

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka merupakan sebuah uraian atau deskripsi tentang literatur yang relevan dengan bidang atau topik tertentu, dengan memberikan tinjauan mengenai apa yang telah dibahas oleh peneliti, teori dan hipotesis yang mendukung permasalahan penelitian yang diajukan dan ditanyakan (Panuji Setrosari, 2016:117).

2.1.1. Pengungkapan

2.1.1.1. Definisi Pengungkapan

Menurut Hani (2018:88) definisi Pengungkapan sebagai berikut:

“Pengungkapan (*disclosure*) merupakan bagian dari pelaporan keuangan, yaitu langkah paling akhir dari proses pelaporan keuangan dengan menyajikan informasi akuntansi dalam bentuk *financial statement*.”.

Sedangkan menurut Bambang Subroto (2014:1) definisi Pengungkapan yaitu :

“Pengungkapan merupakan penyajian semua informasi yang diperlukan investor didalam laporan atau pelaporan keuangan. Pengungkapan dapat berupa pengungkapan wajib atau pengungkapan sukarela”.

Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk laporan keuangan yang diperlukan investor.

2.1.1.2. Jenis Pengungkapan

Menurut Hani (2018:88) Pengungkapan dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu Pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*).

1. Pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) yaitu pengungkapan informasi dalam laporan keuangan yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan.
2. Pengungkapan Sukarela (*voluntary disclosure*) yaitu pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan selain pengungkapan yang diwajibkan oleh standar atau badan pengawas.

Sedangkan menurut Sri *et al* (2019:242) jenis pengungkapan standar terdapat dua jenis yaitu pengungkapan standar umum dan pengungkapan standar khusus.

1. Pengungkapan Standar Umum
Pengungkapan standar umum berlaku untuk semua perusahaan yang menyajikan laporan keberlanjutan.
2. Pengungkapan Standar Khusus
Pengungkapan standar khusus yaitu meliputi pengungkapan pendekatan manajemen dan indikator. Pengungkapan dengan pendekatan manajemen tersebut dinamakan “*Disclosure on Management Approach (DMA)*” dimaksudkan untuk kesempatan bagi organisasi untuk menerangkan bagaimana pengelolaan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial yang berkaitan dengan aspek material dengan berbentuk naratif.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan terdapat dua jenis yaitu pengungkapan wajib/umum yang biasa disajikan perusahaan secara berkelanjutan dan pengungkapan sukarela/standar khusus yaitu pengungkapan selain yang diwajibkan standar untuk menerangkan bagaimana pengelolaan dampak ekonomi, lingkungan dan sosial dengan berbentuk naratif.

2.1.2. Pengungkapan *Enterprise Risk Management*

2.1.2.1. Definisi *Enterprise Risk Management*

Menurut Hery (2015:12) definisi *Enterprise Risk Management* sebagai berikut:

“*Enterprise Risk Management* merupakan suatu proses yang sistematis dan berkelanjutan yang dirancang dan dijalankan oleh manajemen guna memberikan keyakinan yang memadai bahwa semua risiko yang berpotensi memberikan dampak negatif pada nilai perusahaan telah dikelola sedemikian rupa sesuai dengan tingkat risiko yang bersedia diambil perusahaan”.

Sedangkan definisi *Enterprise Risk Management* menurut *The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO)* (2017:1) adalah sebagai berikut:

“*Enterprise Risk Management* sebagai suatu proses yang dipengaruhi manajemen perusahaan, yang diterapkann dalam setiap strategi perusahaan dan dirancang untuk memberikan keyakinan memadai agar dapat mencapai tujuan perusahaan”.

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa *Enterprise Risk Management* merupakan manajemen risiko dalam suatu organisasi yang bertujuan membuat organisasi menjadi sadar akan risiko, sehingga laju organisasi bisa dikendalikan agar dapat mencapai tujuan perusahaan.

