba perusahaan sehingga meminimalisir beban seperti beban pajak dengan melakukan penghindaran pajak. Teori keagenan merupakan pemberian wewenang oleh pemilik perusahaan (pemegang saham) kepada pihak manajemen perusahaan untuk menjalankan operasional perusahaan sesuai dengan kontrak yang telah disepakati. Apabila kedua belah pihak memiliki kepentingan yang sama untuk meningkatkan nilai perusahaan maka manajemen akan bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik perusahaan (R.A Supriyono, 2018).

Masalah keagenan yang sering terjadi apabila manajer memiliki saham kurang dari 100% (Masdupi, 2005). Kepemilikan saham dengan proporsi hanya sebagian saja dari perusahaan tersebut menyebabkan manajer dapat bertindak untuk kepentingan individu / pribadi. Tindakan ini yang akan menjadi penyebab timbulnya *agency cost*. *Agency cost* merupakan sejumlah biaya untuk pengawasan yang harus ditanggung oleh prinsipal (manajemen) terhadap agen (*shareholder*) (Jensen dan Meckling, 1976).

2. Konflik Keagenan

Konflik keagenan yang terjadi antara prinsipal (manajemen) dan agen (*shareholder*) dalam perusahaan sulit untuk dihindari. Scott (2012) menyatakan teori keagenan ini merupakan bentuk penerapan teori yang tepat guna memadukan segala kepentingan antara prinsipal (manajemen) dengan agen (*shareholder*) apabila terjadi suatu konflik/permasalahan keagenan. Perusahaan memilih untuk meminimalisir konflik ini dengan cara penggunaan struktur kepemilikan terkonsentrasi atau sering disebut kepemilikan keluarga karena semakin tersebar kepemilikannya maka semakin bervariasi pula kepentingan dalam perusahaan yang akan menimbulkan konflik yang semakin banyak pula. Susunan pemegang saham mayoritas pada kepemilikan terkonsentrasi dianggap mampu menghasilkan kinerja lebih efisien dibandingkan dengan perusahaan yang kepemilikannya oleh publik (Astuti *et al*, 2015). Struktur kepemilikan ini mengakibatkan adanya konflik antara prinsipal (manajemen) dengan

agen (*shareholder*) yang disebut dengan konflik keagenan tipe I yang diakibatkan adanya kepemilikan saham yang menyebar menimbulkan asumsi akan terjadinya banyak kepentingan pengelolaan perusahaan. Wolfenzon (1999) dalam Damayanti 2017, mengemukakan beberapa pendapat yang menyebutkan konflik keagenan tipe I tidaklah menimbulkan masalah besar jika dibandingkan dengan konflik keagenan tipe II, hal ini dikarenakan kepentingan yang bervariasi namun secara individual presentase kepemilikan minoritas sehingga tidak berpengaruh terhadap manajemen.

Berle dan Means dalam Damayanti (2017), pada konflik keagenan tipe II dijelaskan bahwa kepemilikan yang terkonsentrasi pada perusahaan akan menjadi lebih mudah untuk fokus pada nilai dan tujuan perusahaan. Damayanti (2017) juga menyatakan, konflik keagenan tipe II mengacu pada adanya kepentingan yang berbeda antara pemegang saham pengendali (lebih dari 5% kepemilikan) dengan pemegang saham minoritas (kurang dari 5% kepemilikan) dalam suatu perusahaan. Perusahaan keluarga merupakan jenis perusahaan yang berpotensi terjadi konflik keagenan tipe II ini karena pemegang saham pengendali yaitu keluarga itu sendiri yang sekaligus sebagai pendiri perusahaan tersebut, sedangkan publik hanyalah sebatas pemegang saham minoritas. Konflik keagenan ini mampu mengurangi konflik keagenan tipe I dikarenakan peranan manajemen yang cenderung dapat mengendalikan pemegang saham pengendali

sehingga meminimalisir adanya perbedaan kepentingan oleh prinsipal (manajemen) dan agen (*shareholder*).

3. *Political Connection*

Perusahaan yang memiliki *political connection* merupakan perusahaan yang mempunyai kedekatan erat dengan pihak pemerintah baik sebagai perusahaan milik pemerintah yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) atau Badan Usaha Milik Daerah (BUMD).

Purwoto (2011), perusahaan yang mempunyai *political connection* merupakan perusahaan yang melakukan cara tertentu untuk memiliki ikatan dengan politik dan berusaha membentuk hubungan dengan politisi serta pemerintah.

Faccio (2006) menjelaskan bahwa perusahaan dikatakan memiliki *political connection* apabila minimal 10% hak suara atas manajemen puncak atau direksi yang merupakan anggota parlemen, menteri negara dan *top official* yang memiliki hubungan dengan politisi atau partai. Faccio (2006) juga mengungkapkan bahwa *political connection* didefinisikan sebagai situasi perusahaan dimana terdapat politisi baik dari teman/kerabat dekat seorang politisi yang memegang posisi sebagai pemegang saham, dewan direksi dan/atau komisaris. Selain itu, Faccio juga memperluas pengertian *political connection* sebagai hubungan secara tidak langsung yang terjadi oleh 2 cara yaitu:

- a) Dengan secara tidak langsung perusahaan memiliki hubungan dengan menteri, presiden yang mempunyai nama belakang yang sama dengan nama pemegang saham mayoritas dari perusahaan
- b) Adanya hubungan persahabatan antara pemegang saham dengan menteri, presiden, atau anggota parlemen

Faccio (2007), bahwa perusahaan yang terdapat *political connection* memiliki keuntungan terhadap pangsa pasar yang besar. Perusahaan yang memiliki *political connection* juga dapat memuaskan *shareholder* karena mempengaruhi tingkat pasar saham perusahaan. Pada penelitian yang dilakukan Faccio tahun 2006 membuktikan sebanyak 47 negara bahwa *political connection* memiliki banyak manfaat dalam perusahaan seperti pembayaran pajak rendah, *market power* dan *market share tinggi* serta *leverage tinggi* apabila dibandingkan dengan perusahaan yang secara akuntansinya sebagai perusahaan *non-political connection*.

Jika *political connection* merupakan faktor untuk keputusan investasi, maka akan berakibat pada nilai perusahaan lebih rendah jika tanpa ada *political connection*. Karena *political connection* diyakini sebagai suatu sumber berharga bagi banyak perusahaan (Fisman, 2001).

Dalam penelitian ini *political connection* didefinisikan sebagai keadaan suatu perusahaan dimana dalam jabatan manajemen baik dewan komisaris maupun direksi mempunyai riwayat kerja sebagai politisi seperti anggota dan mantan anggota parlemen, anggota dan

mantan menteri negara, aktif sebagai anggota partai politik, mempunyai jabatan dalam TNI dan Polisi baik sedang menjabat atau purnawirawan. Indonesia menganut dua sistem yaitu *two tier board* yang terdiri dari dewan komisaris dan direksi.

1. Dewan Direksi

Kristanto (2019), menyebutkan secara umum sebagian negara menganut dua sistem yaitu *one tier board* dan *two tier board*. Di Indonesia menganut sistem *two tier board* yang dimana divisi dewan dibagi menjadi 2 yaitu dewan direksi yang bertanggungjawab terhadap fungsi manajemen bisnis, divisi atau melakukan *controll* dan dewan komisaris bertanggungjawab dan bertugas melakukan pengawasan secara kolektif terhadap direksi.

Dewan direksi merupakan badan yang mewakili kepentingan para pemegang saham dan bertanggung jawab untuk menentukan arah tujuan perusahaan sehingga mempunyai kedudukan yang sangat sentral dip perusahaan. Dalam memilih anggota dewan direksi, perusahaan akan memilih anggota yang tentunya dapat meningkatkan nilai perusahaan serta harus bisa mensejahterakan para pemegang saham. Oleh karena itu anggota dewan direksi memiliki riwayat kerja dan latar belakang yang bermacam-macam, salah satunya adalah anggota atau tokoh politik.

Suprihanto (2011) mengungkapkan bahwa masuknya politik dalam bisnis karena adanya kebutuhan untuk saling memberi keuntungan antara pengusaha dengan partai politik serta pemerintah. Dari adanya kerjasama tersebut dapat diungkapkan bahwa pengusaha membutuhkan politik untuk menyelamatkan bisnis mengenai peraturan pemerintah sedangkan politik membutuhkan peran perusahaan untuk pendanaan partai.

2. Dewan Komisaris

Pada negara yang menganut sistem *one tier board* biasanya tugas dan tanggungjawab kedua dewan dijadikan satu dalam dewan direksi namun di Indonesia terdapat dua dewan direksi yaitu direksi dalam atau komisaris dalam dan direksi luar atau komisaris independen.

Berdasarkan UU No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas adalah :

“Direksi adalah organ perseroan yang berwenang dan bertanggungjawab penuh atas pengurus perseroan untuk kepentingan perseoran, sesuai dengan maksud dan tujuan perseroan serta mewakili perseroan, baik di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan ketentuan anggaran dasar”.

“Dewan komisaris adalah organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta nasihat kepada direksi”.

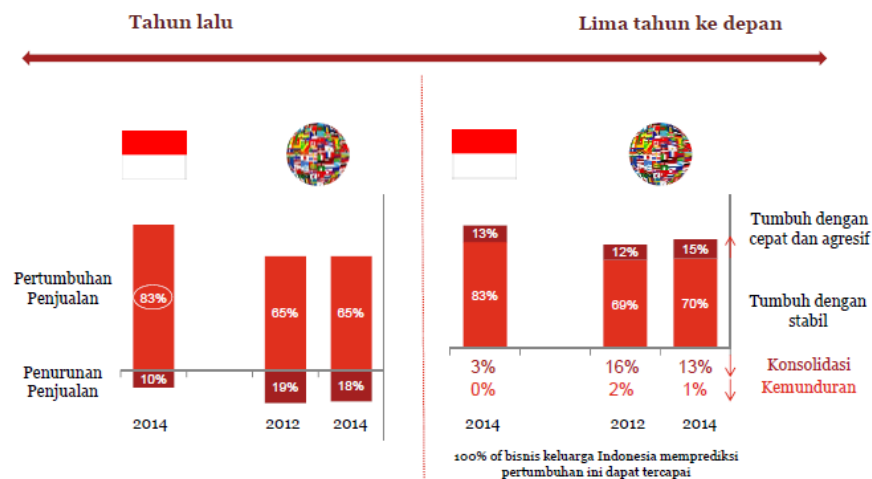
4. Family Business Ownership (FBO)

Pricewaterhouse Coopers (PwC) di Indonesia mendefinisikan bahwa perusahaan keluarga sebagai perusahaan yang mayoritas hak

suaranya berada ditangan pendiri atau pihak yang mengakuisisi perusahaan baik pasangan, orangtua, anak maupun ahli waris (PwC, 2014)

PwC (2014) mencatat kepemilikan perusahaan di Indonesia sebesar 95% merupakan perusahaan yang beroperasi pada kepemilikan keluarga yang berkaitan dengan pasar modal di Indonesia. Peningkatan pada kinerja suatu perusahaan keluarga di Indonesia dapat diketahui dari presentase pertumbuhan pada penjualan lebih cepat jika dibandingkan dengan kinerja perusahaan keluarga dalam konteks dunia. Indonesia mampu mencapai sebesar 83% sedangkan dunia hanya mampu mencapai pertumbuhan sebesar 65%. Berikut adalah grafik yang menjelaskan tentang pertumbuhan penjualan pada bisnis keluarga di Indonesia dan dunia:

Pertumbuhan Penjualan



Survey bisnis keluarga 2014
PwC

September 2014
13

Sumber: PwC 2014
Gambar 2.1 Grafik perbandingan pertumbuhan penjualan pada perusahaan keluarga di Indonesia dan dunia

PwC (2014) mengemukakan bahwa perusahaan keluarga mempunyai beberapa keunggulan dibandingkan dengan perusahaan *non*-keluarga antara lain mampu serta bertanggungjawab penuh dalam penyediaan lapangan kerja, mempertahankan *staf* melalui masa sulitnya, bertanggungjawab terhadap lingkungan masyarakat dan mempunyai budaya perusahaan yang kuat.

