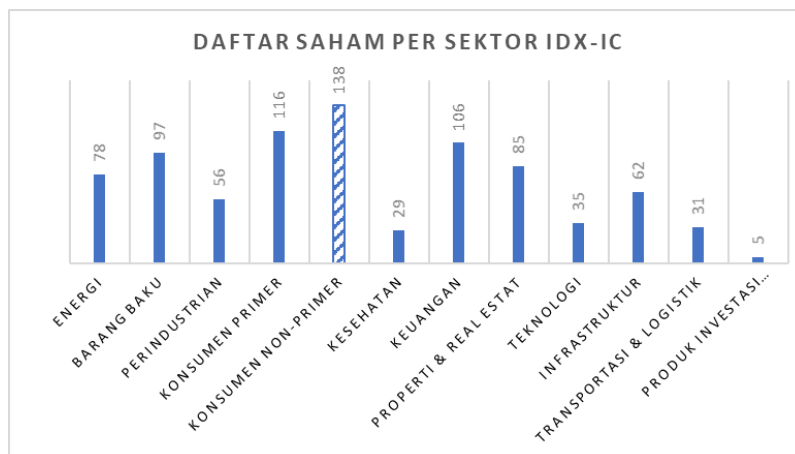


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

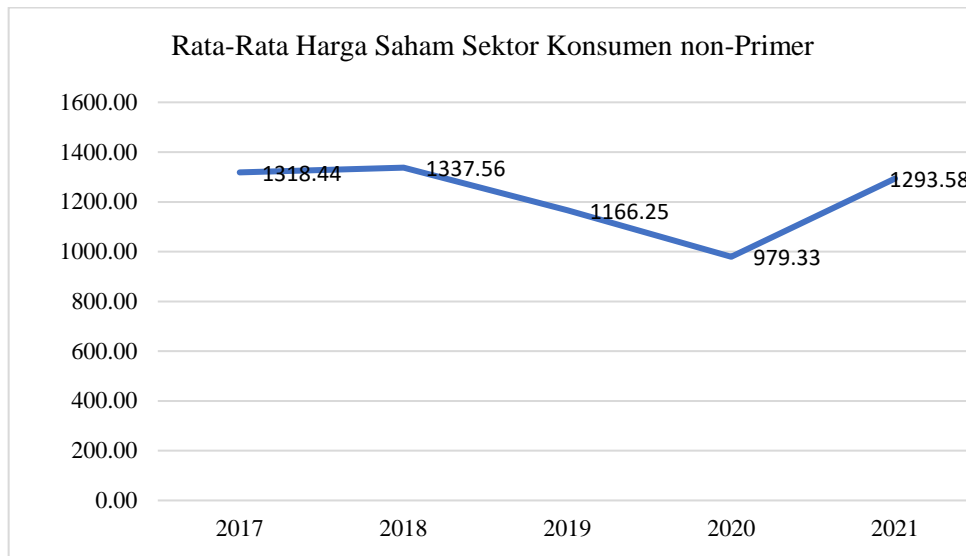
Bursa Efek Indonesia (BEI) atau yang dikenal dengan IDX merupakan salah satu pasar modal resmi yang berada di Indonesia yang didirikan pada tahun 1995. Bursa Efek Indonesia (BEI) pada saat ini memiliki 12 sektor pasar modal salah satunya adalah Sektor Konsumen non-Primer (*consumer cyclicals*). Sektor Konsumen non-Primer merupakan sektor yang memproduksi barang dan jasa yang bukan termasuk kedalam kebutuhan dasar masyarakat. Sektor Konsumen non-Primer berjalan di berbagai bidang seperti perusahaan yang memproduksi mobil penumpang dan komponennya, barang rumah tangga yang tahan lama, pakaian, sepatu, tekstil, barang olahraga dan hobi serta menyediakan jasa pariwisata, rekreasi, pendidikan, penunjang konsumen, perusahaan media, periklanan, penyedia hiburan dan perusahaan ritel barang sekunder. Simon Baptist selaku Direktur Regional *Economist Intelligence Unit* (EIU) (2020) mengatakan bahwa pertumbuhan rata-rata pengeluaran konsumen masyarakat Indonesia sangat tinggi dibandingkan dengan negara lain di Asia Tenggara sehingga berpengaruh terhadap penjualan retail. Pengeluaran uang masyarakat Indonesia juga berubah tidak hanya untuk pendidikan dan kesehatan, melainkan juga untuk barang elektronik, furnitur, serta kendaraan (Jatmiko, 2020).



Gambar 1.1 Daftar Saham Per Sektor IDX-IC
Sumber: Bursa Efek Indonesia (2022)

Dari gambar 1.1, dapat dilihat bahwa Sektor Konsumen non-Primer memiliki jumlah perusahaan yang paling banyak dibandingkan dengan sebelas sektor lainnya yaitu mencapai 138 perusahaan dengan 32 sub industri (Bursa Efek Indonesia, 2022). Sektor ini juga bersifat siklis yaitu memiliki perbandingan yang lurus dengan pertumbuhan perekonomian (Kayo, 2021). Di mana, ketika pertumbuhan perekonomian meningkat maka akan mempengaruhi peningkatan permintaan barang konsumen non-primer dan sebaliknya, ketika terjadi penurunan pertumbuhan ekonomi maka masyarakat juga akan cenderung mengurangi konsumsinya terhadap barang konsumen non-primer dan lebih memilih untuk memenuhi kebutuhan pokoknya.

Pada tahun 2020 terjadi pandemi Covid 19 yang menyebabkan keterpurukan bagi pertumbuhan perekonomian. Sektor Konsumen non-Primer menjadi salah satu sektor yang paling terdampak ketika terjadinya pandemi Covid 19 terutama pada industri pariwisata dan perhotelan (Mulyana, 2021). Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) mengatakan bahwa terdapat 2.000 hotel yang tutup dan berpotensi mengalami kerugian serta terdapat 8.000 restoran yang mengalami gulung tikar. Ketua Umum Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Indonesia atau *Association of The Indonesian Tours and Travel Agencies* (ASITA) mengungkapkan total kerugian biro perjalanan wisata pada saat kasus virus corona pertama kali diumumkan mencapai Rp54,88 triliun (CNN Indonesia, 2021). Pandemi Covid 19 juga berdampak pada industri yang bergerak di bidang hiburan yaitu adanya penutupan bioskop (Sembiring, 2021). Keterpurukan perekonomian yang disebabkan oleh adanya pandemi Covid 19 menyebabkan terjadinya penurunan harga saham pada Sektor Konsumen non-Primer. Rata-rata harga saham pada Sektor Konsumen non-Primer pada tahun 2017-2021 dapat dilihat pada gambar 1.2 berikut.



Gambar 1.2 Rata-Rata Harga Saham pada Perusahaan Sektor Konsumen non-Primer periode 2017-2021
Sumber: Data diolah penulis dari Bursa Efek Indonesia (2022)

Gambar 1.2 di atas menunjukkan rata-rata harga saham Sektor Konsumen non-Primer pada tahun 2017-2021 yang fluktuatif, rata-rata harga saham Sektor Konsumen non-Primer pada tahun 2018 mengalami kenaikan dibandingkan tahun 2017, namun pada tahun 2019-2020 sempat mengalami penurunan sebelum akhirnya naik kembali pada tahun 2021. Salah satu penyebab fluktuasi rata-rata harga saham pada tahun 2017-2021 Sektor Konsumen non-Primer disebabkan oleh naik turunnya pertumbuhan perekonomian yang terjadi. Pada tahun 2018, terjadi peningkatan rata-rata harga saham dikarenakan adanya kenaikan pertumbuhan perekonomian sebesar 5,18% sedangkan pada tahun 2019-2020 pertumbuhan perekonomian terus mengalami penurunan karena adanya efek dari pandemi Covid 19 sehingga rata-rata harga saham Sektor Konsumen non-Primer juga ikut menurun. Kemudian, pada tahun 2021 rata-rata harga saham kembali menunjukkan peningkatan, hal ini dikarenakan pada tahun 2021 pertumbuhan perekonomian meningkat sebesar 5,02% dari tahun sebelumnya karena sudah mulai membaiknya mobilitas masyarakat akibat adanya pelanggaran PPKM. Dapat dikatakan bahwa perubahan rata-rata harga saham yang terjadi pada Sektor Konsumen non-Primer selaras dengan pertumbuhan perekonomian.

Perubahan rata-rata harga saham menjadi dasar utama bagi para investor dalam mengambil keputusan investasi di suatu perusahaan karena perusahaan tersebut dinilai akan mempengaruhi besarnya potensi keuntungan dan kerugian yang dapat dialami oleh investor di masa yang akan datang. Ketika harga saham menurun maka akan membuat respons pasar juga ikut menurun dan mengakibatkan investor tidak akan berinvestasi pada perusahaan sehingga nilai perusahaan juga akan menurun. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk meneliti nilai perusahaan dengan sektor barang konsumen non primer sebagai objek penelitian.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Sebuah perusahaan didirikan dengan suatu tujuan tertentu baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek perusahaan yaitu meningkatkan laba perusahaan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki perusahaan, sedangkan tujuan jangka panjang dari perusahaan yaitu meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham serta mampu meningkatkan nilai perusahaan (Suwardika & Mustanda, 2017). Perusahaan akan selalu berusaha untuk berjalan secara optimal agar dapat mencapai tujuannya dengan cara meningkatkan kinerja perusahaan sehingga harga saham dan nilai perusahaan akan meningkat juga. Tingginya harga saham perusahaan akan menyebabkan meningkatnya keuntungan pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor dan membuat permintaan saham meningkat yang menyebabkan nilai perusahaan juga ikut meningkat (Widyaningsih, 2018).

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli ketika saham perusahaan tersebut dijual (Husnan dalam Juwita, 2016). Nilai perusahaan juga dapat diartikan sebagai persepsi seorang investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Hernita, 2019). Nilai perusahaan akan menjadi sangat penting bagi para pemegang saham ketika akan menanamkan modalnya kepada suatu perusahaan karena pada dasarnya para pemegang saham akan melihat kinerja dari perusahaan yang berkaitan. Kinerja perusahaan tersebut dapat dilihat dengan menggunakan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan metode Tobin's Q. Metode Tobin's Q merupakan metode yang paling baik dibandingkan dengan

metode lainnya karena metode ini memasukkan semua unsur utang, modal, dan aset perusahaan (Riyadi, 2018). Metode ini juga digunakan untuk menggolongkan perusahaan apakah termasuk ke dalam *undervalued* atau *overvalued*.

Adapun fenomena yang berkaitan dengan nilai perusahaan terjadi pada Sektor Konsumen non-Primer yaitu pada tahun 2019, PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI) mencatatkan laba bersih yang meningkat sebesar 26,86% dari periode sebelumnya yang memiliki nilai Rp735,82 miliar menjadi Rp933,49 miliar sehingga mengakibatkan nilai laba per saham juga mengalami kenaikan dari Rp44 per saham menjadi Rp56 per saham. Aset perusahaan mengalami peningkatan dari Rp12,36 triliun menjadi Rp13,93 triliun serta liabilitas pada tahun 2019 menurun menjadi Rp6,56 triliun. Pada awal dipublikasikannya laporan keuangan tahun 2019 PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI) mendapatkan respons positif dari investor sehingga saham PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI) menyentuh level Rp650 per saham. Namun pada hari yang sama harga saham melemah sebesar 1,65% menjadi Rp595 per saham. Secara *year to date*, saham PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI) juga mengalami penurunan sebesar 41,21% (Sidik, 2020). Meskipun terjadi peningkatan pada kinerja keuangan PT Mitra Adiperkasa (MAPI) tahun 2019 namun tidak disertai dengan adanya kenaikan harga saham, hal ini diduga karena PT Mitra Adiperkasa (MAPI) masih belum bisa meningkatkan minat para calon investor, karena calon investor masih melakukan pemantauan terhadap prospek kerja PT Mitra Adiperkasa (MAPI) di masa yang akan datang serta masih memantau kinerja keuangan perusahaan tersebut.

Selain itu, pada tahun 2020 utang bank jangka pendek PT Sri Rejeki Isman Tbk (SRIL) meningkat dari US\$67,6 juta menjadi US\$277,5 juta. PT Sri Rejeki Isman Tbk (SRIL) juga memiliki surat utang jangka menengah senilai US\$25 juta dan utang bank jangka panjang senilai US\$6,2 juta. Sedangkan kas dan setara kas perseroan hanya mencapai US\$187,6 juta. Sehingga menyebabkan PT Sri Rejeki Isman Tbk (SRIL) mengalami gagal bayar utang jangka pendek dan harus menghadapi Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang (PKPU). Proses PKPU tersebut membuat PT Sri Rejeki Isman Tbk (SRIL) tidak membayar pokok dan bunga utang jangka menengah. Kala itu harga satu unit saham PT Sri Rejeki Isman

Tbk (SRIL) saat IPO dipatok di Rp240. Setelah IPO, harga saham PT Sri Rejeki Isman Tbk (SRIL) cenderung naik dan turun namun setelah kejadian gagal bayar utang tersebut, harga saham SRIL tak mampu lagi kembali ke level *all time high* (Putra, 2022). Kegagalan perusahaan dalam membayar utangnya menimbulkan ketidakpercayaan calon investor sehingga hal ini dapat menurunkan nilai perusahaan.

Fenomena yang dipaparkan di atas menunjukkan bahwa harga saham pada perusahaan Sektor Konsumen non-Primer mengalami penurunan yang berdampak pada nilai perusahaan. Apabila perusahaan terus mengalami penurunan nilai perusahaan akan mempengaruhi keputusan investor dalam berinvestasi padahal investor memiliki peranan yang cukup penting dalam menunjang keberlangsungan suatu perusahaan. Untuk menjaga nilai suatu perusahaan maka manajemen harus dapat menjaga kepercayaan seorang investor dengan menyediakan informasi mengenai perusahaan secara menyeluruh sehingga dapat meyakinkan investor bahwa perusahaan dapat menghasilkan keuntungan di masa yang akan datang.

Nilai perusahaan diduga dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu *related party transaction* dan manajemen laba. Susilo & Tyas (2020) mengatakan bahwa *related party transaction* merupakan hubungan istimewa yang menjadi salah satu alternatif yang digunakan untuk menjalankan bisnis dalam aktivitas perusahaan. Transaksi dengan pihak berelasi dapat menurunkan nilai perusahaan karena dengan adanya transaksi tersebut dapat menimbulkan konflik antara pemegang saham kendali dengan pemegang saham minoritas. Penelitian mengenai pengaruh *related party transaction* terhadap nilai perusahaan telah dilakukan oleh Rosa *et al.* (2018) dan Anggala & Basana (2020). Hasil penelitian Rosa *et al.* (2018) menjelaskan bahwa *related party transaction* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Anggala & Basana (2020) membuktikan bahwa *related party transaction* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah manajemen laba. Manajemen laba merupakan suatu praktik yang dilakukan oleh manajer perusahaan untuk mengendalikan laba perusahaan dengan berbagai teknik agar mendapatkan hasil laba yang diinginkan. Manajemen laba dilakukan oleh manajer

oportunistis yang memiliki informasi lebih banyak mengenai perusahaan dengan cara mengalokasikan sumber daya untuk kepentingan pribadinya akan mengakibatkan dampak buruk bagi perusahaan di masa yang akan mendatang sehingga menyebabkan terjadinya penurunan nilai perusahaan. Penelitian mengenai pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan telah dilakukan oleh Darmawan (2020) dan Fahmi & Prayoga (2018). Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Darmawan (2020) menjelaskan bahwa praktik manajemen laba memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan Fahmi & Prayoga (2018) membuktikan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Para investor sangat merespons adanya kepemilikan institusional dalam suatu perusahaan, sehingga besar kecilnya kepemilikan institusional dapat mempengaruhi investor. Oleh karena itu, kepemilikan institusional juga dapat memoderasi pengaruh *related party transaction* terhadap nilai perusahaan. Penelitian mengenai pengaruh kepemilikan institusional terhadap hubungan antara *related party transaction* dengan nilai perusahaan sudah dilakukan oleh Ermad *et al.* (2020) dan Panjaitan *et al.* (2022). Hasil penelitian Ermad *et al.* (2020) menjelaskan bahwa kepemilikan institusional tidak dapat mempengaruhi hubungan antara *related party transaction* dengan nilai perusahaan, sedangkan Panjaitan *et al.* (2022) menjelaskan bahwa kepemilikan institusional dapat memoderasi hubungan antara *related party transaction* dengan nilai perusahaan.

Kepemilikan institusional memiliki fungsi pengawasan, yang mana kepemilikan institusional dapat memonitor tindakan manajemen suatu perusahaan. Penelitian mengenai pengaruh kepemilikan institusional terhadap hubungan antara manajemen laba dengan nilai perusahaan sudah dilakukan oleh Sinartaz & Suhartono (2020) dan Nersiyanti *et al.* (2020). Hasil penelitian Sinartaz & Suhartono (2020) menjelaskan bahwa kepemilikan institusional dapat memperlemah hubungan antara manajemen laba dengan nilai perusahaan, sedangkan Nersiyanti *et al.* (2020) membuktikan bahwa kepemilikan institusional tidak dapat mempengaruhi hubungan antara manajemen laba dengan nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan dan adanya fenomena-fenomena yang terjadi serta masih terdapat inkonsistensi pada hasil penelitian-penelitian sebelumnya membuat penulis tertarik untuk melakukan pengujian kembali menggunakan variabel-variabel yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan judul **“PENGARUH *RELATED PARTY TRANSACTION* DAN MANAJEMEN LABA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi pada Sektor Barang Konsumen non-Primer yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021)”**.

1.3 Perumusan Masalah

Tujuan utama dari perusahaan adalah memperoleh keuntungan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya serta bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham yang digambarkan dengan nilai perusahaan. Adanya fenomena mengenai naik turunnya harga saham menjadi suatu hal yang berdampak terhadap naik turunnya nilai perusahaan. Pada tahun 2019 terjadi peningkatan laba perusahaan tetapi harga saham PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI) mengalami penurunan, hal ini diduga karena peningkatan laba tersebut tidak diikuti dengan peningkatan minat calon investor karena diduga para calon investor masih melakukan pemantauan atas kinerja keuangan yang baru dikeluarkan. Kemudian, pada tahun 2020 terjadi penurunan harga saham pada PT Sri Rejeki Isman Tbk (SRIL) yang disebabkan oleh kegagalan perusahaan dalam melunasi utang-utang yang dimilikinya sehingga menyebabkan menurunnya tingkat kepercayaan investor dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi. Oleh sebab itu, nilai suatu perusahaan harus tetap terjaga yang tercermin dalam harga saham perusahaan tersebut.

Selain terjadinya fenomena mengenai nilai perusahaan, hasil penelitian terdahulu yang telah melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan pun memberikan hasil yang beragam atau dengan kata lain masih terdapat inkonsistensi. Maka dari itu, peneliti ingin melakukan penelitian mengenai pengaruh *related party transaction*, manajemen

laba, dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat disusun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana *related party transaction*, manajemen laba, kepemilikan institusional, dan nilai perusahaan pada perusahaan Sektor Konsumen non-Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021?
2. Apakah *related party transaction* dan manajemen laba berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Sektor Konsumen non-Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021?
3. Apakah *related party transaction*, manajemen laba, kepemilikan institusional, interaksi antara *related party transaction* dengan kepemilikan institusional, dan interaksi manajemen laba dengan kepemilikan institusional berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Sektor Konsumen non-Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021?
4. Apakah *related party transaction* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Sektor Konsumen non-Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021?
5. Apakah manajemen laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Sektor Konsumen non-Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021?
6. Apakah kepemilikan institusional mampu memoderasi hubungan antara *related party transaction* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Sektor Konsumen non-Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021?
7. Apakah kepemilikan institusional mampu memoderasi hubungan antara manajemen laba terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Sektor Konsumen non-Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian dalam perumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka terdapat tujuan dari penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *related party transaction*, manajemen laba, kepemilikan institusional, dan nilai perusahaan pada perusahaan Sektor Konsumen non-Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021.
2. Untuk menjelaskan pengaruh *related party transaction* dan manajemen laba secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Sektor Konsumen non-Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021.
3. Untuk menjelaskan pengaruh *related party transaction*, manajemen laba, kepemilikan institusional, interaksi antara *related party transaction* dengan kepemilikan institusional, dan interaksi manajemen laba dengan kepemilikan institusional secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Sektor Konsumen non-Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021.
4. Untuk menjelaskan pengaruh *related party transaction* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Sektor Konsumen non-Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021.
5. Untuk menjelaskan pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Sektor Konsumen non-Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021.
6. Untuk menjelaskan kepemilikan institusional dalam memoderasi hubungan antara *related party transaction* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Sektor Konsumen non-Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021.
7. Untuk menjelaskan kepemilikan institusional dalam memoderasi hubungan antara manajemen laba terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Sektor Konsumen non-Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak baik dari segi teoritis maupun segi praktis.

1.5.1 Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Manfaat ini dikelompokkan ke dalam dua aspek, yaitu:

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan bagi akademisi dalam pemahaman ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan nilai perusahaan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi para peneliti selanjutnya agar dapat melakukan pengembangan teori mengenai nilai perusahaan secara lebih lanjut dengan menggunakan variabel yang berbeda.

1.5.2 Aspek Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak yang meliputi:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi bahan untuk evaluasi bagi pihak manajemen perusahaan dalam menentukan langkah-langkah yang tepat dalam meningkatkan nilai perusahaan secara efektif khususnya pada perusahaan Sektor Konsumen non-Primer.

2. Bagi Investor

Penelitian ini dapat menjadi bahan informasi tambahan bagi para investor dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi pada suatu perusahaan khususnya pada perusahaan Sektor Konsumen non-Primer.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penelitian memberikan gambaran secara garis besar dengan tujuan untuk mempermudah penulis dalam membahas penelitian, terdiri dari 5 (lima) bab diantaranya yaitu sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini memberikan gambaran secara umum, ringkas, dan padat mengenai objek penelitian, latar belakang yang mengangkat fenomena penelitian dan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, perumusan masalah yang berisikan pertanyaan penelitian terkait dengan nilai perusahaan, tujuan penelitian yang ingin dicapai berdasarkan rumusan masalah, manfaat penelitian yang terbagi menjadi dua aspek yaitu aspek teoritis dan aspek praktis, serta sistematika penulisan tugas akhir yang memaparkan sistematika secara tersusun yang digunakan dalam penyusunan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menjelaskan teori secara umum hingga khusus dengan jelas mengenai teori keagenan, nilai perusahaan, *related party transaction*, manajemen laba, serta kepemilikan institusional, kemudian diikuti dengan adanya penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi penelitian, terdapat kerangka pemikiran yang membahas mengenai model konseptual bagaimana variabel-variabel independen dan moderasi dapat berhubungan dengan nilai perusahaan, dan terdapat hipotesis penelitian yang membahas mengenai jawaban sementara dari penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian di mana penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif, variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga, yaitu variabel dependen yaitu nilai perusahaan, variabel independen yaitu *related party transaction*, manajemen laba, dan kepemilikan institusional, serta variabel moderasi yaitu kepemilikan institusional, terdapat tahapan dalam penelitian, penentuan populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan melalui pendekatan dan diuraikan secara sistematis serta membahas pengaruh variabel-variabel independen yaitu *related party transaction* dan manajemen laba

dengan kepemilikan institusional sebagai variabel moderasi terhadap variabel dependennya yaitu nilai perusahaan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran. Pembahasan pada bab ini merupakan uraian jawaban dari pertanyaan penelitian mengenai pengaruh *related party transaction*, manajemen laba, dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan, kemudian memberikan saran mengenai hal yang harus diperbaiki yang berkaitan dengan manfaat penelitian yang diperuntukkan kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

Halaman ini sengaja dikosongkan