



Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Enterprise Risk Managemen* terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur tahun 2020)

Monica Shofiani, Sri Wibawani WA, Novitasari Agus Saputri*

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang, Malang
Jl. Raya Tlogomas No.246, Babatan, Tegalondo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur, Indonesia

Email: ¹monicashofiani@gmail.com, ²sriwibawani.umm.ac.id, ^{3,*}novitasariagus@umm.ac.id

Email Penulis Korespondensi: novitasariagus@umm.ac.id

Submitted: 26/07/2022; Accepted: 10/11/2022; Published: 29/11/2022

Abstrak—Banyak perusahaan yang tersandung kasus keuangan yang dampaknya berimbas pada menurunnya tingkat kepercayaan investor sehingga berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan aset yang dimiliki oleh perusahaan. Pengungkapan CSR yang baik menyebabkan semakin tinggi loyalitas konsumen sehingga berdampak pada peningkatan penjualan. Setiap perusahaan yang sudah diketahui nilai perusahaannya pasti memiliki risiko perusahaan, tujuan dari mencari nilai perusahaan dapat mengarah pada meminimalisirkan risiko perusahaan yang akan dihadapi. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) menjelaskan pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan, 2) menjelaskan pengaruh pengungkapan ERM terhadap nilai perusahaan. Subjek penelitian berjumlah 32 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020. Pengungkapan CSR menggunakan standar Global Reporting Initiative 4. Pengungkapan ERM menggunakan pedoman COSO 2017. Nilai perusahaan menggunakan *Price to Book Value*. Analisis data menggunakan regresi berganda dengan program Stata versi 16. Hasil penelitian diperoleh: 1) CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Adanya pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kenaikan atau penurunan nilai perusahaan dipengaruhi oleh nilai CSR. Investor dapat menggunakan pengungkapan CSR sebagai dasar pengambilan keputusan investasi sehingga CSR dinilai memberikan keuntungan; 2) ERM mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Adanya pengungkapan ERM berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Investor menggunakan informasi manajemen risiko dalam mengambil keputusan untuk melakukan investasi.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility; Enterprise Risk Managemen; Nilai Perusahaan

Abstract—Many companies have stumbled on financial cases, the impact of which has resulted in a decline in the level of investor confidence so that it affects the value of the company. The value of the company reflects the assets owned by the company. Good CSR disclosure leads to higher consumer loyalty so that it has an impact on increasing sales. Every company whose company value is known must have company risk, the purpose of finding company value can lead to minimizing the company's risk that will be faced. This study aims to: 1) explain the effect of CSR disclosure on firm value, 2) explain the effect of ERM disclosure on firm value. The research subjects are 32 manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange 2020. CSR disclosure uses the Global Reporting Initiative 4 standard. ERM disclosure uses COSO 2017 guidelines. Firm value uses Price to Book Value. Data analysis using multiple regression with Stata version 16 program. The results obtained: 1) CSR has an effect on firm value. The existence of CSR disclosure affects the value of the company. The increase or decrease in the value of the company is influenced by the value of CSR. Investors can use CSR disclosure as the basis for making investment decisions so that CSR is considered to be profitable; 2) ERM has an influence on firm value. The existence of ERM disclosure has an effect on firm value. Investors use risk management information in making decisions to invest.

Keywords: Corporate Social Responsibility; Enterprise Risk Managemen; Firm Value

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan manufaktur Indonesia kehilangan momentum pada bulan Februari di tengah gangguan akibat pandemi penyakit Covid-19 yang mengakibatkan daya beli masyarakat mengalami penurunan yang signifikan (Kontan, 2021). Banyak perusahaan yang tersandung kasus keuangan yang dampaknya berimbas pada menurunnya tingkat kepercayaan investor sehingga berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penyebab dari rendahnya nilai perusahaan diantaranya karena lemahnya penerapan *Good Corporate Governance* (GCG), terjadinya penyimpangan oleh direksi dan terjadinya eksposur dan resiko lain (Sari, Cahyono, Aspirandi, & Entreprises, 2021). Nilai perusahaan dapat dinilai dari harga saham yang stabil dan mengalami kenaikan dalam jangka panjang karena peningkatan harga saham identik dengan peningkatan kemakmuran para investor dan peningkatan nilai perusahaan. Harga saham pada pasar mencerminkan hasil dari kebijakan manajemen perusahaan, kinerja perusahaan, serta informasi yang telah diungkapkan perusahaan kepada masyarakat (Alfinur, 2016). Nilai perusahaan merupakan aspek utama yang dilihat oleh investor sebelum mereka memutuskan untuk menginvestasikan dana di suatu perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan (Arifianto & Chabachib, 2016). Pengungkapan CSR yang baik menyebabkan semakin tinggi loyalitas konsumen sehingga berdampak pada peningkatan penjualan. Pengungkapan CSR sebagai kontribusi perusahaan terhadap pembangunan masyarakat berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Astayani, Endiana, & Kumalasari, 2021). Hal ini berarti perusahaan menghindari nilai perusahaan mengalami penurunan yang salah satunya disebabkan karena lemahnya pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Pengungkapan CSR berguna sangat penting dalam meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu dibutuhkan pengungkapan CSR yang baik. Contoh kasus dugaan penyimpangan CSR



Garuda yaitu adanya dugaan penyalahgunaan dana Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) Garuda Indonesia. Dugaan tersebut didapat dari bukti transfer kegiatan, yang seharusnya CSR untuk kegiatan eksternal tetapi digunakan untuk kegiatan internal (CNN, 2019). Setiap perusahaan yang sudah diketahui nilai perusahaannya pasti memiliki risiko perusahaan, tujuan dari mencari nilai perusahaan dapat mengarah pada meminimalisir risiko perusahaan yang akan dihadapi nantinya (Syahputra, 2020) Pengelolaan risiko merupakan salah satu upaya memaksimalkan nilai perusahaan. Risiko merupakan kemungkinan timbulnya kerugian kemungkinan itu menunjukkan kondisi yang tidak pasti. Risiko harus dikelola sehingga perusahaan dapat menghindari kerugian dari risiko yang dihadapi (Sari et al., 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Menjelaskan pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan, 2) Menjelaskan pengaruh pengungkapan *Enterprise Risk Management* (ERM) terhadap nilai perusahaan.

Kegunaan penelitian terdiri dari: 1) Kegunaan teoritis sebagai sebagai dasar teori untuk penemuan baru tentang nilai perusahaan pada tahun 2021 dan selanjutnya. Penelitian ini menjadi temuan bahwa 2020 ada pengaruh CSR dan ERM terhadap nilai perusahaan manufaktur, 2) Kegunaan praktis sebagai masukan informasi bahwa pada tahun 2020 nilai perusahaan manufaktur dipengaruhi oleh pengungkapan CSR dan ERM. Hasil penelitian berguna untuk menilai variabel lain yang mempengaruhi nilai perusahaan sehingga perusahaan dapat memaksimalkan kinerja untuk memperoleh nilai perusahaan yang tinggi.

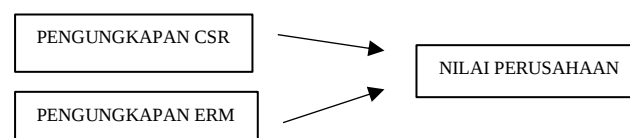
Teori *stakeholder* adalah teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus dapat memberikan manfaat kepada seluruh stakeholder. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan stakeholder yang mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan. Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap para pemilik tetapi juga memiliki tanggungjawab terhadap kondisi lingkungan dan sosial masyarakat (*social responsibility*). Perusahaan mengungkapkan secara sukarela atas investasilingkungan yang telah dilakukan untuk membuktikan kepada masyarakat atas kepedulian perusahaan tersebut dalam menjaga lingkungan dan memberikan nilai tambah serta manfaat bagi masyarakat yang merupakan stakeholdernya (Rofiqkoh & Priyadi, 2016).

Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh para investor seandainya suatu perusahaan akan dijual atau pandangan investor tentang tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang selalu dikaitkan dengan harga saham. Tinggi rendahnya nilai perusahaan dicerminkan dari baik buruknya catatan laporan keuangan yang sudah diterbitkan perusahaan setiap tahunnya, sehingga para investor perlu memperhatikan informasi perusahaan yang ada didalam laporan keuangan tersebut. Sedangkan bagi perusahaan, sesuai dengan FASB No.1 yaitu laporan keuangan harus bermanfaat bagi pihak-pihak yang mempunyai kepentingan langsung dengan perusahaan, maka laporan keuangan harus dapat membantu investor dan kreditor untuk menginterpretasikan keadaan perusahaan (Mindra & Erawati, 2014). Selain itu nilai perusahaan juga dapat dilihat dari *capital gain*, dengan menilai dari seberapa besar *capital gain* yang dapat dihasilkan oleh perusahaan. Dengan tingkat *capital gain* yang tinggi maka akan bernilai tinggi pula pada nilai perusahaan (Nuradawiyah & Susilawati, 2020). CSR adalah integrasi kepedulian sosial dalam operasi bisnis dan dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. CSR merupakan salah satu bentuk kegiatan yang menjadikan perusahaan tidak hanya mencari keuntungan terbaik, tetapi juga menyasar kondisi sosial dan lingkungan sekitar perusahaan. Agar CSR memberikan manfaat yang lebih bagi penerimanya, CSR harus dilaksanakan dengan baik. Pelaksanaan CSR perusahaan dilakukan secara berkelanjutan dan akan dilaporkan dalam bentuk laporan keberlanjutan di masa mendatang. Laporan keberlanjutan merupakan laporan non keuangan yang digunakan perusahaan sebagai acuan untuk melihat laporan yang ada dari berbagai dimensi seperti masyarakat, ekonomi dan lingkungan (Tasya & Cheisviyanny, 2019). ERM adalah usaha seseorang atau manajer untuk mengatasi kerugian secara rasional agar tujuan (organisasi) yang diinginkan dapat tercapai secara efektif dan efisien. COSO menjelaskan bahwa efektivitas ERM suatu organisasi dinilai dari ketercapaian tujuan ERM sebagai berikut: 1) meningkatkan jangkauan peluang, 2) mengidentifikasi dan mengelola risiko di seluruh entitas, 3) meningkatkan hasil dan keuntungan positif dengan mengurangi dampak negatif, 4) mengurangi variabilitas kinerja, 5) meningkatkan penyebaran sumber daya, 6) meningkatkan ketahanan perusahaan (COSO, 2017).

2. METODE PENELITIAN

2.1 Kerangka Dasar Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Penelitian ini menggunakan hubungan antar variabel yaitu nilai perusahaan sebagai variabel terikat yang dipengaruhi oleh pengungkapan CSR dan manajemen risiko sebagai variabel bebas.



Gambar 1. Kerangka Penelitian



2.2 Populasi dan Teknik Penentuan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020 dengan jumlah 32. Sampel penelitian dipilih perusahaan yang mempublikasikan pengungkapan laporan tahunan CSR dan manajemen resiko. Sampel penelitian ditentukan menggunakan metode *purposive sampling*.

2.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Pengungkapan CSR menggunakan standar Global Reporting Initiative 4. Pengungkapan ERM menggunakan pedoman COSO 2017. Nilai perusahaan menggunakan *Price to Book Value*. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan regresi ganda melalui Stata versi 16. Analisis regresi ganda merupakan suatu metode yang digunakan untuk memodelkan pengaruh variabel prediktor terhadap variabel respon dalam beberapa sektor yang diamati dari suatu objek penelitian pada waktu tertentu.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini objek yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020. Perusahaan Manufaktur banyak berpengaruh terhadap lingkungan sekitar akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan. Berdasarkan kriteria sampel menggunakan *purposive sampling* yang telah ditentukan, maka diperoleh sampel penelitian ini ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1. Distribusi Sampel

No	Kriteria sampel	Jumlah
1	Seluruh Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI 2020	170
2	Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan di BEI 2020	36
3	Data outlier	4
Total Sampel perusahaan		32

Berdasarkan sampel yang terpilih oleh peneliti dengan menggunakan *purposive sampling* maka proses seleksi sampel diperoleh sebanyak 32 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2020, sehingga didapat daftar perusahaan yang terpilih yang sesuai dengan kriteria yang dilakukan dalam penelitian ini menjadi sampel yang dapat dilihat pada table 4.2 sebagai berikut:

Tabel 2. Daftar Nama Perusahaan

No	Nama Perusahaan
1	WIIM
2	SMCB
3	SMGR
4	WTON
5	BRPT
6	IMPC
7	TRST
8	JPFA
9	GMFI
10	ASII
11	AUTO
12	PBRX
13	CEKA
14	ICBP
15	HMSP
16	KLBF
17	PEHA
18	WOOD
19	KAEF
20	BRAM
21	IGAR
22	INTP
23	SMBR
24	GGRP
25	DPNS
26	INDF
27	BELL
28	INRU



No	Nama Perusahaan
29	MYOR
30	TKIM
31	NIKF
32	SRIL

Uji statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan suatu gambaran maupun deskripsi mengenai suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, minimum, maksimum, dan standar deviasi dari variabel yang digunakan dalam penelitian. Dari penelitian ini variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah CSR dan ERM. Sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah Nilai Perusahaan.

Tabel 3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Standar Deviasi
CSR	32	0,099	0,582	0,29	0,10
ERM	32	0,300	0,900	0,63	0,19
Nilai Perusahaan	32	0,030	8,440	1,77	1,91

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa jumlah pengamatan yang dilakukan sebanyak (N) 32 data yang diamati. Pada variabel CSR memiliki nilai maksimum 0,582 dan nilai minimum 0,099 kemudian didapatkan nilai mean sebesar 0,29 yang artinya dari 32 sampel perusahaan manufaktur memiliki kemampuan untuk pengungkapan CSR sebesar 0,29 atau 29%. Standar deviasi sebesar 0,10.

Variabel ERM memiliki nilai maksimum 0,300 dan nilai minimum 0,900 kemudian nilai mean yang didapat 0,63 yang artinya dari 32 sampel perusahaan manufaktur memilih pengungkapan ERM sebesar 0,63 atau 63%. Standar deviasi sebesar 0,19

Pada variabel nilai perusahaan memiliki nilai maksimum sebesar 8,440 dan nilai minimumnya yaitu 0,30 kemudian nilai mean yaitu 1,77. Standar deviasi sebesar 1,91.

Pengujian asumsi ini digunakan dengan tujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini, pengujian ini juga digunakan untuk memastikan apakah data yang sudah diolah bebas dari gejala multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Uji asumsi adalah sebagai berikut :

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui sebaran data berdistribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas disajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

Uji Skewness/kurtosis	Hasil
Chi square	0,22
Prob	2,96

Hasil uji menggunakan skewness/kurtosis test diperoleh hasil probabilitas sebesar 2.96 dan nilai chi square sebesar 0,22. Hasil ini berarti nilai probabilitas lebih besar dari chi square sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik jika hasil yang dihasilkan menunjukkan bahwa tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Hasil uji multikolinieritas disajikan dalam tabel :

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas	Hasil
VIF	1,01

Hasil uji multikolinieritas diperoleh hasil nilai VIF sebesar 1,01. Hasil ini berarti 1,01 kurang dari 10,00 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi

3) Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk mengetahui ada atau tidak adanya kesamaan varian dari nilai residual untuk semua pengamatan model regresi. Hasil uji heteroskedastisitas diperoleh hasil seperti yang disajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Breush-Pagan/Cook-Weisberg	Hasil
Chi square	0,37
Prob	0,80

Hasil uji menunjukkan Breush-pagan/Cook-Weisberg diperoleh hasil nilai probabilitas sebesar 0,80 dan nilai chi square sebesar 0,37. Hasil ini berarti nilai probabilitas lebih besar dari nilai chi square sebesar 0,37. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.



Pengujian hipotesis berfungsi untuk mengukur hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian. Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1) Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini bertujuan untuk bisa mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji t menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05, jika variabel dependen memiliki nilai $< 0,05$ maka variabel independen tersebut mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen, begitu juga sebaliknya, jika variabel independen memiliki nilai $> 0,05$ maka variabel dependen tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel independen. Berikut hasil pengujian parsial (Uji t) :

Tabel 7. Hasil Uji Heterokedasitas

Variabel	Coefficient	Std Error	t	P
CSR	5.74441	2.504291	2.29	0.029
ERM	-3.067971	1.34391	-2.28	0.030

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 7 diatas maka dapat dilihat bahwa variabel CSR menunjukkan hasil nilai t sebesar 2,29 dengan probabilitas sebesar 0,029. Hasil ini dapat diketahui nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, sehingga dari hasil ini dapat diketahui nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian H_1 diterima yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini diperoleh bahwa ada pengaruh signifikan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Pelaksanaan CSR berdampak luas secara positif pada aspek bisnis yang lain seperti produk dan layanan konsumen berkualitas tinggi yang akan membantu untuk mendapatkan dukungan dari konsumen dimasa yang akan datang. Investor cenderung memberikan umpan balik yang positif pelaksanaan tanggungjawab social. Sebab CSR memiliki risiko rendah untuk dikenakan biaya penalty, denda, protes, maupun boikot oleh masyarakat. Rendahnya risiko publisitas yang buruk dan tingginya citra di mata masyarakat membuat peluang tingginya penjualan semakin besar, semakin tinggi penjualan maka besaran laba juga akan semakin tinggi. Tingginya laba yang dihasilkan perusahaan akan memakmurkan stakeholder yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan sejalan dengan tercapainya kinerja keuangan maupun kinerja social yang baik secara berkelanjutan (Putri & Suwitho, 2015).

Pengungkapan CSR memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan. Ketika entitas tidak mampu memperbaiki citra buruk yang melabelinya, tingkat kepercayaan public akan semakin menurun sehingga mampu menurunkan profitabilitas entitas (Chung, Jung, & Young, 2018).

Menurut teori stakeholder penurunan kepercayaan stakeholder dan profitabilitas pada akhirnya akan berdampak pada nilai perusahaan karena nilai perusahaan akan tumbuh berkelanjutan jika keseimbangan diantara keseimbangan ekonomi, lingkungan hidup dan social tercapai (Yulandani, Hartanti, & Dwimulyani, 2018).

CSR untuk mensejahterakan stakeholder khususnya karyawan mampu menciptakan keunggulan kompetitif bagi entitas (Ahyani & Puspitasari, 2019). Sebab dengan memperhatikan kesejahteraan karyawan dan mendukung peningkatan kompetensi karyawan akan menghasilkan sumber daya manusia yang terampil, kompeten, serta loyal terhadap perusahaan. Kekayaan intelektual tersebut menjadi keunggulan kompetitif yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan (Hu, Chen, Shao, & Gao, 2018).

Perluasan kegiatan CSR hingga pihak eksternal seperti pemasok akan bermanfaat pada minimalisir risiko pasokan berhenti karena boikot dari pemasok sebagai reaksi reputasi buruk yang dapat berdampak pada image brand pemasok. Citra baik yang didapat sebagai komitmennya dalam memenuhi tanggungjawab social stakeholder akan mendorong konsumen untuk mengapresiasi tinggi produk yang dipasarkannya. Semakin banyak peminat terhadap suatu produk, semakin tinggi pula penjualan yang mampu dicapai. Penjualan yang tinggi akan menghasilkan laba yang tinggi pula. Entitas yang memiliki profitabilitas tinggi, resiko social yang rendah, dan kepercayaan dari stakeholder akan mendapat apresiasi positif dari investor (Endiana, 2019). Hal inilah yang mendorong peningkatan nilai perusahaan karena pengungkapan CSR.

Pada teori stakeholder terdapat pandangan bahwa semakin banyak pengungkapan tanggungjawab social entitas maka loyalitas konsumen akan semakin meningkat sehingga produktivitas entitas dalam menghasilkan laba akan semakin baik (fajar Pamungkas & Winarsih, 2020).

Perusahaan telah melakukan pengungkapan tanggungjawab social yang lebih banyak agar mempunyai pengaruh pada pihak-pihak internal maupun eksternal yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan. Hal ini dikarenakan tanggungjawab social perusahaan bukan lagi menjadi sekedar kegiatan, tetapi merupakan sebuah kewajiban bagi perusahaan yang berguna untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, dengan pengungkapan sustainability report yang dilakukan perusahaan sudah merupakan bukti nyata bahwa proses produksi yang dilakukan perusahaan tidak hanya berorientasi keuntungan, tetapi perusahaan memperhatikan isu social dan lingkungan, sehingga perusahaan tersebut dapat dipercaya oleh stakeholder, yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. melalui peningkatan investasi yang berdampak pada peningkatan laba perusahaan. pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang diproksi oleh Price Book Value. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR oleh perusahaan maka nilai perusahaan juga semakin tinggi (Siregar & Safitri, 2019).

Hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya pengungkapan CSR untuk meningkatkan nilai perusahaan. pengungkapan CSR dilakukan melalui standar GRI sebagaimana dijelaskan dalam (GRI, 2018) bahwa indicator-



indikator dalam GRI dapat dijadikan sebagai pedoman perusahaan dalam mengungkapkan CSR di laporan tahunan perusahaan karena CSR dapat dilihat dari bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan social. Menurut (NOVIB, 2015). Standar GRI adalah sebuah framework sebagai dasar penyusunan laporan keberlanjutan yang dirancang agar tercipta pemahaman yang sama bagi organisasi dan pemangku kepentingan, sehingga informasi atas dampak ekonomi, lingkungan, dan social dari berbagai organisasi dan pemangku kepentingan sehingga informasi atas dampak ekonomi, lingkungan, dan social dari berbagai organisasi dapat dikomunikasikan, dipahami dan perbandingan secara global.

Pada pengujian variabel ERM dapat dilihat hasil yang menunjukkan bahwa nilai t sebesar $-2,28$ dengan probabilitas sebesar $0,030$. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel ERM lebih kecil dari $0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ERM berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. dengan demikian berarti H_2 diterima yang menyatakan bahwa ERM berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini diperoleh bahwa adanya pengaruh signifikan antara ERM terhadap nilai perusahaan. investor memiliki reaksi positif kepada perusahaan-perusahaan yang bersedia mengungkapkan Enterprise Risk Management secara lebih luas karena semakin banyak item pengungkapan yang diberikan, maka hal tersebut dapat menunjukkan bahwa perusahaan memiliki komitmen yang lebih baik tentang pengelolaan suatu resiko (Hoyt, Liebenberg, & insurance, 2011).

Tingkat pengungkapan risiko tersebut dapat mendukung upaya yang dilakukan perusahaan dalam meresmikan dan mendorong system pengendalian internal perusahaan dalam meresmikan dan mendorong system pengendalian internal perusahaan menjadi lebih baik lagi. Adapun dengan adanya pengungkapan manajemen resiko maka hal ini dapat membantu investor mengetahui secara lebih jelas terkait potensi resiko serta prospek yang akan dihadapi perusahaan di masa mendatang disaat investor ingin melakukan keputusan investasi, penelitian tersebut sejalan dengan teori stakeholder yang menyatakan bahwa Ketika kepentingan stakeholder dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan dapat dikelola dengan baik oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut akan memperoleh persepsi positif dari pelaku pasar berupa kenaikan nilai perusahaan.

Teori stakeholder memiliki tujuan utama yaitu membantu pihak manajemen dalam meningkatkan penciptaan nilai perusahaan (Deegan dalam (Ulum, 2017). Nilai perusahaan akan maksimal apabila manajemen dapat mengatur strategi dan tujuan perusahaan untuk mengoptimalkan keseimbangan antara kegiatan operasional dan risiko yang saling berkaitan secara efektif dan efisien dalam penggunaan sumber daya untuk mencapai tujuan dari entitas tersebut.

Hasil ini menunjukkan bahwa pengungkapan ERM berpengaruh positif pada nilai perusahaan yang berarti semakin banyak item pengungkapan ERM yang dipublikasikan oleh perusahaan, maka dapat berdampak semakin rendahnya nilai perusahaan. hasil tersebut menunjukkan bahwa luasnya informasi ERM secara sukarela yang dipublikasikan oleh perusahaan merespon positif oleh pasar karena percaya bahwa pengungkapan ERM dapat digunakan sebagai salah satu informasi yang relevan dalam memprediksi masa depan dan keberlangsungan (*going concern*) suatu perusahaan. Hasil penelitian ini selaras dengan *stakeholder theory*.

Stakeholder theory menekankan bahwa stakeholder memiliki hak untuk memperoleh informasi mengenai aktivitas-aktivitas perusahaan yang juga dapat berpengaruh pada stakeholder. Tujuan utama dari teori stakeholder adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan penciptaan nilai sebagai dampak aktivitas yang dilakukan dan meminimalisir kerugian yang mungkin muncul bagi stakeholder. Informasi ERM yang ditunjukkan pada stakeholder adalah wujud komitmen yang baik dari manajemen tentang pengelolaan resiko perusahaan, maka dari itu pengungkapan ERM merupakan good news yang dapat dijadikan sebagai sinyal positif, karena melalui informasi ERM investor juga akan menilai prospek perusahaan (Devi, Budiasih, & Badera, 2017)

Adanya pengelolaan risiko yang lebih baik dengan ditetapkannya Enterprise Risk Management (ERM) pada suatu perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor (Iswajuni, Soetedjo, & Manasikana, 2018).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk meminimalisir resiko yang akan terjadi pada perusahaan, maka diperlukan kemampuan organisasi untuk memahami dan mengendalikan resiko. Salah satu cara untuk mengendalikan resiko. Salah satu cara untuk mengendalikan resiko dengan menggunakan COSO Enterprise Risk Framework (ERM). COSO ERM adalah salah satu kerangka kerja untuk membantu perusahaan dalam memperhitungkan resiko yang dihadapi. dengan menggunakan COSO ERM perusahaan akan menilai resiko, memprediksi ambang batas resiko dan secara aktif memantau dan mengelola pengendalian resiko perusahaan dalam batas yang lebih mampu memprediksi kinerja masa depan dengan lebih akurat.

Melalui penerapan ERM ini organisasi dapat mengetahui bagaimana cara untuk menindaklanjuti suatu resiko yang telah teridentifikasi agar dapat diminimalisir dampaknya terhadap strategi dan tujuan organisasi. Seperti organisasi nirlaba yaitu perguruan tinggi yang harus bisa mengelola risikonya dengan efektif agar kegiatan pelayanan dapat terlaksana dengan baik dan maksima. Hal ini dikarenakan banyak resiko yang sering terjadi dalam pelayanan administrasi akademik di perguruan tinggi sehingga penting agar dapat mengelola risikonya secara efektif. Perancangan dan penerapan COSO ERM yang baik akan membantu layanan perusahaan mencapai tujuan organisasi (Rikaz, Ulhaq, Mulyono, & Cahyaningtyas, 2022)

2) Uji F

Pengujian ini bertujuan untuk bisa mengetahui pengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependen secara simultan. Hasil uji F diperoleh sebagai berikut :

**Tabel 8.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji F	Hasil
F-statistic	5,74
Prob	0,0080

Hasil uji secara simultan diperoleh hasil nilai F hitung sebesar 5,74 dengan nilai probabilitas sebesar 0,008. Nilai probabilitas $0,008 < 0,05$. Hasil ini berarti secara simultan pengungkapan CSR dan ERM berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini bertujuan untuk bisa mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Semakin besar nilai determinasi maka semakin kuat kemampuan model regresi yang dihasilkan untuk mampu menerangkan kondisi yang sesungguhnya. Berikut hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) :

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji	Hasil
R-squared	0,2835
Adj R-squared	0,2341

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas dapat dilihat hasil R square adalah 0,2835 yang artinya variabel independent yaitu CSR dan ERM sebesar 28,35 % sedangkan 71,65% dipengaruhi oleh variabel lain yang diluar variabel yang digunakandan diteliti dalam penelitian ini.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. adanya pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. kenaikan atau penurunan nilai perusahaan dipengaruhi oleh nilai CSR. Investor dapat menggunakan pengungkapan CSR sebagai dasar pengambilan keputusan investasi sehingga CSR dinilai memberikan keuntungan, 2) ERM mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. adanya pengungkapan ERM berpengaruh terhadap nilai perusahaan. investor menggunakan informasi manajemen resiko dalam mengambil keputusan untuk melakukan investasi. Dalam melakukan penelitian ini masih terdapat keterbatasan yaitu terdapat beberapa annual report dan sustainability report yang tidak dipublikasikan, serta sampel penelitian hanya mewakili Sebagian kecil sampel yang dapat diambil dari penelitian sejenis. Adapun beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yaitu disarankan untuk menambah variabel lain selain CSR dan ERM yang berkaitan dengan nilai perusahaan. adapula untuk memperhatikan sampel dan objek yang berbeda sehingga diperoleh lebih banyak dan beragam atau memperpanjang sampel.

REFERENCES

- Ahyani, R., & Puspitasari, W. J. J. A. T. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017. *6*(2), 245-262.
- Alfinur, A. J. J. E. M. (2016). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Listing Di Bei. *12*(1), 44-50.
- Arifianto, M., & Chabachib, M. J. D. J. o. M. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan (Studi kasus pada perusahaan yang terdaftar pada indeks LQ-45 periode 2011-2014). 415-426.
- Astayani, N. K. D., Endiana, I. D. M., & Kumalasari, P. D. J. K. (2021). Peran Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *1*(3), 828-836.
- Chung, C. Y., Jung, S., & Young, J. J. S. (2018). Do CSR activities increase firm value? Evidence from the Korean market. *10*(9), 3164.
- CNN, I. (2019). Kementerian BUMN Temukan Dugaan Penyimpangan CSR Garuda.
- COSO. (2017). Enterprise Risk Management: Integrating with Strategy and Performance. USA: Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission.
- Devi, S., Budiasih, I., & Badera, I. J. J. a. d. k. I. (2017). Pengaruh pengungkapan enterprise risk management dan pengungkapan intellectual capital terhadap nilai perusahaan. *14*(1), 2.
- Endiana, I. D. M. J. J. R. A. (2019). Implementasi Corporate Governance Pada Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *9*(1).
- fajar Pamungkas, G., & Winarsih, W. J. P. K. I. M. U. K. E. (2020). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA.
- GRI. (2018). About GRI.
- Hoyt, R. E., Liebenberg, A. P. J. J. o. r., & insurance. (2011). The value of enterprise risk management. *78*(4), 795-822.
- Hu, Y., Chen, S., Shao, Y., & Gao, S. J. S. (2018). CSR and firm value: Evidence from China. *10*(12), 4597.
- Iswajuni, I., Soetedjo, S., & Manasikana, A. J. J. O. A. M. A. (2018). Pengaruh enterprise risk management (erm) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek. *2*(2), 275-281.
- Kontan. (2021). Sektor manufaktur diramal membaik, saham-saham ini bisa dicermati.



- Mindra, S., & Erawati, T. J. J. A. (2014). Pengaruh earning per share (eps), ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap nilai perusahaan (studi kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia pada tahun 2009-2011). 2(2), 10-22.
- NOVIB, G. A. O. (2015). Menginformasikan Keputusan, Mendorong Perubahan: Peran Data dalam Masa Depan Berkelanjutan. .
- Nuradawiyah, A., & Susilawati, S. J. J. A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. 9(2), 218-232.
- Putri, A. O., & Suwitho, S. J. J. I. d. R. M. (2015). Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan csr sebagai variabel pemoderasi. 4(4).
- Rikaz, S., Ulhaq, A. D., Mulyono, R. H., & Cahyaningtyas, R. J. E.-P. A. (2022). PERANCANGAN COSO ENTERPRISE RISK MANAGEMENT PADA PERUSAHAAN PENERBIT DAN PERCETAKAN (Studi Kasus Pada CV. Gema Insani Press). 3(1).
- Rofiqkoh, E., & Priyadi, M. P. J. J. I. d. R. A. (2016). Pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. 5(10).
- Sari, E. P., Cahyono, D., Aspirandi, R. M. J. J. O. M. S., & Entreprises, M. (2021). Nilai Perusahaan pada Perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN): Kajian Sistematis. 14(2), 133-151.
- Siregar, N. Y., & Safitri, T. A. J. J. B. D. (2019). Pengaruh pengungkapan enterprise risk management, intellectual capital, corporate social responsibility, dan sustainability report terhadap nilai perusahaan. 5(2), 53-79.
- Syahputra, D. J. J. M., Ekonomi, Keuangan dan Akuntansi. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage Resiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. 1(2), 99-102.
- Tasya, N. D., & Cheisviyanny, C. J. J. E. A. (2019). Pengaruh slack resources dan gender dewan terhadap kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. 1(3), 1033-1050.
- Ulum, I. (2017). *INTELLECTUAL CAPITAL: Model Pengukuran, Framework Pengungkapan& Kinerja Organisasi*: UMMPress.
- Yulandani, F., Hartanti, R., & Dwimulyani, S. (2018). *Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai pemoderasi*. Paper presented at the Proseding Seminar Nasional Akuntansi.