PwC (2014) menerangkan bahwa sebuah perusahaan disebut sebagai perusahaan keluarga jika :

1. Mayoritas suara terbesar berada pada tangan pendiri atau pihak pengakuisisi perusahaan atau pihak keluarga seperti pasangan, keturunan, orangtua atau ahli waris;
2. Minimal terdapat satu perwakilan dari keluarga yang terlibat dan menduduki posisi dalam manajemen dan/atau administrasi perusahaan;
3. Pada perusahaan publik (tbk), minimal 25% hak perusahaan melalui penanaman modal dimiliki oleh pendiri atau pengakuisisi perusahaan atau keluarga yang setidaknya juga terdapat minimal satu orang anggota keluarga menduduki jabatan dalam manajemen

Family business ownership juga dapat dilihat dari keterangan dan profil masing – masing pemegang saham apabila pemegang saham memiliki hubungan keluarga biasanya dilengkapi dengan keterangan memiliki “hubungan atau afiliasi”. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 30/POJK/4/2017 mengenai pembelian kembali

saham yang dikeluarkan oleh perusahaan terbuka pasal 1 ayat 9 yang menyatakan bahwa afiliasi adalah :

- a. Hubungan keluarga perkawinan dan keturunan sampai derajat kedua, baik secara vertikal maupun horizontal.
- b. Hubungan antara pihak dengan pegawai, direktur atau komisaris dari pihak tersebut.
- c. Hubungan antara dua perusahaan dimana terdapat satu atau lebih anggota direksi atau dewan komisaris yang sama.
- d. Hubungan antara perusahaan dan pihak, baik langsung maupun tidak langsung, mengendalikan atau dikendalikan oleh perusahaan tersebut.
- e. Hubungan antara dua perusahaan yang dikendalikan baik langsung maupun tidak langsung oleh pihak yang sama.
- f. Hubungan antara perusahaan dan pemegang saham utama.

Perusahaan keluarga atau disebut dengan *family business* merupakan usaha bisnis yang dikelola dan/atau dimiliki oleh beberapa individu yang memiliki hubungan kekeluargaan, baik suami-istri maupun keturunannya termasuk hubungan persaudaraan (Handoyo, 2010).

Berdasarkan Kitab UU Hukum Perdata atau *Burgerlijk Werboek* (BW) dalam Agustinus Simanjuntak (2010), terdapat empat golongan persaudaraan dalam keluarga yaitu:

- a) *golongan pertama* adalah keluarga dalam garis horizontal seperti suami-istri serta keturunannya (anak-anak);
- b) *golongan kedua*, adalah keluarga dalam garis vertikal seperti orang tua, saudara baik laki-laki maupun perempuan serta keturunan saudara;
- c) *golongan ketiga*, keluarga terdiri atas kakek, nenek, dan leluhur selanjutnya, dan;
- d) *golongan keempat*, adalah keluarga dalam garis vertikal seperti sanak keluarga sampai dengan keturunan derajat ke enam.

Menurut Thomas Zellweger (2017) terdapat 2 hal utama dalam mengetahui apakah sebuah bisnis merupakan bisnis keluarga atau bukan.

Faktor pertama adalah *ownership* atau kepemilikan, yaitu sebuah bisnis dikatakan bisnis keluarga apabila kepemilikan tersebut dimiliki oleh mayoritas keluarga. Bagi bisnis UMKM, kepemilikan khusus dimiliki oleh keluarga minimal sebesar 50% dari total kepemilikan perusahaan. Sedangkan bagi perusahaan *go public* minimal 20% bagian kepemilikan atas perusahaan tersebut.

Faktor kedua adalah apabila terdapat anggota keluarga yang menjabat dalam manajemen perusahaan baik sebagai direksi maupun dewan komisaris. Hal ini menunjukkan bahwa kendali perusahaan berada di tangan keluarga. Sedangkan bagi perusahaan *go public* keterlibatan anggota keluarga dalam manajemen tidak dipersyaratkan.

Dalam terminologi bisnis, perusahaan keluarga terbagi menjadi 2 macam yaitu :

1. *Family owned enterprise* (FEO), adalah suatu perusahaan dengan kepemilikan keluarga namun segala operasionalnya dikelola oleh pihak profesional yang berasal dari luar keluarga. Peran keluarga hanya sebatas pemilik dan tidak melibatkan dirinya dalam operasi di lapangan. Perusahaan dengan bentuk ini merupakan perusahaan lanjutan yang semula didirikan oleh keluarga.

2. *Family business enterprise* (FBE), adalah suatu perusahaan yang dikelola dan kepemilikan sepenuhnya ada di tangan keluarga. Ciri – ciri perusahaan ini adalah manajerial atau posisi tertinggi di perusahaan merupakan anggota keluarga sendiri. Perusahaan ini banyak ditemui di Indonesia.

Menurut Simanjuntak (2010), bisnis keluarga dalam bentuk usaha perseroan terbatas/PT dapat dilihat dari dua segi, yaitu segi kepemilikan saham (pemegang saham mayoritas) dan segi pengendalian perusahaan (*decision maker*). keluarga dengan kepemilikan mayoritas sudah pasti mempunyai posisi sebagai pengendali perusahaan. Dicontohkan dalam Simanjuntak (2010), *family business* di Indonesia seperti Group Bakrie, PT Indofood, Wings Group, dan lain-lain. Namun dalam realistik bisnis yang sesungguhnya, kepemilikan minoritas juga dapat memberikan pengaruh besar lewat manajemen perusahaan. Contoh, PT HM

Sampoerna yang mayoritas saham telah dijual ke pihak asing (Philips Morris) keluarga Sampoerna hanya menguasai 5% saham masih dominan dalam manajemen perusahaan.

Masih berkaitan dengan pernyataan di atas, Damayanti (2017) juga menjelaskan bahwa kepemilikan terkonsentrasi berarti terdapat dalam pemegang saham yang besar yang dapat mengendalikan perusahaan yang disebut pemegang saham pengendali. Damayanti (2017) menjelaskan lima klasifikasi pemegang saham pengendali yang didasarkan pada teori-teori sebelumnya yaitu antara lain pemerintah, keluarga, institusi keuangan dengan kepemilikan luas, perusahaan dengan kepemilikan luas serta pemegang saham pengendali yang berasal dari investor asing, koperasi, dan karyawan. Claessens *et al*, 2000 dalam Damayanti 2017, yang dimaksud dengan pemegang saham pengendali adalah perorangan/individu, keluarga, dan/atau institusi yang memiliki kontrol secara langsung maupun tidak langsung terhadap perusahaan pada tingkat batas hak kontrol tertentu. Presentase dalam pemegang saham pengendali disebut dengan hak kontrol langsung dimana pengendali atas namanya sendiri pada suatu perusahaan. Sedangkan hak kontrol tidak langsung merupakan penjumlahan hasil kontrol minimum dalam setiap rantai kepemilikan.

5. Nilai Perusahaan

Peningkatan nilai perusahaan adalah tujuan utama dari suatu perusahaan dengan cara meningkatkan kesejahteraan pemilik

perusahaan dan pemegang sahamnya. Hemastuti (2014) mengemukakan bahwa nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan sebab nilai yang tinggi itu menunjukkan bahwa kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

Tujuan dari manajemen perusahaan adalah memaksimalkan nilai para pemegang sahamnya (Harmono, 2017). Nilai perusahaan diukur melalui harga saham dipasar yang direfleksikan oleh publik terhadap kinerja perusahaan secara riil. Riil disini artinya stabilnya permintaan dan penawaran harga secara riil di pasar modal antara *emiten*, dan investor sehingga dinamakan titik ekuilibrium pasar. Oleh karena itu dalam teori keuangan pasar modal, harga saham dikatakan sebagai konsep nilai perusahaan (Harmono, 2015).

Sudana (2011) menjelaskan pengukuran nilai perusahaan dapat menggunakan rasio penilaian. Rasio penilaian sebagai rasio yang berkaitan dengan nilai kinerja suatu perusahaan mengenai saham yang sudah diperdagangkan di pasar modal (*go public*). Rasio ini memberikan informasi tentang peranan masyarakat dalam mengetahui nilai perusahaan sehingga timbul ketertarikan untuk pembelian saham dengan harga lebih tinggi dibanding dengan nilai bukunya.

Indikator-indikator yang mempengaruhi nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan :

a. *Price Book Value* (PBV)

Price Book Value merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh investor dalam menentukan pembelian

saham. Semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi pula kekayaan pemegang saham.

Tjiptono (2011) menjelaskan definisi PBV adalah penggambaran tentang seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. Rumus menghitung PBV adalah :

$$PBV : \frac{\text{harga per lembar saham}}{\text{nilai buku saham biasa}}$$

b. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio yaitu harga per lembar saham, indikator ini dipublikasikan dalam laporan keuangan laba rugi dan menjadi bentuk standar pelaporan keuangan perusahaan *go public* di Indonesia. Rasio ini menunjukkan seberapa besar investor menilai harga saham terhadap kelipatan earnings (Harmono, 2015).

$$PER : \frac{\text{harga pasar saham}}{\text{laba per lembar saham}}$$

c. *Earning Per Share* (EPS)

Earning Per Share merupakan rasio yang menunjukkan besarnya pengembalian modal untuk satu lembar saham. EPS secara ringkas menyajikan kinerja perusahaan yang dikaitkan dengan saham beredar. Sedangkan EPS yang dikaitkan dengan harga pasar saham dapat menunjukkan gambaran kinerja

perusahaan dibanding dengan investasi yang ditanam oleh pemilik perusahaan (Sartono, 2009).

$$PBV : \frac{\text{net profit after tax}}{\text{outstanding share}} \times 100\%$$

d. Tobin's Q

Tobin's Q merupakan konsep yang menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini mengenai nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi masa depan (Smithers dan Wright, 2007) dalam Prasetyorini (2013).

$$\text{Tobin's Q} : \frac{MV + Debt}{TA}$$

Dimana :

MV : harga saham

Debt : hutang

TA : total aset

B. Penelitian Terdahulu

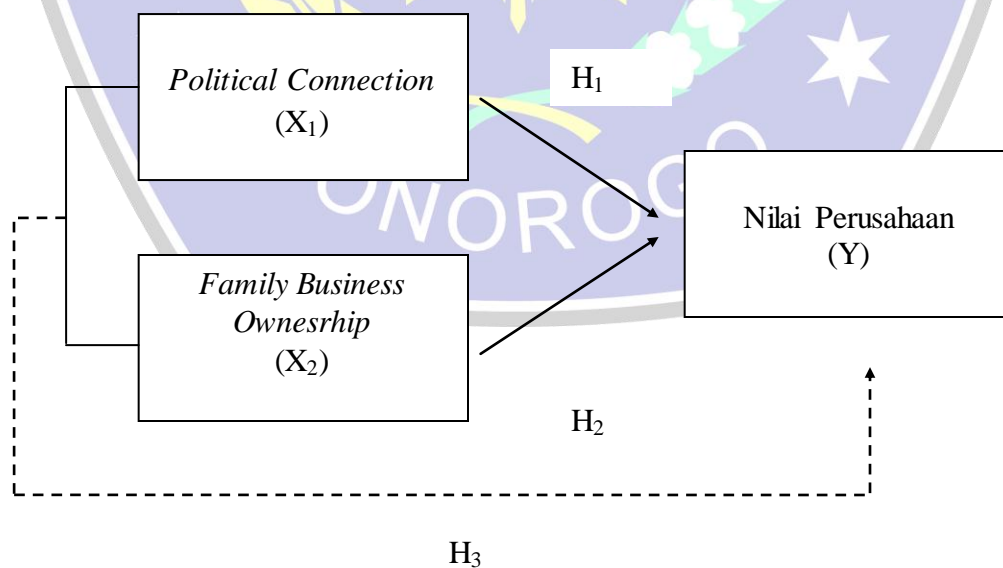
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Instansi	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Agus Bandiyono (2019)	Politeknik Keuangan Negara (STAN)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) dan <i>political connection</i> terhadap nilai perusahaan	<i>Political connection</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan
2	Paulus Tangke (2019)	Universitas Atma Jaya Makassar	Pengaruh <i>political connection</i> dan <i>foreign ownership</i> terhadap nilai perusahaan melalui <i>Corporate Social Responsibility</i> (Studi kasus perusahaan <i>non-keuangan</i> yang	<i>Political connection</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap CSR namun tidak berpengaruh terhadap nilai

			terdaftar di BEI tahun 2006-2015)	perusahaan
3	Apri Dwi Astuti Arinal Muna (2017)	Unswagati Cirebon	Pengaruh kepemilikan keluarga dan efektivitas dewan komisaris terhadap nilai perusahaan yang tergabung dalam LQ45 tahun 2012-2013	Kepemilikan keluarga berpengaruh terhadap nilai perusahaan
4	Ivana Teddy Kusumawati dan Juniarti (2014)	Universitas Kristen Petra	Pengaruh <i>family control</i> terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan pada industri dasar dan kimia	<i>Family control</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas dan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan

C. Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konsep penelitian dipakai untuk menggambarkan secara umum alur pemikiran dalam penelitian dan hubungan antar variabel penelitian. Berdasarkan tujuan penelitian, maka kerangka pemikiran penelitian dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka pemikiran menjelaskan tujuan penelitian yaitu menguji ada atau tidaknya pengaruh dari variabel *political connection* dan *family business ownership* terhadap nilai perusahaan.

D. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang telah dinyatakan dalam bentuk pernyataan. Jenis hipotesis dalam penelitian ini adalah hipotesis nol (H_0) dan hipotesis kerja (H_1). Hipotesis nol (H_0) merupakan hipotesis yang menyatakan tidak ada hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Sedangkan hipotesis kerja (H_1) merupakan hipotesis yang memiliki hubungan antara independen dan variabel dependen. Hipotesis dirumuskan berdasarkan teori – teori relevan yang mendukung penelitian.

Berdasarkan kerangka berpikir pada penelitian ini maka hipotesis yang dikemukakan oleh peneliti adalah berikut:

1. Pengaruh *political connection* terhadap nilai perusahaan

Faccio (2006), *political connection* didefinisikan sebagai situasi dimana pada suatu perusahaan terdapat politisi yang menduduki dewan komisaris dan/atau direksi. Selain itu, Faccio juga memperluas pengertian *political connection* sebagai hubungan tidak langsung yang terjadi dengan 2 cara, antara lain:

- (a) secara tidak langsung adanya hubungan antara perusahaan dengan presiden dan/atau menteri yang mempunyai kemiripan pada nama belakang dengan nama pemegang saham mayoritas dalam perusahaan tersebut

(b) adanya hubungan persahabatan yang terjalin antara presiden, menteri dan parlemen dengan pemegang saham

Fisman (2001) menyatakan jika *political connection* dijadikan penentu keputusan investasi maka berpengaruh terhadap nilai perusahaan dimana nilai akan lebih rendah jika tanpa *political connection*.

Wijantini (2007) menjelaskan perusahaan yang terhubung dengan politik memiliki keuntungan tersendiri diantaranya kemudahan mendapatkan pembiayaan pinjaman bank, keringanan membayar pajak, kekuatan kedudukan dalam pasar dan memperoleh kontrak dari pemerintah. Namun dari keuntungan kemudahan dalam peminjaman dapat meningkatkan tingkat hutang suatu perusahaan sehingga menyebabkan perusahaan semakin terbebani. Namun apabila jumlah hutang meningkat dapat menyebabkan *financial distress* yang berakibat pada penurunan nilai perusahaan sehingga mengurangi kemakmuran pemilik (Soejoko dan Soebiantoro, 2007).

H₁ : Diduga *political connection* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2. Pengaruh *family business ownership* terhadap nilai perusahaan

Zellweger (2017) menyebutkan 2 hal utama dalam membedakan suatu perusahaan merupakan bisnis keluarga apa bukan. Salah satunya adalah *ownership* atau kepemilikan, yaitu sebuah bisnis yang mayoritas pegang sahamnya dimiliki oleh keluarga. Detailnya, untuk bisnis UMKM kepemilikan khusus dimiliki oleh keluarga

minimal 50% dari total kepemilikan perusahaan. Sedangkan untuk perusahaan *go public* setidaknya 20% bagian kepemilikan atas perusahaan tersebut.

PwC (2014) mencatat sebesar 95% perusahaan di Indonesia merupakan perusahaan yang beroperasi pada kepemilikan keluarga. Kinerja perusahaan yang bersifat kepemilikan keluarga lebih lebih besar yang ditandai dengan perbandingan pertumbuhan akan penjualan di Indonesia dengan konteks perusahaan keluarga di dunia. Indonesia mampu mencapai sebesar 83% sedangkan dunia hanya mampu mencapai pertumbuhan sebesar 65%.

H₂ : Diduga *family business ownership* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan

3. Pengaruh *political connection* dan *family business ownership* terhadap nilai perusahaan

Sejati (2019) menyatakan bahwa semakin tinggi nilai suatu perusahaan suatu maka semakin besar pula kemakmuran pihak – pihak yang terlibat dalam perusahaan tersebut baik pemegang saham maupun manajerialnya. Tingginya kemakmuran pemegang saham maka bisa memberikan kesejahteraan bagi pihak – pihak disekitarnya salah satunya adalah keluarga.

Bandiyono (2019) dengan penelitiannya yang berjudul “*The Effect of Good Corporate Governance and Political Connection on Value Firm*” yang menjelaskan kasus di Indonesia pada hubungan politik dengan nilai perusahaan dilihat pada PT. Saratoga Investama

Tbk pada saat Sandiaga Uno terpilih menjadi Wakil Gubernur DKI Jakarta. Akibat peristiwa tersebut, nilai saham perseroan naik secara signifikan. Namun sebaliknya ketika Sandiaga Uno gagal dalam kandidat Wakil Presiden RI harga saham PT Saratoga Investama mengalami penurunan yang drastis. Hal ini terbukti sebagai pengaruh politik yang kuat terhadap nilai perusahaan. Perusahaan ini merupakan perusahaan yang masuk dalam indeks LQ 45, yang kepemilikan saham mayoritas oleh keluarga dan di dalam manajemen perusahaan terdapat tokoh politik.

Simanjuntak (2010) dalam bisnis keluarga yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) terdapat dua segi kepemilikan yaitu sebagai PSP atau Pemegang Saham Pengendali dan pemegang saham mayoritas. Pihak keluarga bisa mengendalikan kebijakan – kebijakan perusahaan sehingga dapat mengontrol operasional perusahaan tersebut dan pastinya berupaya untuk meningkatkan suatu nilai perusahaan. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh dua faktor tersebut yaitu *political connection* dan *family business ownership*.

H₃ : Diduga *political connection* dan *family business ownership* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan