



IKATAN AKUNTAN INDONESIA
KOMPARTEMEN AKUNTAN PENDIDIK



Book Of **ABSTRACTS**



**“Peran Akuntan Pendidik
dengan Semangat Ruhui Rahayu
Memacu Pembangunan Ekosistem Indonesia
yang Berkelanjutan”**

Diselenggarakan Oleh:
Ikatan Akuntan Indonesia Kompartemen Akuntan Pendidik
Bekerjasama dengan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman
Samarinda, 5-7 September 2018

**PENGARUH RETURN ON EQUITY, ENTERPRISE RISK
MANAGEMENT, DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2013-2015**

Poster Paper

Linda Santioso
Universitas Tarumanagara
linda.santioso@gmail.com

Nurainun Bangun
Univeristas Tarumanagara
Inun66@yahoo.com

Yuniarwati
Universitas Tarumanagara
yuniarwati@fe.untar.ac.id

Jimmy
Univeristas Tarumanagara
budiartojimmy@gmail.com

***Abstract:** The purpose of this research is to examine the effect of return on equity, enterprise risk management and corporate social responsibility on firm value. The sample of this research limited to manufacture companies that listed on Indonesia Stock Exchange for the period 2013-2015. This research uses 150 data with 50 companies selected per year. Analysis tool used multiple linear regression of SPSS 21.00. The dependent variable on this research is firm value, and independent variable are return on equity, enterprise risk management, and corporate social responsibility. The result showed that return on equity and enterprise risk management affect the firm value, while corporate social responsibility have no effect on firm value.*

Keyword: Return on Equity, Enterprise Risk Management, Corporate Social Responsibility, Firm Value

1. PENDAHULUAN

Pada dasarnya, setiap perusahaan memiliki tujuan utama, yaitu untuk memperoleh laba yang maksimal. Pada era globalisasi ini, persaingan antar perusahaan yang semakin ketat, menuntut perusahaan untuk menghadapi dan mengantisipasi segala situasi agar mampu bertahan dan tetap maju di tengah situasi tersebut, khususnya dalam rangka pencapaian tujuan utama perusahaan tersebut (Chandra, 2010, dalam Ardimas dan Wardoyo, 2014).

Tujuan lain dari pendirian suatu perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan tersebut dimana dapat tercerminkan oleh harga sahamnya. Setiap perusahaan tentunya menginginkan nilai perusahaan yang tinggi sebab hal tersebut juga secara tidak langsung menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. (Haruman, 2008, dalam Ardimas dan Wardoyo, 2014).

Terdapat banyak faktor yang dapat menentukan nilai perusahaan, salah satunya *Return on equity*. Menurut Kasmir (2012) dalam Languju, Mangantar dan Tasik (2016), *Return on equity* dimaksudkan untuk mengukur seberapa banyak keuntungan yang menjadi hak pemilik modal sendiri. Adanya pertumbuhan ROE menunjukkan prospek perusahaan yang semakin baik berarti adanya potensi peningkatan keuntungan yang diperoleh perusahaan. Dengan adanya kenaikan ROE, maka terjadi kenaikan laba bersih dari perusahaan yang bersangkutan, sehingga para investor dapat menggunakan indikator ROE sebagai bahan pertimbangan untuk menanamkan modalnya, karena rasio ini menunjukkan bahwa apabila kinerja manajemen meningkat, maka perusahaan dapat mengelola sumber dana pembiayaan operasional secara efektif untuk menghasilkan laba bersih sehingga saham perusahaan banyak diminati oleh investor (Husaini, 2012).

Penerapan *Enterprise Risk Management (ERM)* dalam suatu perusahaan akan dapat membantu mengontrol aktivitas manajemen sehingga perusahaan dapat meminimalisir terjadinya *fraud* yang dapat merugikan perusahaan. *ERM disclosure* merupakan informasi pengelolaan risiko yang dilakukan oleh perusahaan dan mengungkapkan dampaknya terhadap masa depan perusahaan (Devi, Badera, dan Budiasih, 2016).

Perusahaan dapat memberikan informasi secara *financial* dan *nonfinancial* kepada pihak luar tentang profil risiko melalui *ERM disclosure*. *ERM disclosure* juga berfungsi sebagai sinyal komitmen

perusahaan untuk manajemen risiko (Hoyt dan Liebenberg, 2011, dalam Devi, Badera, dan Budiasih, 2016).

Saat ini tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu tanggung jawab perusahaan pada aspek sosial, lingkungan, dan keuangan sehingga setiap perusahaan diwajibkan mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (Rustiarini, 2010, dalam Fitri dan Herwiyanti, 2015). *Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, *image* perusahaan menjadi meningkat (Retno dan Priantinah, 2012).

Penelitian yang dilakukan oleh Languju, Mangantar, dan Tasik (2016) menyimpulkan bahwa *ROE* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi simpulan itu bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2015) menyimpulkan bahwa *ROE* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Devi, Badera, dan Budiasih (2016) menyimpulkan bahwa *ERM* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi simpulan tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustina dan Baroroh (2014) yang menyimpulkan bahwa pelaksanaan *ERM* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Fitri dan Herwiyanti (2014) menyimpulkan bahwa pengungkapan *CSR* berpengaruh pada nilai perusahaan. Simpulan tersebut bertentangan dengan hasil yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh Ardimas dan Wardoyo (2014) yang menyimpulkan bahwa praktik *CSR* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari beberapa penelitian terdahulu yang telah dipaparkan sebelumnya yang meneliti tentang pengaruh ketiga variabel yaitu *Return on Equity*, *enterprise risk management* dan *corporate social responsibility* masih menghasilkan hasil yang beragam dan tidak konsisten terhadap nilai perusahaan.

Oleh karena itu dalam penelitian ini akan diteliti kembali apakah ada pengaruh yang signifikan antara *Return on Equity*, *Enterprise Risk Management*, dan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI? Berdasarkan rumusan masalah

diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris pengaruh *Return on Equity*, *Enterprise Risk Management* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

2. LANDASAN TEORI

2.1. TEORI STAKEHOLDER

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah suatu entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan. *Stakeholder* merupakan semua pihak, internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi ataupun dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung (Hadi, 2011, dalam Handriyani dan Andayani, 2013).

Pada dasarnya teori *stakeholder* mendasarkan diri pada asumsi: (1) perusahaan memiliki hubungan dengan banyak kelompok-kelompok konstituen (*stakeholder*) yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh keputusan perusahaan, (2) Teori ini ditekankan pada sifat alami hubungan dalam proses dan keluaran bagi perusahaan dan *stakeholder*-nya, (3) Kepentingan semua legitimasi *stakeholder* memiliki nilai secara hakiki, dan tidak membentuk kepentingan yang didominasi satu sama lain, (4) Teori ini memfokuskan pada pengambilan keputusan manajerial. Berdasarkan asumsi *stakeholder theory*, maka perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern* (Ardianto dan Machfudz, 2011:75-76, dalam Handriyani dan Andayani, 2013).

2.2. TEORI SIGNALLING

Teori sinyal menjelaskan alasan perusahaan menyajikan informasi untuk kepentingan pasar modal. Hal ini dikemukakan oleh Wolk et. al., (2001, dalam Wulandari, Machmuddah, dan Utomo, 2016). Teori sinyal menjelaskan bahwa manajer memberikan sinyal kepada pihak-pihak yang memiliki kepentingan di perusahaan untuk mengurangi informasi asimetri. Perusahaan dapat

menggunakan CSR *disclosure* untuk mengurangi asimetri informasi, sebagai sinyal untuk memberikan informasi kepada para pemangku kepentingan bahwa perusahaan memiliki informasi yang baik. Dengan demikian sinyal tersebut dapat menarik investor dan dapat membangun *image* perusahaan (Wulandari, Machmuddah, dan Utomo, 2016).

Teori sinyal juga mengemukakan tentang bagaimana sebuah perusahaan dapat memberikan sinyal kepada para pengguna laporan keuangan. Sinyal ini dapat berupa informasi maupun promosi yang menyatakan bahwa perusahaan lebih baik daripada perusahaan lainnya. Informasi maupun promosi ini memberikan informasi mengenai apa yang telah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik perusahaan (Wulandari, Machmuddah, dan Utomo, 2016).

Pengungkapan lingkungan perusahaan merupakan salah satu aktivitas CSR dimana aktivitas itu memiliki motif yang dominan untuk memberikan sinyal tentang kualitas manajemennya. Kualitas dari pelaporan keuangan merupakan sinyal bagi pelaku pasar keuangan dan *stakeholder* atau pemangku kepentingan lainnya yang menunjukkan bahwa manajemen mampu mengendalikan resiko lingkungan dan sosial perusahaannya (Gray et. al., 2005, dalam Wulandari, Machmuddah, dan Utomo, 2016).

Selain itu, kegiatan CSR *disclosure* merupakan sinyal yang bagus bagi investor dan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) bahwa perusahaan telah aktif dalam kegiatan CSR sehingga nilai perusahaan berada pada posisi yang bagus dan dapat membuat kinerja sosial perusahaan menjadi bagus. Akibatnya perusahaan mendapatkan reputasi yang baik dari pasar modal dan pasar utang (Sun et. al., 2010, dalam Wulandari, Machmuddah, dan Utomo, 2016).

2.3. NILAI PERUSAHAAN

Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional (Handriyani dan Andayani, 2013).

Suatu perusahaan dapat dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari tingginya harga saham perusahaan, jika nilai sahamnya tinggi dapat dikatakan nilai perusahaan juga baik. Setiap perusahaan yang didirikan menginginkan harga saham yang dijual memiliki potensi harga tinggi sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkat menyebabkan nilai perusahaan juga akan meningkat karena tujuan perusahaan dalam jangka panjang adalah mengoptimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan menggambarkan semakin sejahtera pula pemiliknya (Gunawan dan Utami, 2008, dalam Handriani dan Andayani, 2013).

2.4. RETURN ON EQUITY

Pengertian *Return on equity* menurut Kieso, Weygandt, dan Warfield (2014: 728): “*Return on equity measures profitability from the ordinary shareholders’ viewpoint. This ratio shows how many dollars of net income the company earned for each dollar invested by the owners. Return on equity also helps investors judge the worthiness of a share when the overall market is not doing well.*” *Return on Equity* merupakan salah satu rasio profitabilitas. Profitabilitas mengukur fokus pada laba perusahaan. Tentu saja, perusahaan besar diharapkan menghasilkan lebih banyak laba daripada perusahaan kecil, jadi untuk memfasilitasi perbandingan lintas perusahaan, total laba diekspresikan dalam basis per-dolar. (Brealey, Myers, dan Marcus, 2011:80). *Return on Equity (ROE)* adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham. Harga saham mengindikasikan nilai perusahaan, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi keuntungan pemegang saham dan nilai perusahaan.

2.5. ENTERPRISE RISK MANAGEMENT

“*Enterprise risk management is a process, affected by an entity’s board of directors, management and other personnel, applied in strategy setting and across the enterprise, designed to identify potential events that may affect the entity, and manage risk to be within its risk appetite, to provide reasonable assurance regarding the achievement of entity objectives*” (Coso, 2007). Jadi, sebuah ERM dirancang

untuk mampu mengidentifikasi kejadian- kejadian potensial yang berperan dalam pengambilan keputusan di perusahaan dengan mengelola resiko agar berada pada tingkat risiko yang masih dapat dikontrol perusahaan untuk memberikan keyakinan terhadap pencapaian tujuan perusahaan yang melibatkan dewan direksi, manajemen dan anggota perusahaan. Proses ERM harus diimplementasikan dalam pengaturan strategi di seluruh bagian perusahaan.

Upaya peningkatan kualitas penerapan manajemen risiko dapat dilakukan melalui manajemen risiko yang terintegrasi (*integrated risk management*) yaitu penerapan *Enterprise Risk Management (ERM)*. *ERM* memungkinkan manajemen untuk secara efektif menangani ketidakpastian terkait dengan risiko dan peluang, serta meningkatkan kapasitas untuk membangun nilai perusahaan. (*Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission [COSO], 2007*).

2.6. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) mendefinisikan *corporate social responsibility*: “*Continuing commitment by business to behave ethically and contributed to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large*” (Agoes dan Ardana, 2009: 89)

Definisi tersebut menunjukkan bahwa komitmen bisnis untuk secara terus menerus berperilaku etis dan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi serta meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, masyarakat lokal, serta masyarakat luas pada umumnya (Agoes dan Ardana, 2009:89).

Kepedulian dunia usaha untuk menyisihkan dana aktifitas CSR secara berkelanjutan sebenarnya juga akan mendatangkan sejumlah manfaat bagi dunia bisnis itu sendiri, salah satunya yaitu mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan. Dengan begitu produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati oleh para investor. CSR dapat digunakan sebagai alat marketing baru bila pelaksanaannya sesuai dengan visi dan misi perusahaan dan dilaksanakan secara berkelanjutan maka citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi (Handriyani dan Andayani, 2013).

Dengan meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan akan meningkat dan pada akhirnya tingkat profitabilitas perusahaan juga akan meningkat. Itu sebabnya

CSR berperan sangat penting dalam meningkatnya nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktifitas sosial di lingkungan sekitar perusahaan (Handriyani dan Andayani, 2013).

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (revisi 2009) paragraf 12 secara jelas menyampaikan saran untuk mengungkapkan bentuk tanggung jawab atas masalah sosial, yaitu sebagai berikut : Entitas dapat pula menyajikan terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan.

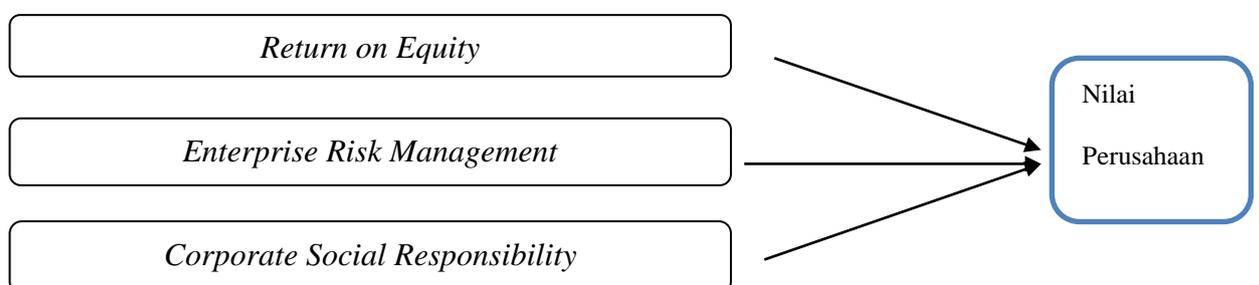
2.7.PERUMUSAN HIPOTESIS

Berdasarkan pemaparan di atas maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

H1: *Return on equity memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.*

H2: *Enterprise Risk Management memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.*

H3: *Corporate Social Responsibility memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan*



Gambar 1. Model Penelitian

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. POPULASI DAN OBYEK PENELITIAN

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2013-2015. Sampel dalam penelitian ini adalah 50 perusahaan manufaktur. Obyek penelitian adalah *return on equity*, *enterprise risk management*, *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan.

3.2. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan dan data sekunder. Studi kepustakaan dilakukan dengan mempelajari jurnal ilmiah, buku literature, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Menurut Riadi (2015: 30) data sekunder yaitu informasi tangan kedua yang sudah dikumpulkan oleh berbagai orang (organisasi) untuk tujuan tertentu dan tersedia untuk berbagai penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini diambil dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013-2015.

3.3. METODE PENARIKAN SAMPEL

Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria-kriteria atau sifat-sifat tertentu yang sudah diketahui sebelumnya (Hadi, 2015: 196). Kriteria dalam melakukan penelitian ini adalah : a) perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tiga tahun berturut-turut pada periode 2013-2015, b) perusahaan yang mengeluarkan laporan tahunan selama tiga tahun berturut-turut pada periode 2013-2015, c) perusahaan manufaktur yang mengeluarkan laporan keuangan yang dinyatakan dalam mata uang rupiah dan berakhir pada 31 Desember selama periode 2013-2015 secara berturut-turut, d) perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama periode 2013-2015, dan e) perusahaan manufaktur yang menerapkan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan selama tiga tahun berturut-turut pada periode 2013-2015.

3.4. TEKNIK ANALISIS

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda karena dalam penelitian ini menggunakan satu variabel dependen dan tiga variabel independen. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program *software Statistical Product and Service Solution (SPSS) for windows version 21*.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \text{ROE} + \beta_2 \text{ERM} + \beta_3 \text{CSR} + \varepsilon$$

Keterangan :

Y	=	Nilai Perusahaan
B0	=	Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	=	Koefisien Regresi
ROE	=	<i>Return On Equity</i>
ERM	=	<i>Enterprise Risk Management</i>
CSR	=	<i>Corporate Social Responsibility</i>

3.5. OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel dependen ialah Nilai Perusahaan. Nilai perusahaan diukur dengan menggunakan rasio *Price to Book Value (PBV)*. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{PBV} = \frac{\text{market price per share}}{\text{book value per share}}$$

Variabel independen pertama ialah *Return On Equity*. ROE merupakan rasio antara laba bersih terhadap total *equity*. Semakin tinggi ROE menunjukkan semakin efisien perusahaan menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba atau keuntungan bersih. ROE digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian perusahaan atau efektivitas perusahaan didalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas (*shareholders' equity*) yang dimiliki oleh perusahaan. Rumus yang digunakan untuk mengukur ROE adalah:

$$\text{ROE} = \frac{\text{net income}}{\text{total equity}} \times 100\%$$

Variabel independen kedua ialah *Enterprise Risk Management*. ERM diukur dengan melihat pengungkapan ERM yang tercantum dalam *annual report* perusahaan dengan skala dikotomi tidak tertimbang (*unweighted dichotomous scale*). Setiap pengungkapan suatu item akan diberi nilai 1 dan 0 jika item tidak diungkapkan, dan selanjutnya skor dari setiap item akan dijumlahkan untuk memperoleh total skor pengungkapan untuk setiap perusahaan. Indeks *ERM disclosure* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$ERMDI = \frac{\sum_{ij} Ditem}{\sum_{ij} ADitem}$$

Keterangan:

ERMDI : *ERM Disclosure Index*

$\sum_{ij} Ditem$: Total Skor Item *ERM* yang Diungkapkan

$\sum_{ij} ADitem$: Total Item *ERM* yang Seharusnya Diungkapkan

Variabel independen ketiga ialah *Corporate Social Responsibility*. CSR dapat dihitung dari indeks pengungkapan CSR (CSRI). Untuk menentukan tingkat pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan digunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap item CSR dalam instrument penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut:

$$CSRIj = \frac{\sum Xij}{nj} \times 100\%$$

Keterangan:

CSRIj : *CSR Disclosure Index* Perusahaan

n_j : jumlah item untuk perusahaan j , $n_j \leq 91$

X_{ij} : *dummy variable*: 1 = jika item I diungkapkan, 0 = jika item I tidak diungkapkan. Dengan demikian, $0 \leq CSRIj \leq 1$.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. STATISTIK DESKRIPTIF

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standard deviation, variance, maksimum, minimum, sum, dan range dari masing-masing variabel (Ghozali, 2012:19). Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi data dari variabel dependen dan independen. Berikut ini merupakan tabel hasil analisis statistik deskriptif atas variabel dalam penelitian :

Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
RETURN ON EQUITY	150	.0010	.3675	.135953	.0820247
ENTERPRISE RISK MANAGEMENT	150	.2963	.7037	.508024	.0801254
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY	150	.0659	.2198	.130990	.0345029
NILAI PERUSAHAAN	150	-2.22	2.11	.3719	.97586
Valid N (listwise)	150				

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 21.0

4.2. PENGUJIAN HIPOTESIS

a. Uji F

Tabel 2. Hasil Uji F (ANOVA)

ANOVA^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	60.013	3	20.004	35.669	.000 ^b
Residual	81.881	146	.561		
Total	141.894	149			

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

b. Predictors: (Constant), RETURN ON EQUITY, ENTERPRISE RISK MANAGEMENT, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel 2. di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *return on equity*,

enterprise risk management, dan *corporate social responsibility* secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa model regresi dalam penelitian ini layak untuk digunakan.

b. UJI KORELASI (UJI R)

Uji koefisien korelasi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan serta arah antara variabel *return on equity*, *enterprise risk management*, serta *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan. Dasar pengambilan keputusan adalah apabila nilai korelasi (R) berada antara 0,00-0,0199 maka tingkat hubungan sangat lemah, 0,20-0,399 maka tingkat hubungan lemah, 0,40-0,599 maka tingkat hubungan cukup kuat, 0,60-0,799 maka tingkat hubungan kuat, dan 0,80-0,100 maka tingkat hubungan sangat kuat.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Korelasi & Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	.650 ^a	.423	.411	.74889	1.954

a. Predictors: (Constant), RETURN ON EQUITY, ENTERPRISE RISK MANAGEMENT, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

b. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Berdasarkan tabel 3 di atas, dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi pada kolom R menunjukkan angka 0,650. Hal ini berarti hubungan antara variabel *return on equity*, *enterprise risk management*, dan *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan adalah kuat karena berada diantara nilai 0,60-0,799.

b. UJI KOEFISIEN DETERMINASI (UJI R²)

Berdasarkan tabel 3. di atas, dapat dilihat bahwa nilai *adjusted R square* menunjukkan angka 0,411. Hal ini berarti besarnya persentase sumbangan pengaruh *return on equity*, *enterprise risk*

management, dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan sebesar 41,1% sedangkan sisanya sebesar 58,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model persamaan regresi.

d. *UJI t*

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel *return on equity*, *enterprise risk management*, dan *corporate social responsibility* secara individual berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dasar pengambilan keputusan adalah berdasarkan nilai signifikansi dari hasil uji statistik t. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima sedangkan apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka Ho diterima dan Ha ditolak.

Tabel 4. Hasil Uji Statistik t

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.631	.421		
	ROE	7.082	.768	.595	9.221
	ERM	1.952	.808	.160	2.417
	CSR	.370	1.830	.013	.202

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Berdasarkan tabel 4 model persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = -1,631 + 7,082 \text{ ROE} + 1,952 \text{ ERM} + 0,370 \text{ CSR}$$

Koefisien regresi menunjukkan arah perubahan variabel dependen terhadap variabel independen. Dari persamaan regresi linier diatas, dapat dijelaskan bahwa apabila ROE, ERM dan CSR masing-masing bernilai nol, maka nilai perusahaan akan bernilai sebesar -1,631. Apabila variabel ROE naik sebesar satu satuan maka nilai perusahaan akan naik sebesar 7,082 dengan asumsi variabel bebas lainnya dianggap konstan. Apabila variabel ERM naik sebesar satu satuan maka nilai perusahaan akan naik sebesar 1,952 dengan asumsi variabel bebas lainnya dianggap konstan. Apabila variabel CSR naik sebesar satu satuan maka nilai perusahaan akan naik sebesar 0,370 dengan asumsi variabel bebas lainnya dianggap konstan.

Hipotesis 1: Hipotesis pertama (H1) yang diajukan dalam penelitian ini adalah *Return On Equity* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Tabel 4 di atas menunjukkan nilai signifikansi dari variabel ROE sebesar 0,000 di mana nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05, maka hipotesis pertama (H1) diterima. Hal tersebut berarti ROE memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Return On Equity* (ROE) adalah untuk mengukur seberapa banyak keuntungan yang menjadi hak pemilik modal sendiri. Semakin tinggi ROE semakin baik kedudukan pemilik perusahaan sehingga akan menyebabkan baiknya penilaian investor terhadap perusahaan yang menyebabkan meningkatnya harga saham dan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ROE berpengaruh signifikan dengan arah hubungan positif terhadap nilai perusahaan (PBV). Hal ini berarti bahwa saat perusahaan mengalami kenaikan keuntungan maka harga saham perusahaan akan ikut naik sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. ROE menjadi sebuah tolak ukur bagi para investor akan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki dengan efektif atau tidak. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Languju, Mangantar, dan Tasik (2016) yang menyatakan bahwa ROE memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, namun bertentangan dengan penelitian Hariyanto dan Lestari (2015) yang menyatakan bahwa ROE tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hipotesis 2: Hipotesis kedua (H₂) yang diajukan dalam penelitian ini adalah *Enterprise Risk Management* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Tabel 4 di atas menunjukkan nilai signifikansi dari variabel *ERM* adalah sebesar 0,017, dimana nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05, maka hipotesis kedua (H₂) diterima. Hal ini berarti *ERM* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *ERM* merupakan sinyal positif karena melalui informasi *ERM*, investor akan dapat menilai prospek perusahaan. Kesejahteraan bagi investor akan tercapai apabila investor melakukan investasi pada perusahaan yang dapat meraih performa yang baik, sehingga dapat menghasilkan dividen yang tinggi bagi investor. Investor memiliki keyakinan bahwa semakin banyak implementasi *ERM* dalam suatu perusahaan akan lebih memudahkan perusahaan tersebut untuk mencapai performa yang maksimal. Keyakinan tersebut yang mendorong investor untuk melakukan perdagangan saham sehingga volume perdagangan saham akan meningkat.

Persepsi positif yang dimiliki oleh investor atas perusahaan juga pada akhirnya akan meningkatkan harga saham perusahaan tersebut dan akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Devi, Badera, dan Budiasih (2016), yang menyatakan bahwa ERM berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, namun bertentangan dengan penelitian Sanjaya dan Linawati (2015) yang menyatakan bahwa ERM tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hipotesis 3: Hipotesis ketiga (H_3) yang diajukan dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Tabel 4 di atas menunjukkan nilai signifikansi dari variabel kualitas laba sebesar 0,840 di mana nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yaitu 0,05, maka hipotesis ketiga (H_3) ditolak. Hal tersebut berarti CSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa investor tidak merespon atas pengungkapan CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Ardimas dan Wardoyo (2014) yang menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, namun berbeda dengan penelitian Handriani dan Andayani (2013) yang mengemukakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

5. KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Kesimpulan penelitian ini adalah: (1) *Return on equity* berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikansi variabel *return on equity* sebesar 0,000, di mana nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05, maka H_1 diterima. (2) *Enterprise risk management* berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikansi *enterprise risk management* sebesar 0,017, di mana nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05, maka H_2 diterima. (3) *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikansi variabel *corporate social responsibility* sebesar 0,840, di mana nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yaitu 0,05, maka H_3 ditolak.

Keterbatasan dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut: (1) Penelitian ini hanya dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sebagai sampel penelitian, sehingga hasil penelitian tidak dapat mewakili kondisi seluruh perusahaan. (2) Penelitian ini hanya menggunakan periode penelitian selama tiga tahun, yaitu pada periode tahun 2013-2015. Hal ini menyebabkan hasil penelitian hanya menggambarkan kondisi yang terjadi dalam tiga tahun terakhir. (3) Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen, yaitu *return on equity*, *enterprise risk management* dan *corporate social responsibility* yang diperkirakan akan mempengaruhi nilai perusahaan. (4) Penelitian ini hanya menggunakan annual report untuk memperoleh data terkait *ERM disclosure* yang dilakukan oleh perusahaan. Berdasarkan keterbatasan yang dihadapi dalam pelaksanaan penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan adalah: (1) Peneliti selanjutnya dapat memperluas sampel penelitian, tidak hanya menggunakan sampel perusahaan manufaktur tetapi dapat mencakup seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI seperti perusahaan pertambangan, telekomunikasi, *real estate*, *retail* dan yang lainnya. (2) Peneliti selanjutnya dapat menambah tahun penelitian, tidak hanya sebatas tiga periode tahun, agar dapat rentang penelitian menjadi lebih luas dan hasil penelitian menjadi lebih akurat. (3) Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel independen lain yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan, seperti likuiditas, *leverage*, kebijakan dividen, nilai tukar, suku bunga, inflasi, dan lain-lain. (4) Peneliti selanjutnya sebaiknya tidak hanya menggunakan *annual report* saja untuk memperoleh data terkait *ERM Disclosure* dan *CSR disclosure* yang dilakukan perusahaan, tetapi dapat juga memperluas cakupan dengan melihat dari laporan yang berada di *website* perusahaan, media cetak dan elektronik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, Sukrisno., I Cenik Ardana. (2009). *Etika Bisnis dan Profesi*. Edisi Revisi. Penerbit: Salemba Empat.
- Ardimas, Wahyu., Wardoyo. (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Go Public Yang Terdaftar di BEI. *Seminar Nasional dan Call for Paper*. ISBN: 978-602-70429-1-9 Hlm. 231-238
- Agustina, Linda., Niswah Baroroh. (2016). *The Relationship Between Enterprise Risk Management (ERM) and Firm Value Mediated Through The Financial Performance*. *Journal of Integrative Business & Economics*. Vol 5(1)
- Brealey, Myers, dan Marcus. (2011). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*. Cetakan ke-5: Erlangga

- Committee of the Sponsoring Organizations of The Tradeway Commission. (2007). *Enterprise Risk Management, Integrated Framework (COSO-ERM Report)*. New York: AICPA
- Devi, Sunitha., I Dewa Nyoman Badera., dan I Gusti Nyoman Budiasih. (2016). Pengaruh *Enterprise Risk Management Disclosure* dan *Intellectual Capital Disclosure* Pada Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIX*. Lampung
- Fitri, Riana Anugrah., Eliada Herwiyanti. (2014). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi*
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 20*. Edisi Enam. Semarang: Universitas Diponegoro
- Hadi, Sutrisno. (2015). *Statistik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Handriyani, Arik Novia., Andayani. (2013). Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* Vol. 2. (5).
- Hariyanto, Marina Suzuki dan Putu Vivi Lestari. (2015). Pengaruh Struktur Kepemilikan, IOS, dan ROE Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Food and Beverage*. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 4. No. 4. ISSN: 2302-8912
- Husaini, Achmad. (2012). Pengaruh *Variabel Return On Assets, Return On Equity, Net Profit Margin* Dan *Earning Per Share* Terhadap Harga Saham Perusahaan. *Jurnal Profit*. Vol. 6. (1).
- Kieso, D.E., Weygandt, J.J., & Warfield, T.D (2014). *Intermediate Accounting IFRS Edition*. United States Of America: Wiley
- Languju Octavia., Marjam Mangantar., dan Hizkia H.D.Tasik. (2016). Pengaruh *Return on Equity*, Ukuran Perusahaan, *Price Earning Ratio*, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan *Property and Real Estate* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Volume 16 No.02
- Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan Nomor 1 Revisi Tahun 2009 Ikatan Akuntan Indonesia*.
- Putri, Cintamy Prananti. (2015). Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub-Sektor Otomotif dan Komponen Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi*
- Retno, Reny Dyah., Denies Priantinah. (2012). Pengaruh *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Nominal*. Vol 1 (1). Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- Riadi, Edi. (2015). *Metode Statistika: Parametrik & Non Parametrik*. Tangerang: Pustaka Mandiri.
- Sanjaya, Chyntia Kartika., Nanik Linawati. (2015). Pengaruh Penerapan *Enterprise Risk Management* dan Variabel Kontrol Terhadap Nilai Perusahaan di Sektor Keuangan. *Jurnal FINESTA* Vol. 3 (1). Hal 52-57
- Wulandari, Ika Ayu., Zaky Machmuddah., dan St. Dwiarto Utomo. (2016). Manajemen Laba, CSR Disclosure dan Kinerja Keuangan. *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi XIX*. Lampung.

