

# PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL, FIRM SIZE, ENTERPRISE RISK MANAGEMENT, DAN PENGUNGKAPAN CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

( Studi Empiris pada Perusahaan *Consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021)

Deliyana Tanjung<sup>1</sup> & Dwi Fitri Puspa<sup>2</sup>

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email : [deliyana1703@gmail.com](mailto:deliyana1703@gmail.com)

## ABSTRAK

Nilai perusahaan merupakan gambaran kemampuan perusahaan dari perspektif harga saham dan penawaran serta permintaan di pasar modal yang mencerminkan pandangan masyarakat atas kemampuan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh *intellectual capital*, *firm size*, *enterprise risk management*, dan pengungkapan *csr* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021. Dengan menggunakan metode *purposive sampling*, didapat sampel sebanyak 59 perusahaan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi berganda menggunakan *eviews 12*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *intellectual capital* dan pengungkapan *csr* berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *enterprise risk management* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *Firm size* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

**Kata Kunci:** *Intellectual capital*, *Firm Size*, *Enterprise Risk Management*, Pengungkapan *CSR*, Nilai Perusahaan.

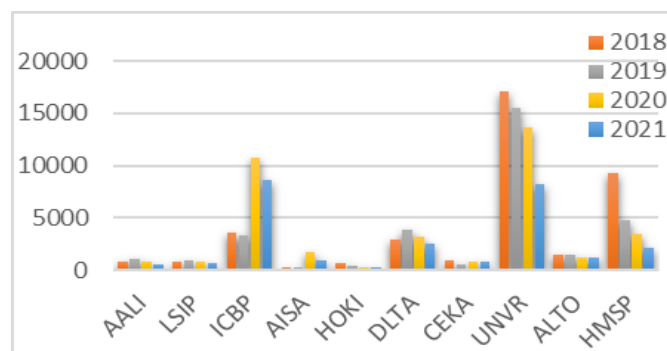
## PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan gambaran perspektif harga saham dan penawaran serta permintaan di pasar modal yang mencerminkan pandangan masyarakat atas kemampuan perusahaan. Dimata investor nilai perusahaan sangat penting, karena nilai perusahaan sebagai faktor dalam memonitor kinerja manajemen perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan [1]. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga meningkat. Semakin tinggi atau meningkatnya nilai perusahaan, maka investor akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut [2].

Fenomena yang menunjukkan penurunan harga saham yang terjadi pada perusahaan *consumer non cyclicals* yang tercatat dari data Bursa Efek Indonesia yang mencatat sektor barang konsumen primer yang melemah 7,43% secara *year to date* (ytd). Sektor barang

konsumen non primer yang didominasi oleh saham-saham berkapitalisasi pasar besar memang cenderung tertekan sejak awal tahun 2021. Berdasarkan laporan keuangan yang disampaikan perseroan ke Bursa Efek Indonesia bahwa PT Unilever Indonesia,Tbk (UNVR) menurun sebesar 30,95% *year to date* (ytd), sementara pada PT HM Sampoerna, Tbk (HMSP) menurun sebesar 23,26%

Gambar 1.1 Penurunan harga saham pada beberapa contoh perusahaan *consumer non cyclicals* di BEI 2018-2021



Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris pengaruh *intellectual capital*, *firm size*, *enterprise risk management*, pengungkapan csr terhadap nilai perusahaan.

Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori sinyal (teori signalling). *Signalling theory* memberikan penekanan pada pentingnya sebuah informasi yang menggambarkan keadaan suatu perusahaan, dimana informasi tersebut sebagai dasar dalam pengambilan keputusan investasi. Teori sinyal mengambil tindakan karena pengelola perusahaan diharapkan menunjukkan kepada investor bagaimana manajemen memandang kapabilitas perusahaan agar layak untuk dijadikan salah satu tempat berinvestasi para investor.

## METODE

Populasi pada penelitian ini yaitu perusahaan *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2021, dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Didapat data sampel sebanyak 59 perusahaan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Selain itu variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen. Pada variabel independen terdiri atas variabel *intellectual capital*, *firm size*, *enterprise risk management*, dan pengungkapan csr. Sedangkan pada variabel dependen yaitu nilai perusahaan.

Dalam membuktikan kebenaran hipotesis yang diajukan pada penelitian ini maka metode analisis data yang digunakan adalah kuantitatif, dengan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda dengan alat bantu *software views 12*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil pengujian hipotesis

Variabel	Koefisien Regresi	Prob	Kesimpulan
Constant	0,37	0,417	
Intellectual Capital	0,006	0,000	Diterima
Firm Size	0,024	0,102	Ditolak
Enterprise risk management	-0,86	0,000	Diterima
Pengungkapan CSR	1,04	0,043	Diterima

R-Square : 0,3772  
 Prob (F-Statistic) : 0,000

Dari table 1.1 diatas dapat kita lihat bahwa nilai nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,3772. Hal ini menjelaskan bahwa variable-variabel independen pada penelitian ini menjelaskan kontribusinya dalam mempengaruhi nilai perusahaan sebesar 37,72%, sedangkan 62,28% nilai perusahaan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini. Nilai *prob F* yang diperoleh pada penelitian ini yaitu sebesar 0,000, dimana hasil tersebut menunjukkan bahwa *prob F* (0,000) <  $\alpha$  (0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel independen memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat dilihat bahwa *intelektual capital* (X<sub>1</sub>)<sup>3</sup>, memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,006 dengan nilai *probability* sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai *probability* 0,000 < 0,05 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi jumlah pengungkapan *intellectual capital* yang dimiliki oleh perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan dan juga membuat kepercayaan masyarakat semakin kuat terhadap perusahaan.

Berdasarkan hasil pengujian untuk *firm size* (X<sub>2</sub>)<sup>4</sup>, dapat dilihat bahwa *firm size* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,024 dengan nilai *probability* sebesar 0,102. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai *probability* 0,102 > 0,05, yang artinya *firm size* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pengaruh ukuran perusahaan tidak membuat para investor untuk melihat apakah saham yang akan dibelinya merupakan saham dari perusahaan besar atau kecil. Apabila saham tersebut memiliki kecenderungan akan terus mengalami kenaikan maka investor akan memutuskan untuk membeli saham tersebut meskipun saham tersebut merupakan saham dari perusahaan kecil, sehingga nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya ukuran perusahaan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis untuk *enterprise risk management* (X<sub>3</sub>)<sup>5</sup>, dapat dilihat bahwa nilai koefisien regresi sebesar -0,86 dengan nilai *probability* sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai *probability* 0,000 < 0,05, yang artinya *enterprise risk management* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak dari luar perusahaan, jika informasi yang diberikan adalah positif (*good news*) maka investor akan merespon dengan baik, begitu juga sebaliknya jika informasi adalah negatif (*bad*

news) maka investor akan merespon tidak baik. Semakin luas informasi *enterprise risk management* yang diungkapkan, membuat nilai perusahaan menurun, karena luasnya informasi *enterprise risk management* ditangkap sebagai berita negatif (*bad news*) oleh investor karena informasi tersebut terkait mengenai risiko yang terjadi dalam perusahaan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis untuk pengungkapan csr ( $X_4$ )<sup>6</sup>, dapat dilihat bahwa nilai koefisien regresi sebesar 1,04 dengan nilai *probability* sebesar 0,043. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai *probability* sebesar  $0,043 < 0,05$ , yang artinya pengungkapan csr berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. CSR bentuk dari pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan di lingkungan sosial dan lingkungan hidup yang berkaitan dengan kegiatan operasi perusahaan. Semakin baik penerapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan akan membuat nilai perusahaan semakin meningkat.

#### KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *intellectual capital* dan pengungkapan csr berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Enterprise risk management* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *firm size* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018- 2021.

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian maka diajukan beberapa saran untuk peneliti selanjutnya. Pertama, diharapkan untuk memperluas sampel penelitian tidak hanya perusahaan *consumer non cyclicals* yang terdaftar di bursa efek Indonesia saja agar hasil penelitian ini dapat digeneralisasi. Kedua, pada penelitian ini hanya menggunakan empat variable independen, peneliti menyarankan untuk menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Setiawan, M. R., Susanti, N., & Nugraha, N. M. (2021). *Pengaruh Struktur Modal , Perputaran Modal Kerja , dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. xx, 208–218.
- [2] Dwiastuti, D. S., Dillak, V. J., Akuntansi, P. S., Ekonomi, F., & Telkom, U. (2019). *Pengaruh Ukuran Perusahaan , Kebijakan Hutang , dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*. 11(1), 137–145.
- [3] Muasiri, A. H., & Sulistyowati, E. (2021). Pengaruh Intellectual Capital Dan Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)*, 4(1), 426–436.
- [4] Kusna, I., & Setijani, E. (2018). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, Growth Opportunity Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(1), 93– 102.
- [5] Cristofel, C., & Kurniawati, K. (2021). Pengaruh Enterprise Risk Management, Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 14(1), 1– 12.
- [6] Karina, D. R. M., & Setiadi, I. (2020). Pengaruh Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Gcg Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 6(1), 37