2.1.2.2. Tujuan *Enterprise Risk Management*

Menurut IBI (Ikatan Bankir Indonesia) (2015:267) mengungkapkan bahwa tujuan *Enterprise Risk Management* yaitu :

“Tujuan utama manajemen risiko untuk risiko oprasional yaitu untuk meminimalisasi kemungkinan dampak negatif dari tidak berfungsinya

proses internal, kesalahan manusia, kegagalan sistem, dan/atau kejadian-kejadian eksternal.”

Sedangkan tujuan Manajemen Risiko (ERM) berbasis ISO 31000 dalam Leo J Susilo (2018:29) yaitu :

“Manajemen Risiko Perusahaan bertujuan untuk menciptakan nilai, melindungi nilai, membantu pencapaian sasaran perusahaan dan meningkatkan kinerja perusahaan. Bila hal tersebut tidak terjadi, maka ada yang salah dengan penerapan manajemen risiko perusahaan tersebut”.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa tujuan penerapan *Enterprise Risk Management* yaitu untuk melindungi nilai perusahaan dengan meminimalisis dampak negatif yang terjadi pada proses internal maupun kejadian-kejadian eksternal agar dapat membantu pencapaian sasaran suatu perusahaan.

2.1.2.3. Manfaat *Enterprise Risk Management*

Manfaat manajemen risiko suatu perusahaan menurut Darmawi (2014:5) dibagi menjadi 5 (lima) kategori utama :

1. Manajemen risiko mungkin dapat mencegah perusahaan dari kegagalan.
2. Manajemen risiko menunjang secara langsung peningkatan laba.
3. Manajemen risiko dapat memberikan laba secara tidak langsung.
4. Adanya ketenangan pikiran bagi manajer yang disebabkan oleh adanya perlindungan terhadap risiko murni, merupakan harta non material bagi perusahaan itu.
5. Manajemen risiko melindungi perusahaan dari risiko murni, dan karena kreditur pelanggan dan pemasok lebih menyukai perusahaan yang dilindungi maka secara tidak langsung menolong meningkatkan public image.

Menurut Irham Fahmi (2015:3) dengan diterapkannya manajemen risiko di suatu perusahaan ada beberapa kegunaan atau manfaat yang akan diperoleh yaitu :

1. Perusahaan memiliki ukuran kuat sebagai pijakan dalam mengambil setiap keputusan, sehingga para manajer menjadi lebih berhati-hati (prudent) dan selalu menempatkan ukuran-ukuran dalam berbagai keputusan.
2. Mampu memberi arah bagi suatu perusahaan dalam melihat pengaruh-pengaruh yang mungkin timbul baik secara jangka pendek dan jangka panjang.
3. Mendorong para manajer dalam mengambil keputusan untuk selalu menghindari risiko dan menghindari dari pengaruh terjadinya kerugian khususnya kerugian dari segi finansial.
4. Memungkinkan perusahaan memperoleh risiko kerugian yang minimum.
5. Dengan adanya konsep manajemen risiko (*risk managemen concept*) yang dirancang secara detail maka artinya perusahaan telah membangun arah dan mekanisme secara sustainable (berkelanjutan).

Berdasarkan penjelasan di atas maka manfaat *Enterprise Risk Management* (manajemen risiko) merupakan mencegah perusahaan dari kegagalan, peningkatan laba minimum risiko kerugian bagi perusahaan, dan membuat perusahaan lebih tenang karena dapat mengambil keputusan selalu menghindari risiko, karena adanya perlindungan.

2.1.2.4. Definisi Pengungkapan *Enterprise Risk Management*

Definisi Pengungkapan *Enterprise Risk Management* Menurut Hoyt dan Liebenberg (2011) dalam Ardianto (2018) adalah sebagai berikut :

“Pengungkapan *Enterprise Risk Management* merupakan pengungkapan yang berupa informasi pengelolaan risiko yang dilakukan oleh perusahaan dan mengungkapkan dampaknya masa depan nilai perusahaan. Perusahaan berusaha meminimalkan risiko keputusan bisnis apapun yang diambil. Pengelolaan dan pengungkapan resiko yang baik kepada publik selain mengurangi tingkat resiko dan ketidakpastian yang dihadapi investor juga membantu dalam mengendalikan aktivitas manajemen”.

Definisi Pengungkapan *Enterprise Risk Management* menurut Sunitha Devi, dkk (2017) menyatakan bahwa :

“Pengungkapan Manajemen Risiko Perusahaan (ERM) merupakan informasi pengelolaan risiko yang dilakukan oleh perusahaan dan mengungkapkan dampaknya terhadap masa depan perusahaan. Pengungkapan Manajemen Risiko Perusahaan dapat membantu pihak perusahaan untuk menginformasikan kepada pihak eksternal perusahaan terkait risiko perusahaan yang sangat kompleks”.

Sedangkan Pengungkapan *Enterprise Risk Management* menurut B Gunawan (2017) adalah sebagai berikut :

“*Enterprise Risk Management disclosure* merupakan pengungkapan atas risiko-risiko yang telah dikelola perusahaan atau pengungkapan mengenai bagaimana perusahaan dalam mengendalikan risiko terkait masa mendatang dan salah satu perangkat utama untuk dapat membantu mengembalikan kepercayaan publik dan membantu mengontrol aktivitas manajemen sehingga kecurangan dalam penyusunan pelaporan keuangan dapat dicegah atau diminimalisir.”

Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa Pengungkapan *Enterprise Risk Management* adalah informasi yang berkaitan dengan komitmen suatu perusahaan dalam mengelola risiko terkait masa mendatang.

2.1.2.5. Komponen Pengungkapan *Enterprise Risk Management*

Menurut *The Committee of Sponsoring Organization of the Treadway Commission (COSO)* dalam *Enterprise Risk Management Integrating with strategy and performance* (2017:6) mengungkapkan pentingnya manajemen risiko perusahaan dalam perencanaan strategi dan menanamkannya di seluruh organisasi. Strategi itu sendiri adalah seperangkat prinsip yang diatur dalam lima komponen yang saling terkait :

1. Tata Kelola dan Budaya

Tata kelola mengatur organisasi, memperkuat pentingnya dan menetapkan tanggung jawab pengawasan untuk, manajemen risiko

- perusahaan. Budaya berkaitan dengan nilai-nilai etika, perilaku yang diinginkan, dan pemahaman risiko dalam organisasi
2. Strategi dan Penetapan Tujuan
Manajemen risiko perusahaan, strategi, dan penetapan tujuan bekerja bersama dalam proses perencanaan strategi. Selera risiko ditetapkan dan diselaraskan dengan strategi, tujuan bisnis mempraktikkan strategi sambil berfungsi sebagai dasar untuk mengidentifikasi, menilai dan merespons risiko.
 3. Kinerja
Risiko yang dapat mempengaruhi pencapaian strategi dan tujuan bisnis perlu diidentifikasi dan dinilai. Risiko diprioritaskan oleh tingkat keparahan dalam konteks *risk appetite*. Organisasi kemudian memilih respons risiko dan mengambil pandangan portofolio dari jumlah risiko yang telah diasumsikan. Hasil dari proses ini dilaporkan kepada pemangku kepentingan risiko utama.
 4. Tinjauan dan Revisi
Dengan meninjau kerja entitas, organisasi dapat mempertimbangkan seberapa baik komponen manajemen risiko perusahaan berfungsi dari waktu ke waktu dan mengingat perubahan substansial, dan revisi apa yang diperlukan.
 5. Informasi, Komunikasi, dan Pelaporan
Manajemen risiko perusahaan memerlukan proses berkelanjutan untuk memperoleh dan berbagi informasi yang diperlukan, baik dari sumber internal dan eksternal, yang mengalir naik, turun, dan melintasi organisasi.

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa *Enterprise Risk Management* terdapat lima dimensi komponen yaitu tata kelola budaya, strategi dan penetapan tujuan, kinerja tinjauan revisi, dan informasi, komunikasi dan pelaporan. Dari kelima dimensi berikut terdapat 20 item pengungkapan *Enterprise Risk Management*.

2.1.2.6. Perhitungan Pengungkapan *Enterprise Risk Management*

Menurut *The Committee of Sponsoring Organization of the Treadway Commission (COSO)* (2017:7) perhitungan item-item pengungkapan

menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item ERM yang diungkapkan diberi nilai 1, dan 0 apabila tidak diungkapkan. Informasi mengenai pengungkapan ERM diperoleh dari laporan tahunan (*annual report*) dan situs perusahaan. Rumus perhitungan Pengungkapan *Enterprise Risk Management* yaitu *indeks ERM disclosure*.

$$ERM\ DI = \frac{\text{Total Item yang Diungkapkan}}{20 \text{ Item}}$$

Sumber : COSO (2017:7)

2.1.3. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

2.1.3.1. Definisi *Corporate Social Responsibility*

Definisi *Corporate Social Responsibility* Menurut M Yasir Yusuf (2017:3) adalah sebagai berikut :

“*Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan untuk pembangunan ekonomi mapan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan. CSR juga merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan investor dalam arti luas, bukan hanya kepentingan perusahaan saja ”.

Definisi *Corporate Social Responsibility* menurut Menurut Lela Nurlaela Wati (2019:09) adalah sebagai berikut :

“*Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line* dalam bentuk ekonomi atau nilai perusahaan saja, tetapi juga berpijak pada *tripel bottom line* yaitu tanggung jawab terhadap masalah sosial dan lingkungan”.

Sedangkan definisi *Corporate Social Responsibility* menurut Achmad Lamo S (2018:4) menyatakan:

“*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan kewajiban sosial swasta atau perusahaan kepada masyarakat dan pemerintah sebagai dampak dari ekspansi bisnisnya yang dimungkinkan telah mengganggu keseimbangan lingkungan dan sosial kemasyarakatan dimana mereka menjalankan aktivitasnya”.

Berdasarkan beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah bentuk tanggung jawab, komitmen yang berkesinambungan pada kalangan bisnis untuk bertanggung jawab terhadap kerusakan lingkungan, kesenjangan sosial, kualitas kehidupan karyawan serta masyarakat umum setempat yang akan bermanfaat bagi bisnis itu sendiri.

2.1.3.2. Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Menurut D S Fithrah Ali (2017:60) Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) yaitu :

“Manfaat tanggung jawab sosial perusahaan sebagai konsekuensi logis keberadaan perusahaan di sebuah lingkungan masyarakat mendorong perusahaan untuk lebih proaktif dalam mengambil inisiatif dalam hal tanggung jawab sosial. Pandangan ini tentunya bukan tanpa alasan karena pada dasarnya tanggung jawab sosial akan memberikan manfaat dalam jangka panjang bagi semua pihak yang dalam hal ini perusahaan, masyarakat, dan pemerintah”.

Menurut A.B, Susanto dalam buku Dedi Kurnia Komunikasi CSR Politik : Membangun Reputasi, Etika, dan Estetika PR Politik (2019:19) mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* terdapat berbagai manfaat yang diperoleh perusahaan dari aktivitas CSR tersebut, antara lain :

1. Mengurangi risiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan;
2. CSR dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis;
3. Munculnya keterlibatan dan kebanggaan dari karyawan pada perusahaan yang memiliki reputasi baik;

4. CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dan para *stakeholder*-nya;
5. Meningkatkan penjualan, konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa manfaat dari tanggung jawab sosial perusahaan yaitu dapat mengurangi tuduhan-tuduhan yang tidak baik atas apa aktivitas yang perusahaan lakukan, CSR dapat mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para investor, dan hal tersebut dapat bermanfaat bagi semua pihak baik perusahaan, masyarakat, dan lingkungan sekitarnya.

2.1.3.3. Definisi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Definisi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menurut Hery (2018:51) adalah sebagai berikut :

“Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah *Corporate Image Management* , yaitu sebuah aktivitas strategi pemasaran untuk memperbaiki posisi kompetitif organisasi, dengan mengirimkan pesan yang dirancang untuk menciptakan atau mempertahankan nama baik perusahaan”.

Sedangkan definisi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menurut Sari (2019:13) berpendapat bahwa :

“Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan pertanggungjawaban atas kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap kesejahteraan Masyarakat, para pekerjanya dan lingkungan sekitar perusahaan yang terkena dampak negatif dari aktivitas operasi perusahaan”.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah proses pengkomukasian dampak sosial dan kegiatan- kegiatan ekonomi yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk

kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar dan diungkapkan dalam laporan keuangan untuk mempertahankan *good image* perusahaan.

2.1.3.4. Komponen Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut standar *Global Reporting Initiative Version 3.0* terdapat 79 item pengungkapan CSR yang mencakup enam dimensi yaitu :

1. Kinerja Ekonomi;
2. Kinerja Lingkungan;
3. Sosial;
4. Hak Asasi Manusia;
5. Masyarakat;
6. Tanggung Jawab Produk

Sedangkan menurut Rifqi dkk (2020:5) berdasarkan standar GRI terdiri dari tiga fokus komponen pengungkapan yaitu dimensi ekonomi, dimensi lingkungan dan dimensi sosial

1. Dimensi Ekonomi
Tanggung jawab ekonomi berarti menyangkut keberhasilan perusahaan berdampak pada kondisi ekonomi dari *stakeholder* dan ekonomi masyarakat lokal
2. Dimensi Lingkungan
Tanggung jawab lingkungan menyangkut aktivitas perusahaan berdampak pada kehidupan didalam sistem alam, termasuk ekosistem, tanah, udara dan air.
3. Dimensi Sosial
Tanggung jawab sosial yaitu dampak sosial yang diakibatkan oleh perusahaan baik secara langsung ataupun tidak langsung.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa komponen pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berdasarkan standar GRI terdapat lima dimensi yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, sosial, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk.

2.1.3.5. Perhitungan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut standar *Global Reporting Initiative Version 3.0* pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dihitung dengan Skala dikotomi digunakan dalam pemberian skor untuk setiap item pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan dalam laporan tahunan (*Annual Report*). Masing – masing akan diberi skor 1, sehingga jika perusahaan mengungkapkan 1 (satu) item saja maka skor yang diperoleh adalah 1 (satu). Namun jika item tidak diungkapkan maka diberi skor 0 (Nol), rumus berikut :

$$CSRI = \frac{\text{Jumlah Item Yang Diungkapka n}}{\text{Jumlah Item Pengungkap an}}$$

Sumber : GRI Ver 3.0

2.1.4. Nilai Perusahaan

2.1.4.1. Definisi Nilai Perusahaan

Definisi Nilai Perusahaan menurut Hery (2017 : 5) adalah sebagai berikut :

“Nilai Perusahaan adalah kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai saat ini”.

Definisi Nilai Perusahaan menurut Irham Fahmi (2015:82) adalah sebagai berikut:

“Nilai Perusahaan merupakan nilai jual sebuah perusahaan yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang”.

Sedangkan menurut I Made Sudana (2019:8) menyatakan bahwa :

“ Nilai perusahaan merupakan nilai sekarang dari arus pendapatan atau kas yang diharapkan diterima pada masa yang akan datang”

Berdasarkan definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap tata kelola perusahaan, dimana semakin tinggi nilai pasar atau harga saham maka akan memberikan kemakmuran dan kesejahteraan bagi para investor.

2.1.4.2. Macam-Macam Pengukuran Nilai Perusahaan

Menurut Weston & Copeland dialih bahasakan oleh S Indriani (2019:15) menjelaskan pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan rasio penilaian atau rasio pasar. Rasio penilaian merupakan ukuran kinerja yang paling menyeluruh untuk suatu perusahaan yang terdiri dari :

1. *Price to Book Value* (PBV) yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham.
2. *Market to Book Ratio* (MBR) yaitu perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai buku saham.
3. *Market to Book Assets Ratio* yaitu ekspektasi pasar tentang nilai dari peluang investasi dan pertumbuhan perusahaan yaitu dari peluang investasi dan pertumbuhan perusahaan yaitu perbandingan antara nilai pasar aset dengan nilai buku aset
4. *Market Value of Equity* (MVE) yaitu nilai pasar ekuitas perusahaan menurut penilaian para pelaku pasar.
5. *Enterprise Value* (EV) yaitu nilai kapitalisasi market yang dihitung sebagai nilai kapitalisasi pasar ditambah total kewajiban ditambah *minority interest* dan saham preferen dikurangi total kas dan ekuivalen kas
6. *Price Earning Ratio* (PER) yaitu harga yang bersedia dibayar oleh pembeli apabila perusahaan itu dijual.
7. *Tobin's Q* yaitu nilai pasar dari suatu perusahaan dengan membandingkan nilai pasar suatu perusahaan yang terdaftar di pasar keuangan dengan nilai penggantian aset (*asset replacement value*) perusahaan.

Sedangkan menurut Fenty Fauziah (2017:3) nilai perusahaan dapat diukur dengan *Tobin's Q*, *Price Earning Ratio* (PER) dan *Price Book Value* (PBV).

1. *Tobin's Q* merupakan perbandingan nilai pasar perusahaan dengan investasi bersihnya.
2. *Price Earning Ratio* (PER) merupakan rasio yang mengukur perbandingan harga saham dengan keuntungan yang diperoleh pemegang saham
3. *Price Book Value* (PBV) merupakan rasio harga saham per lembar terhadap nilai buku per lembar saham perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengukuran nilai perusahaan dapat diukur dengan *Price to Book Value* (PBV), *Tobin's Q*, *Price Earning Ratio* (PER), *Market to Book Ratio* (MBR), *Market to Book Assets Ratio*, *Market Value of Equity* (MVE) dan *Enterprise Value* (EV).

2.1.4.3. Perhitungan Nilai Perusahaan

Menurut Fenty Fauziah (2017:3) Nilai Perusahaan dapat diukur dengan *Tobin's Q*. *Tobin's Q* menurut M Nur Utomo (2019:52) sebagai berikut :

“*Tobin's Q* merupakan rasio dari nilai pasar asset perusahaan yang diukur oleh nilai pasar dari jumlah saham yang beredar dan hutang terhadap *replacement cost* dari aktiva perusahaan”.

$$Tobin's\ Q = \frac{\text{Nilai Pasar Ekuitas} + \text{Nilai Hutang Perusahaan}}{\text{Total Aktiva}}$$

Sumber : M Nur Utomo (2019:52)

2.2. Kerangka Pemikiran

2.2.1. Pengaruh Pengungkapan *Enterprise Risk Management* Terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan ERM merupakan informasi mengenai pengelolaan resiko, yang dimulai dari dugaan resiko yang akan terjadi, langkah yang diambil atas resiko tersebut dan dampaknya bagi perusahaan pada masa yang akan datang. ERM dalam suatu perusahaan memiliki peran penting dalam menjaga stabilitas perusahaan. (Sunitha Devi,dkk. 2017:27). Dengan manajemen risiko yang baik, perusahaan dapat melindungi nilai dan menambah nilai perusahaan (Pardjo, 2017:6)

Pengungkapan ERM yang berkualitas tinggi pada perusahaan memberikan dampak positif terhadap persepsi pelaku pasar. Persepsi positif yang dimiliki oleh pelaku pasar atas perusahaan akan mendorong para pelaku pasar untuk memberikan harga tinggi pada perusahaan tersebut sehingga nilai perusahaan akan menjadi tinggi (Sunitha Devi,dkk. 2017:27).

Terkait *Enterprise Risk Management Disclosure* (ERMD) berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Bertinetti, et. Al (2013), dalam penelitiannya membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara statistik antara adopsi ERM dengan nilai perusahaan. Sesuai dengan tujuan utama dari ERM adalah untuk mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaan. Sehingga dengan melakukan ERMD akan memberikan nilai perusahaan yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang tidak melakukan ERMD.

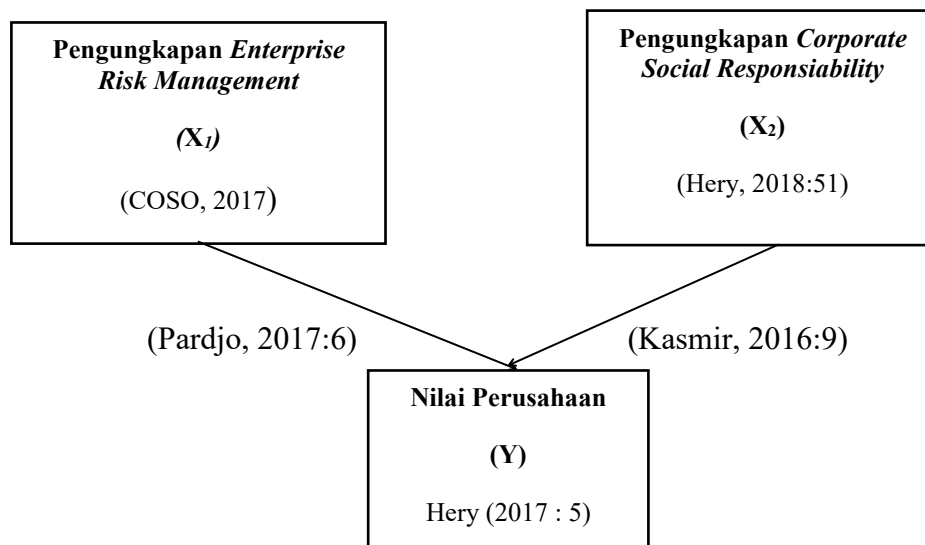
2.2.2. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan dapat meningkatkan citra perusahaan dan mengubah *image* (pandangan) masyarakat dan pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Dengan demikian, segala aktivitas perusahaan akan memperoleh kepercayaan dari berbagai pihak dalam jangka panjang yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Kasmir, 2016:9).

Pengungkapan CSR memiliki potensi untuk meningkatkan legitimasi pihak eksternal agar mampu menilai seberapa besar upaya aktivitas operasional yang sesuai dengan norma di masyarakat. Pengungkapan CSR juga adalah strategi aktif perusahaan untuk meningkatkan kepuasan *stakeholder*. Semakin banyak pengungkapan CSR, semakin transparan dan lengkap informasi yang diberikan sehingga mampu memperoleh sinyal positif bagi investor. Ketiga hal tersebut memberikan citra perusahaan yang baik sehingga investor tertarik untuk menanamkan sahamnya di perusahaan. Dampaknya, nilai perusahaan meningkat (Hexana Sri Lastanti, Nabil Salim, 2018).

Pelaksanaan praktik CSR akan meyakinkan investor bahwa perusahaan akan mampu menjamin kelangsungan hidup perusahaan kedepannya yang sekaligus akan meningkatkan nilai perusahaan. Pernyataan ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rosiana, dkk (2013), Harjoto dan Jo (2007), Yuniasih dan Wirakusuma (2008), Agusta (2016) dalam Putu Elia M dkk (2018) yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan merespon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham dan laba perusahaan (*earnings*).

Melihat adanya hubungan antara Pengungkapan *Enterprise Risk Management* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan, maka paradigma penelitian dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam Gambar 2.1 berikut ini :



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.3. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan (Sugiyono, 2017:63).

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut :

H1 :Pengungkapan *Enterprise Risk Management* Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan.

H2 :Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan