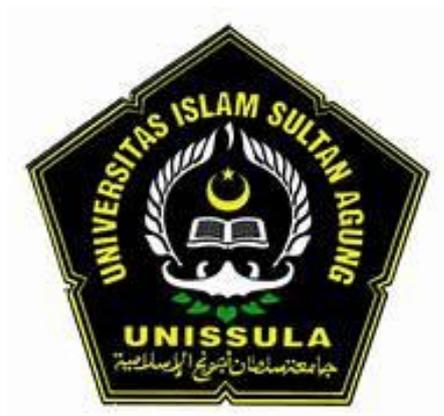


**PENGARUH *ENTERPRISE RISK MANAGEMENT* DAN
ISLAMIC SOCIAL REPORTING TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S1**

Program Studi Akuntansi



Disusun Oleh :

Malinda Magfiroh

31401900097

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEMARANG
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH *ENTERPRISE RISK MANAGEMENT* DAN
ISLAMIC SOCIAL REPORTING TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN**

Disusun Oleh :

Malinda Magfiroh

31401900097



Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat
diajukan ke hadapan sidang panitia ujian Skripsi
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung

Semarang, 19 Desember 2023

Pembimbing,



Dr. Hj. Indri Kartika, S.E., M.Si., Ak., CA

NIK. 211490002

**PENGARUH *ENTERPRISE RISK MANAGEMENT* DAN
ISLAMIC SOCIAL REPORTING TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN**

**Disusun Oleh :
Malinda Magfiroh
31401900097**

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 29 Desember 2023

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing

Penguji I



Dr. Hj. Indri Kartika, SE., M.Si., Ak., CA
NIK. 211490002



Dr. Sri Anik, SE., M.Si
NIK. 210493033

Penguji II



Mutoharoh, SE., M.Sc
NIK. 211418030

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Tanggal 29 Desember 2023



Provita Wijayanti, SE., M.Si., Ak., CA
NIK. 211403012

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Malinda Magfiroh

NIM : 31401900097

Program Studi : S1 Akuntansi

Konsentrasi : Keuangan

Dengan ini saya menyatakan bahwa isi karya tulis yang berjudul :

“Pengaruh *Enterprise Risk Manajement* dan *Islmaic Social Reporting* terhadap Nilai Perusahaan” ini merupakan karya tulis pribadi yang didalamnya tidak dilakukan tindakan plagiarisme atau penipuan, kecuali pendapat atau temuan milik orang lain yang dikutip atau di rujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan jiplakan dari karya tulis milik orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 29 Desember 2023

Yang Membuat Pernyataan



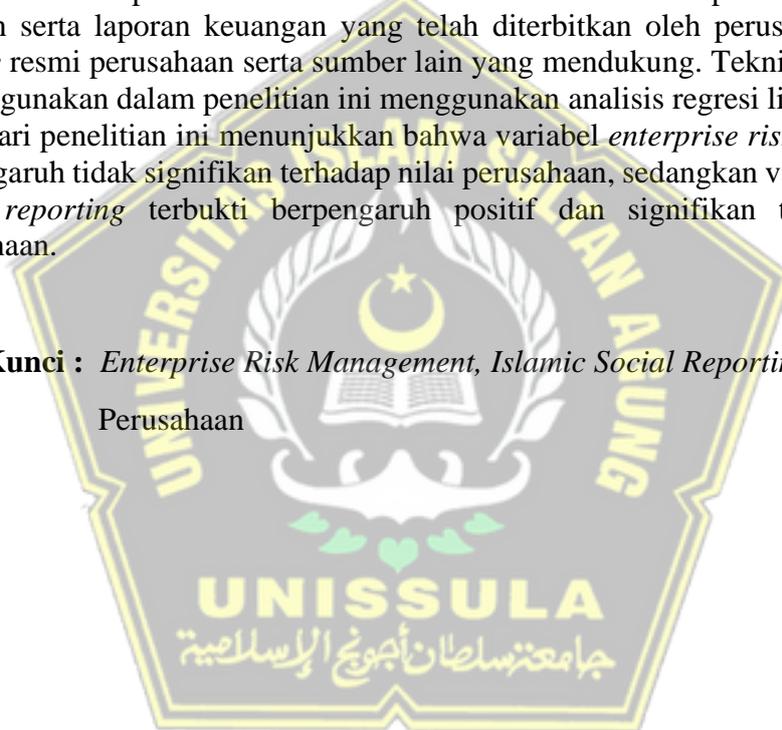
Malinda Magfiroh

31401900097

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi mengenai bagaimana pengaruh dari *enterprise risk management* terhadap nilai perusahaan serta bagaimana pengaruh *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index 70* (JII70) di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk periode tahun 2020-2022. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang didapatkan adalah sebanyak 167 sampel penelitian. Data sekunder menjadi satu jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Dimana data ini diambil dan diperoleh dari laporan tahunan serta laporan keuangan yang telah diterbitkan oleh perusahaan melalui *website* resmi perusahaan serta sumber lain yang mendukung. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *enterprise risk management* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel *islamic social reporting* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

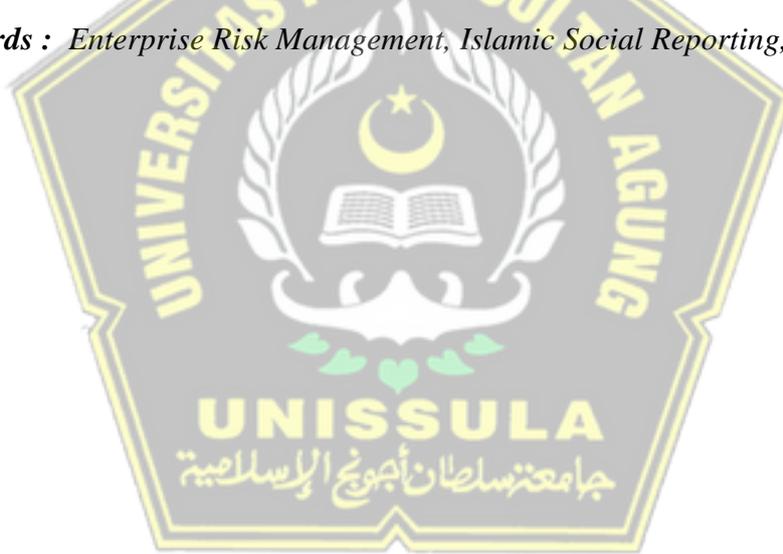
Kata Kunci : *Enterprise Risk Management, Islamic Social Reporting, Nilai Perusahaan*



ABSTRACT

This research is intended to identify how enterprise risk management influences firm value and how Islamic social reporting influences firm value. The population used in this research are companies listed on the Jakarta Islamic Index 70 (JII70) on the Bursa Efek Indonesia (BEI) for the 2020-2022 period. The sampling method in this research used a purposive sampling method with the number of samples obtained being 167 research samples. Secondary data is one type of data used in this research. Where this data is taken and obtained from annual reports and financial reports that have been published by the company through the company's official website and other supporting sources. The data analysis technique used in this research uses multiple linear regression analysis. The results of this research show that the enterprise risk management variable is proven to have an insignificant effect on firm value, while the Islamic social reporting variable is proven to have a positive and significant effect on firm value.

Keywords : Enterprise Risk Management, Islamic Social Reporting, Firm Value



INTISARI

Nilai perusahaan menjadi satu indikator penting bagi seorang investor karena nilai perusahaan ini menjadi tolok ukur bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Terdapat beberapa faktor yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan, dua diantaranya yaitu *enterprise risk management* dan *islamic social reporting*. *Enterprise risk management* merupakan upaya perusahaan dalam pengelolaan risiko, sedangkan *islamic social reporting* merupakan tanggung jawab sosial yang diusahakan oleh perusahaan dengan tidak mengabaikan prinsip-prinsip islam yang disyariatkan.

Grand theory yang digunakan dalam penelitian ini merupakan *signalling theory*, dimana teori ini menegaskan akan pentingnya informasi finansial dan non-finansial yang dipublikasi oleh perusahaan. Informasi non-finansial yang dimaksud yaitu informasi mengenai pengungkapan *enterprise risk management* dan *islamic social reporting*. Melalui kedua pengungkapan tersebut diharapkan dapat menjadi sinyal bagi seorang investor dalam pertimbangan pengambilan keputusan investasi.

Populasi dalam penelitian ini merupakan perusahaan yang terdaftar pada *Jakarta Islamic Index 70 (JII70)* dengan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*, sehingga sampel yang berhasil didapatkan berjumlah 167 sampel penelitian. Data sekunder menjadi satu jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Data ini diambil dan diperoleh dari laporan

tahunan serta laporan keuangan yang telah diterbitkan oleh perusahaan melalui *website* resmi perusahaan serta sumber lain yang mendukung.

Berdasarkan pada pengujian hipotesis maka didapatkan kesimpulan bahwa variabel *enterprise risk management* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel *islamic social reporting* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, dimana sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan perusahaan yang terdaftar di JII70 yang didalamnya terdiri dari berbagai perusahaan dengan jenis usaha yang berbeda-beda, sehingga tidak dapat dikhususkan menjadi satu bidang usaha perusahaan saja. Selain itu, variabel independen yang terdiri dari *enterprise risk management* dan *islamic social reporting* hanya mampu berkontribusi sebesar 6,9 % terhadap nilai perusahaan. Sementara sisanya, 93,1% lainnya dijelaskan serta diprediksi oleh variabel-variabel lain di luar penelitian.

Berdasarkan pada keterbatasan tersebut, maka disarankan pada peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel independen lain. Variabel yang dapat digunakan adalah *intellectual capital*. Dimana dengan adanya variabel *intellectual capital* ini, diharapkan dapat menjadi salah satu acuan bagi seorang investor dalam pengambilan keputusan investasi sehingga hal ini akan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Badarudin dan Wuryani, 2018). Selain itu, untuk peneliti selanjutnya juga disarankan untuk menggunakan perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) yang didalamnya terdiri dari perusahaan dengan saham syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pemilihan perusahaan ini

sebagai upaya memperluas sampel penelitian dimana di tahun 2023 perusahaan yang tergabung dalam ISSI berjumlah 552 perusahaan.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan hidayah serta inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Enterprise Risk Management* dan *Islamic Social Reporting* terhadap Nilai Perusahaan”**. Penelitian ini disusun dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi dari Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Penulis menyadari bahwa selama penyusunan penelitian ini banyak mendapatkan bimbingan, dukungan, serta motivasi dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Heru Sulistyو, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
2. Provita Wijayanti SE., M.Si., Ak., CA selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
3. Dr. Hj. Indri Kartika, SE., M.Si., Ak., CA selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing dengan sabar, serta memberikan arahan, motivasi, kritik, dan saran yang sangat membangun sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Kedua orang tua tercinta, bapak Warsono dan ibu Siti Aminah yang senantiasa memberikan doa, motivasi, serta dukungan dalam segi moral maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa melindungi dan merahmati keduanya.

5. Saudara tersayang, Siti Lilis Indriyani dan Muhammad Niam Adi Nugroho yang selalu memberikan motivasi dan semangat.
6. Rekan-rekan seperjuangan saya Tiwi, Arti, Nadia, Okta, Najma, Rara, dan Niska yang telah memberikan semangat, motivasi, serta mendoakan penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi.
7. Rekan-rekan kos Al-Mawaddah, Ine, Arti, Risma, dan juga Rosita yang senantiasa memberikan support terbaik bagi penulis.
8. Seluruh Civitas Akademi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan ilmunya.
9. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan serta bantuan dalam penyelesaian pra skripsi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini. Besar harapan penulis semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Semarang, 19 Desember 2023

Peneliti,



Malinda Magfiroh

31401900097

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK.....	v
INTISARI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 <i>Grand Theory</i>	9
2.1.1 <i>Signalling Theory</i>	9
2.2 Variabel Penelitian.....	10
2.2.1 Nilai Perusahaan.....	10
2.2.2 <i>Enterprise Risk Management</i>	14
2.2.2 <i>Islamic Social Reporting</i>	19
2.3 Penelitian Terdahulu.....	23
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis.....	28
2.4.1 Pengaruh <i>Enterprise Risk Management</i> (ERM) terhadap Nilai Perusahaan.....	28
2.4.2 Pengaruh <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR) terhadap Nilai Perusahaan.....	29
2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Populasi dan Sampel.....	33
3.2.1 Populasi.....	33

3.2.2	Sampel.....	34
3.3	Jenis dan Sumber Data	35
3.4	Metode Pengumpulan Data	35
3.5	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
3.5.1	Variabel Dependen (Y)	36
3.5.2	Variabel Independen (X).....	36
3.6	Teknik Analisis	40
3.6.1	Statistik Deskriptif	40
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	40
3.6.3	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	43
3.6.3.1	Model Regresi Linier Berganda.....	43
3.6.3.2	Uji Fit Model.....	44
3.6.3.3	Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		47
4.1	Deskripsi Sampel.....	47
4.2	Analisis Statistik Deskriptif	48
4.3	Uji Asumsi Klasik	50
4.3.1	Uji Normalitas.....	51
4.3.2	Uji Multikolinearitas	53
4.3.3	Uji Autokorelasi.....	54
4.3.4	Uji Heteroskedastisitas.....	55
4.4	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	56
4.4.1	Model Regresi Linier	56
4.4.2	Uji Fit Model.....	58
4.4.2.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	58
4.4.2.2	Koefisien Determinasi (R^2).....	59
4.4.3	Uji Hipotesis	59
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	61
4.5.1	Pengaruh <i>Enterprise Risk Management</i> Terhadap Nilai Perusahaan	61
4.5.2	Pengaruh <i>Islamic Social Reporting</i> Terhadap Nilai Perusahaan	62

BAB V PENUTUP.....	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	64
5.3 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Saham Syariah	2
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	32



DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Indikator Indeks <i>Islamic Social Reporting</i>	21
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38
Tabel 3.2 Kriteria Uji <i>Durbin Watson (DW test)</i>	42
Tabel 4.1 Kriteria Pengambilan Sampel	48
Tabel 4.2 Analisis Statistik Deskriptif	49
Tabel 4.3 Uji Normalitas Sebelum <i>Outlier</i>	52
Tabel 4.4 Uji Normalitas Setelah <i>Outlier</i>	53
Tabel 4.5 Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.6 Uji Autokorelasi Sebelum <i>Durbin Two Step Method</i>	55
Tabel 4.7 Uji Autokorelasi Setelah <i>Durbin Two Step Method</i>	56
Tabel 4.8 Uji Heteroskedastisitas.....	56
Tabel 4.9 Regresi Linear Berganda.....	57
Tabel 4.10 Uji F	59
Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinasi	60
Tabel 4.12 Uji t	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Perusahaan Yang Terdaftar Di <i>Jakarta Islamic Index</i>	69
Lampiran 2. Daftar Sampel Perusahaan.....	71
Lampiran 3. Hasil Tabulasi Data	73
Lampiran 4. Hasil Analisis Data SPSS	76
Gambar 3.1	32



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingkat keberhasilan suatu perusahaan dapat ditilik dari nilai perusahaan, dimana seorang investor akan menjadikan nilai perusahaan ini sebagai satu indikator penting dalam pertimbangan pengambilan keputusan investasi, apakah investasi tersebut patut untuk dilanjutkan atau dihentikan. Untuk dapat mempertimbangkan keputusan tersebut, seorang investor tentu membutuhkan informasi yang kredibel mengenai prospek perusahaan di masa yang akan datang, dimana informasi ini dapat diperoleh investor melalui laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan. Keputusan investasi yang hanya berfokus pada informasi finansial perusahaan tidak dapat menjamin bahwa keputusan investasi tersebut telah dilakukan dengan tepat, karena pada dasarnya informasi yang hanya bersifat finansial ini tidak cukup mampu untuk dijadikan dasar dalam menilai suatu perusahaan. Anisa (2012) mengungkapkan bahwa pengungkapan informasi non finansial juga dianggap penting dalam pertimbangan pengambilan keputusan investasi.

Fluktuasi harga saham syariah di pasar modal menjadi satu fenomena yang menarik untuk dibahas, karena pada dasarnya harga saham ini menjadi gambaran akan nilai perusahaan, sehingga dengan ini dapat digunakan oleh seorang investor sebagai pertimbangan pengambilan keputusan investasi. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, mengindikasikan jika perusahaan memiliki nilai perusahaan yang tinggi, maka dengan nilai perusahaan yang tinggi inilah

perusahaan dapat memberikan kesejahteraan yang besar bagi pemegang sahamnya. Negara dan Paramitha (2017) mengungkapkan bahwa tinggi rendahnya harga saham dipengaruhi oleh banyak faktor, satu diantaranya yaitu jumlah saham yang beredar. Data statistik menyebutkan bahwa sejumlah saham syariah di Indonesia mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Berikut data perkembangan jumlah saham di Indonesia.



Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Saham Syariah

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan

Berdasarkan pada diagram di atas dapat dilihat jika pada rentang tahun 2017-2020 pertumbuhan saham syariah terus mengalami kenaikan, namun pada periode pertama tahun 2021 saham syariah harus mengalami penurunan, yang kemudian kembali mengalami kenaikan pada tahun 2022. Dari diagram tersebut juga dapat dilihat bahwa pada periode pertama tahun 2018 saham syariah mengalami kenaikan sebesar 8,55% dari periode pertama tahun sebelumnya. Begitu

pula tahun 2019, saham syariah mengalami kenaikan sebesar 7,09% dari tahun sebelumnya. Tahun 2020, pertumbuhan saham syariah masih mengalami kenaikan sebesar 12,01% dibanding tahun 2019. Namun pada periode pertama tahun 2021 saham syariah harus mengalami penurunan sebesar 3,06% dari periode pertama tahun 2020. Baru pada tahun 2022, saham syariah kembali mengalami kenaikan sebesar 13,77% dibanding periode pertama tahun 2021.

Fluktuasi jumlah saham syariah yang beredar ini pada akhirnya akan mempengaruhi tinggi rendahnya harga saham itu sendiri, karena pada dasarnya semakin besar jumlah saham yang beredar di pasar modal akan meningkatkan harga saham. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, mengindikasikan jika perusahaan memiliki nilai perusahaan yang tinggi. Tingginya nilai perusahaan menjadi satu prestasi tersendiri bagi perusahaan yang sangat diharapkan oleh seorang investor karena dengan meningkatnya nilai perusahaan ini akan mencerminkan tingginya kemakmuran para pemegang sahamnya. Dalam upaya peningkatan nilai perusahaan, perusahaan harus mampu mengontrol potensi finansial maupun potensi non finansial perusahaan demi menjaga eksistensi perusahaan dalam jangka panjang.

Salah satu informasi non finansial yang dapat diandalkan oleh investor dalam pertimbangan pengambilan keputusan investasi yaitu informasi mengenai profil risiko perusahaan dan pengelolaan atas risiko tersebut. Beasley et al. (2005) menyebutkan bahwa perubahan teknologi, perkembangan transaksi seperti hedging, serta globalisasi, ini semua mengakibatkan semakin tingginya tantangan yang harus dilalui oleh suatu perusahaan dalam upaya pengelolaan risiko. Oleh

karenanya, untuk menghadapi berbagai tantangan yang ada, penting bagi suatu perusahaan dalam melakukan aktifitas *enterprise risk management*. Semakin tinggi informasi ERM yang diungkapkan oleh perusahaan, maka hal ini akan memberikan dampak positif terhadap persepsi pelaku pasar. Maka dengan persepsi baik ini, tentu akan mendorong para pelaku pasar untuk memberikan nilai tinggi pada perusahaan sehingga hal ini akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Pamungkas (2019) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh positif antara *enterprise risk management* terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Devi et al. (2017) Iswajuni et al. (2018) yang menemukan bahwa *enterprise risk management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil berbeda didapatkan oleh Rivandi (2018) serta Ardianto dan Rivandi (2018) yang menyatakan bahwa *enterprise risk management* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain informasi *enterprise risk management*, informasi non finansial yang juga dianggap dapat memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan. *Islamic Social Reporting* merupakan standar pengungkapan kinerja sosial perusahaan berbasis syariah yang dilakukan entitas syariah sebagai upaya untuk menginformasikan kepada para pengguna laporan keuangan mengenai tanggung jawab sosial yang telah diupayakan oleh entitas syariah, sehingga dengan ini dapat dijadikan sebagai penunjang dalam pertimbangan pengambilan keputusan investasi bagi pihak-pihak terkait, khususnya bagi investor muslim yang akan menanamkan dananya. Melalui

informasi pengungkapan *islamic social reporting* yang diterbitkan oleh perusahaan ini dapat menjadi satu isyarat bagi para investor mengenai tanggung jawab sosial yang telah diupayakan perusahaan, dimana tanggung jawab ini menjadi satu strategi jangka panjang perusahaan demi menjaga keberlangsungan perusahaan itu sendiri, sehingga dengan ini dapat meningkatkan reputasi perusahaan di pasar modal. Meningkatnya reputasi perusahaan ini tentu akan mengundang para investor untuk mau menanamkan dananya di perusahaan tersebut, sehingga hal ini akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan.

Hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Khoiriyah (2020), Refani dan Dewi (2020), serta Sulistiyo dan Yuliana (2019) mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh positif antara *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil berbeda ditemukan oleh Sutapa dan Laksito (2018) dan Akmala dan Kartika (2020) yang menyatakan bahwa *islamic social reporting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan fenomena fluktuasi harga saham yang terjadi dan penelitian-penelitian terdahulu yang masih menunjukkan hasil yang tidak konsisten, sehingga hal ini yang memotifasi untuk dilakukan penelitian kembali. Penelitian ini mengacu pada penelitian Pamungkas (2019) dan Khoiriyah (2020). Pengembangan konsep penelitian yang dapat membedakan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah penggabungan antara variabel *enterprise risk management* oleh Pamungkas (2019) dengan variabel *islamic social reporting* oleh Khoiriyah (2020) yang akan diuji pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Perbedaan selanjutnya terletak pada periode penelitian, dimana periode penelitian dalam penelitian ini

pada rentang tahun 2020-2022. Proksi nilai perusahaan yang akan digunakan pada penelitian ini adalah Tobin's Q, dimana dalam proksi ini akan melakukan perbandingan antara *Market Value of all outstanding Shares* ditambah nilai pasar hutang dengan total aset perusahaan. Metode pengukuran Tobin's Q ini di pandang memiliki tingkat pengukuran yang lebih teliti, hal ini berkaitan dengan seberapa efektifkah manajemen dapat memanfaatkan sumber daya ekonomis yang dimiliki oleh perusahaan. Wright dan Smithers (2000) menyebutkan Tobin's Q ini memiliki beberapa keunggulan tersendiri, dimana melalui Tobin's Q ini akan menggambarkan keseluruhan aset yang dimiliki oleh perusahaan, menggambarkan model intelektual perusahaan, menggambarkan sentimen pasar yang dilihat dari prospek keberlanjutan perusahaan, serta dapat mengatasi berbagai masalah-masalah perusahaan dengan melakukan perkiraan tingkat laba.

Penelitian ini dilakukan guna mendapatkan bukti secara empiris terkait pengaruh *enterprise risk management* dan *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembang ilmu pengetahuan selanjutnya mengenai pengaruh *enterprise risk management* dan *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran bagi perusahaan mengenai pentingnya informasi *enterprise risk management* dan *islamic social reporting* sehingga hal ini akan mendorong perusahaan untuk menerbitkan informasi yang kredibel. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi kepada investor, khususnya investor muslim mengenai seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mengelola segala risiko serta

menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan prinsip-prinsip syariah sehingga dengan ini dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan pengambilan keputusan investasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *enterprise risk management* terhadap nilai perusahaan?
2. Bagaimana pengaruh *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian serta rumusan masalah yang telah dituangkan di atas, penelitian ini disusun dengan maksud untuk :

1. Menganalisis pengaruh *enterprise risk management* terhadap nilai perusahaan.
2. Menganalisis pengaruh *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi pengembang ilmu pengetahuan selanjutnya mengenai pengaruh *enterprise risk management* dan *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran bagi perusahaan mengenai betapa pentingnya informasi mengenai pengelolaan risiko serta tanggung jawab sosial perusahaan sehingga hal ini akan mendorong perusahaan untuk menerbitkan informasi yang kredibel.

2. Bagi investor

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada investor, khususnya investor muslim mengenai seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mengelola segala risiko serta menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan prinsip-prinsip syariah sehingga dengan ini dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan pengambilan keputusan investasi.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Grand Theory*

2.1.1 *Signalling Theory*

Teori sinyal merupakan suatu teori yang didalamnya menjelaskan bagaimana perusahaan memberikan petunjuk atau informasi kepada pihak-pihak eksternal terkait dengan kondisi keuangan perusahaan serta prospek perusahaan di masa yang akan datang (Brigham dan Houston, 2006). Dalam teori ini juga dijabarkan alasan mengapa perusahaan perlu melakukan pengungkapan laporan keuangan perusahaan kepada pihak luar, tidak lain yaitu karena adanya asimetri informasi yang terjadi antara pihak manajemen perusahaan dengan pihak eksternal, yang mana manajemen perusahaan ini memiliki informasi lebih banyak dibanding pihak eksternal mengenai operasional perusahaan serta prospek perusahaan di masa yang akan datang. Oleh karena itu, dalam rangka mengurangi asimetri informasi yang terjadi, maka tindakan yang perlu dilakukan perusahaan yaitu dengan menyampaikan sinyal kepada pihak-pihak eksternal melalui pengungkapan laporan keuangan perusahaan, dimana didalamnya berisikan informasi keuangan perusahaan yang dapat diandalkan. Informasi-informasi inilah yang nantinya akan dapat digunakan oleh seorang investor dalam memahami bagaimana kondisi suatu perusahaan yang sebenarnya, baik di masa yang lalu, saat ini, maupun di masa yang akan datang.

Ketika informasi yang dipublikasikan oleh suatu perusahaan menjadi sinyal positif bagi seorang investor, investor ini akan tertarik untuk melakukan

perdagangan saham, hal ini tentu akan berdampak pada terjadinya kenaikan dalam volume perdagangan saham, dimana hal ini akan berpengaruh pada meningkatnya harga saham suatu perusahaan. Semakin meningkatnya harga saham suatu perusahaan, mengindikasikan jika perusahaan memiliki *firm value* (nilai perusahaan) yang tinggi. Oleh karenanya, tingginya nilai perusahaan suatu perusahaan akan dapat memberikan kesejahteraan bagi pemegang sahamnya seiring dengan meningkatnya harga saham itu sendiri (Nguyen, 2018).

Teori sinyal ini menegaskan akan pentingnya informasi finansial dan non-finansial yang diungkapkan oleh suatu perusahaan melalui laporan keuangan yang telah dipublikasikan, sehingga hal ini akan dapat digunakan oleh seorang investor sebagai suatu sinyal yang mendasari atas pengambilan keputusan investasi. Informasi non-finansial yang digunakan dalam penelitian ini yaitu informasi yang memuat tentang *enterprise risk management* (ERM) dan *islamic social reporting* (ISR). Dimana, semakin tinggi informasi ERM dan ISR yang disampaikan perusahaan, maka akan meningkat pula keyakinan seorang investor atas keamanan dana yang diinvestasikannya, sehingga investor tersebut tidak akan ragu lagi untuk menanamkan dananya pada perusahaan tersebut.

2.2 Variabel Penelitian

2.2.1 Nilai Perusahaan

Suffah dan Riduwan (2016) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai pandangan seorang investor akan suatu perusahaan yang mana hal ini kerap dikaitkan dengan harga saham. Harga saham sendiri merupakan satuan harga yang

tercipta saat saham tersebut diperdagangkan di bursa efek. Dimana, semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, mengindikasikan jika perusahaan memiliki *firm volue* yang tinggi, tingginya nilai perusahaan inilah yang nantinya dapat dijadikan sebagai isyarat bahwa perusahaan mampu memberikan kesejahteraan yang maksimal bagi para pemegang sahamnya, yang mana hal ini tentu menjadi harapan besar bagi para pemegang saham itu sendiri.

Indrarini (2019) menambahkan jika nilai perusahaan tidak lain adalah pandangan seorang investor atas tingkat kesuksesan manajer dalam pengelolaan sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan, yang mana hal ini kerap dikaitkan dengan harga saham. Kesuksesan suatu perusahaan tidak dapat terlepas dari peran serta seorang manajer, oleh karenanya penempatan serta pemilihan seorang manajer yang handal menjadi satu kebutuhan pokok bagi suatu perusahaan demi tercapainya tujuan perusahaan itu sendiri.

Nilai perusahaan bukanlah hal yang patut untuk disepelekan, bahkan memaksimalkannya adalah patut untuk dilakukan, karena memaksimalkan nilai perusahaan sendiri sama artinya dengan memaksimalkan pencapaian tujuan perusahaan, yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang sahamnya. Memaksimalkan nilai perusahaan ini juga menjadi satu konsep penting bagi seorang investor, karena nilai perusahaan ini menjadi satu indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Oleh karenanya, tingginya nilai perusahaan menjadi satu prestasi tersendiri bagi perusahaan yang tentu akan sangat diharapkan oleh seorang investor, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan ini akan mencerminkan tingginya kemakmuran para pemegang sahamnya.

Pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan menggunakan rasio penilaian, dimana di dalam rasio penilaian ini akan memberikan informasi-informasi mengenai seberapa besar seorang investor menilai suatu perusahaan sehingga investor tersebut akhirnya tertarik dan mau membeli saham dengan harga tinggi melebihi nilai bukunya. Rasio-rasio penilaian yang dapat digunakan dalam pengukuran nilai perusahaan ini diantaranya yaitu Tobin's Q, *price earning ratio* (PER), dan *price book value* (PBV).

Tobin's Q atau *q-theory* sendiri merupakan rasio yang menggambarkan perkiraan pasar keuangan saat ini mengenai nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi di masa yang akan datang. Selain itu, Tobin's Q ini juga menggambarkan efektifitas dan efisiensi perusahaan dalam pemanfaatan sumber daya berupa aset yang dimiliki oleh perusahaan. Naqsyabandi (2015) mengungkapkan bahwa Tobin's Q ini tidak lain merupakan rasio nilai perusahaan dari nilai asetnya. Dimana, ketika angka perbandingan yang didapatkan lebih tinggi dari sebelumnya, hal ini menunjukkan jika perusahaan dimungkinkan telah mengelola aset-asetnya dengan lebih baik sehingga hal ini dapat menciptakan peningkatan laba bagi perusahaan. Pengukuran Tobin's Q ini dapat dilakukan dengan formulasi sebagai berikut.

$$\text{Tobin's Q} = \frac{MVS + D}{TA}$$

Keterangan :

MVS = *Market value of all outstanding shares* (Nilai pasar saham)

D = Nilai pasar hutang

TA = Total aset

Pengukuran nilai perusahaan yang selanjutnya yaitu *price earning ratio* (PER), dimana di dalam rasio ini akan menggambarkan seberapa besar jumlah uang yang sanggup dikeluarkan oleh seorang investor untuk setiap laba yang dilaporkan oleh perusahaan. Pengukuran *price earning ratio* (PER) ini dapat dilakukan dengan perbandingan antara harga pasar per lembar saham (*price per share*) dengan laba per lembar saham (*price earning*). Semakin besar tingkat *price earning ratio* (PER) yang dihasilkan, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan dapat menghasilkan laba. Pengukuran *price earning ratio* (PER) ini dapat dilakukan dengan formulasi sebagai berikut.

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga pasar per lembar saham}}{\text{Laba per lembar saham}}$$

Price book value (PBV) merupakan rasio yang akan memperlihatkan apakah harga saham yang diperjualbelikan akan lebih tinggi atau lebih rendah dari nilai buku saham (Fakhrudin dan Hadianto, 2001). Di dalam *price book value* (PBV) ini akan mencerminkan seberapa besar nilai perusahaan suatu perusahaan dapat dihargai oleh pasar, maka dari itu, semakin besar tingkat *price book value* (PBV) suatu perusahaan, menunjukkan jika pasar percaya akan prospek keberlanjutan suatu perusahaan. Pengukuran *price book value* (PBV) ini dapat dilakukan dengan formulasi sebagai berikut.

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga pasar per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

2.2.2 *Enterprise Risk Management*

Hery (2015) mengungkapkan bahwa *enterprise risk management* merupakan suatu proses yang terstruktur dan berkelanjutan yang didisain dan dilaksanakan oleh manajemen perusahaan sebagai upaya memberikan kepastian bahwa perusahaan telah mengelola segala risiko yang memiliki kemampuan menghasilkan pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan sebagaimana mestinya sesuai dengan tingkat risiko yang sanggup diambil oleh perusahaan. *enterprise risk management* (ERM) sendiri resmi dipublikasikan oleh *Committee of Sponsoring Organization* (COSO) pada tahun 2004 sebagai suatu proses manajemen risiko perusahaan yang didisain dan diterapkan terhadap masing-masing strategi perusahaan sebagai upaya dalam pencapaian tujuan perusahaan, yaitu terciptanya peningkatan kemakmuran para pemegang sahamnya.

Pada dasarnya, perusahaan tidak dapat menghindari munculnya suatu risiko di tengah pertumbuhannya, namun dari risiko yang ada ini perusahaan dapat mengupayakan pengelolaan serta pengendalian melalui sejumlah upaya dan langkah-langkah yang nantinya diharapkan dapat mengantisipasi terjadinya risiko tersebut. Langkah-langkah yang dimaksud yaitu melalui aktifitas *enterprise risk management*. Gordon et al., (2009) menyebutkan bahwa *enterprise risk management* dirasa dapat meminimalisir tingkat risiko ketidakberhasilan suatu perusahaan sehingga secara otomatis hal ini dapat mengakibatkan kenaikan pada kinerja keuangan serta nilai perusahaan. Aktifitas ERM pada suatu perusahaan ini dapat membantu mengawasi aktivitas manajemen perusahaan, sehingga dalam hal ini perusahaan akan dapat mengurangi persentase terjadinya kecurangan (*fraud*)

yang nantinya dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan juga investor yang telah menanamkan dananya.

Devi et al. (2017) menyebutkan bahwa pengungkapan *enterprise risk management* tidak lain adalah informasi pengelolaan risiko atas apa yang diusahakan oleh perusahaan serta mengungkapkan dampak yang mungkin akan ditimbulkan di masa yang akan datang. Pengungkapan risiko ini merupakan satu bentuk upaya yang dilakukan perusahaan untuk menginformasikan kepada para pengguna laporan keuangan mengenai gambaran penerapan manajemen risiko perusahaan sehingga dengan ini dapat dijadikan sebagai satu dasar pertimbangan pengambilan keputusan investasi bagi para investor. Informasi pengungkapan *enterprise risk management* yang berkualitas ini tentu akan memberikan dampak baik terhadap persepsi pasar, maka dengan persepsi baik yang dimiliki perusahaan ini akan mendorong para pelaku pasar untuk memberikan harga yang tinggi pada suatu perusahaan, sehingga hal ini akan mampu meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri.

Berdasarkan *ERM framework* yang telah dikeluarkan COSO (2004), terdapat 108 item ERM yang akan diungkapkan dalam penelitian ini, diantaranya yaitu sebagai berikut.

Tabel 2.1
Indeks *Enterprise Risk Management* (ERM)

No.	Item Indeks ERM
A	Lingkungan Internal
1.	Apakah ada pedoman kerja (charter) dewan?
2.	Informasi tentang kode etik / etika?
3.	Informasi tentang bagaimana kebijakan kompensasi menyelaraskan kepentingan manajer dengan pemegang saham?
4.	Informasi tentang target kinerja individu?

5.	Informasi tentang prosedur pengangkatan dan pemecatan anggota dewan dan manajemen?
6.	Informasi tentang kebijakan remunerasi anggota dewan dan manajemen?
7.	Informasi tentang program pelatihan, pembinaan dpendidikan?
8.	Informasi tentang pelatihan dalam nilai-nilai etis?
9.	Informasi tentang tanggung jawab dewan?
10.	Informasi tentang tanggung jawab komite audit?
11.	Informasi tentang tanggung jawab CEO?
12.	Informasi tentang eksekutif senior yang bertanggung jawab untuk manajemen risiko?
13.	Informasi tentang pengawasan dan manajerial?
B	Penetapan Tujuan
14.	Informasi tentang misi perusahaan?
15.	Informasi tentang strategi perusahaan?
16.	Informasi tentang tujuan bisnis perusahaan?
17.	Informasi tentang benchmark diadopsi untuk mengevaluasi hasil?
18.	Informasi tentang persetujuan strategi dengan dewan?
19.	Informasi tentang hubungan antara strategi, tujuan, dan nilai pemegang saham?
C	Identifikasi Kejadian
	Risiko Keuangan
20.	Informasi tentang tingkat likuiditas?
21.	Informasi tentang tingkat suku bunga?
22.	Informasi tentang kurs mata uang asing?
23.	Informasi tentang belanja modal?
24.	Informasi tentang akses ke pasar modal?
25.	Informasi tentang instrumen jangka panjang utang?
26.	Informasi tentang risiko default?
27.	Informasi tentang risiko solvabilitas?
28.	Informasi tentang risiko harga ekuitas?
29.	Informasi tentang risiko komoditas?
	Risiko Kepatuhan
30.	Informasi tentang masalah litigasi?
31.	Informasi tentang kepatuhan terhadap peraturan?
32.	Informasi tentang kepatuhan dengan kode industri?
33.	Informasi tentang kepatuhan dengan kode sukarela?
34.	Informasi tentang kepatuhan dengan rekomendasi Corporate Governance?
	Risiko Teknologi
35.	Informasi tentang pengelolaan data?
36.	Informasi tentang sistem komputer?
37.	Informasi tentang privasi informasi yang berkaitan dengan pelanggan?
38.	Informasi tentang keamanan perangkat lunak?
	Risiko Ekonomi

39.	Informasi tentang sifat persaingan?
40.	Informasi tentang makro-ekonomi peristiwa yang dapat mempengaruhi perusahaan?
	Risiko Reputasi
41.	Informasi tentang isu-isu lingkungan?
42.	Informasi tentang masalah etika?
43.	Informasi tentang kesehatan dan isu-isu keselamatan?
44.	Informasi tentang saham yang lebih rendah / tinggi atau peringkat kredit?
D	Penilaian Risiko
45.	Penilaian risiko tingkat likuiditas?
46.	Penilaian risiko suku bunga
47.	Penilaian risiko nilai tukar asing
48.	Penilaian risiko dari belanja modal?
49.	Penilaian risiko dari akses ke pasar modal?
50.	Penilaian risiko instrumen utang jangka panjang?
51.	Penilaian risiko default?
52.	Penilaian risiko solvabilitas?
53.	Penilaian risiko harga ekuitas?
54.	Penilaian risiko komoditas?
55.	Penilaian risiko masalah litigasi?
56.	Penilaian risiko kepatuhan terhadap regulasi?
57.	Penilaian risiko kepatuhan dengan kode industri?
58.	Penilaian risiko kepatuhan dengan kode sukarela?
59.	Penilaian risiko kepatuhan dengan rekomendasi Corporate Governance?
60.	Penilaian risiko manajemen data?
61.	Penilaian risiko sistem komputer?
62.	Penilaian risiko privasi informasi yang berkaitan dengan pelanggan ?
63.	Penilaian risiko pada keamanan software?
64.	Penilaian risiko sifat persaingan?
65.	Penilaian risiko isu-isu lingkungan?
66.	Penilaian risiko dari masalah etika?
67.	Penilaian risiko masalah kesehatan dan keselamatan?
68.	Penilaian risiko saham yang lebih rendah / tinggi atau peringkat kredit?
69.	Informasi tentang teknik yang digunakan untuk menilai dampak potensial dari kombinasi kejadian?
E	Respon Risiko
70.	Gambaran umum proses untuk menentukan bagaimana risiko harus dikelola?
71.	Informasi tentang pedoman tertulis tentang bagaimana risiko harus dikelola?
72.	Respon terhadap risiko likuiditas?
73.	Respon terhadap risiko suku bunga?
74.	Respon terhadap risiko kurs mata uang asing?

75.	Respon terhadap risiko yang terkait dengan belanja modal?
76.	Respon untuk akses ke pasar modal?
77.	Respon untuk instrumen utang jangka panjang?
78.	Respon terhadap risiko litigasi?
79.	Respon terhadap risiko default?
80.	Respon terhadap risiko solvabilitas?
81.	Respon terhadap risiko harga ekuitas?
82.	Respon terhadap risiko komoditas?
83.	Respon untuk mematuhi peraturan?
84.	Respon untuk mematuhi kode industri?
85.	Respon untuk mematuhi kode sukarela?
86.	Respon untuk mematuhi rekomendasi dari Corporate Governance?
87.	Respon terhadap risiko data
88.	Respon terhadap risiko sistem komputer?
89.	Respon terhadap privasi informasi yang berkaitan dengan pada pelanggan?
90.	Respon untuk risiko keamanan perangkat lunak?
91.	Respon terhadap risiko persaingan?
92.	Respon terhadap risiko lingkungan?
93.	Respon terhadap risiko etis?
94.	Respon untuk kesehatan dan resiko keselamatan?
95.	Respon terhadap risiko saham yang lebih rendah / tinggi atau peringkat kredit?
F	Pengendalian Kegiatan
96.	Informasi tentang pengendalian penjualan?
97.	Informasi tentang penelaahan terhadap fungsi dan efektivitas kontrol?
98.	Informasi tentang isu-isu otorisasi?
99.	Informasi tentang dokumen dan catatan sebagai kontrol?
100.	Informasi tentang prosedur verifikasi independen?
101.	Informasi tentang kontrol fisik?
102.	Informasi tentang proses pengendalian?
G	Informasi dan Komunikasi
103.	Informasi tentang verifikasi kelengkapan, akurasi dan validitas informasi?
104.	Informasi tentang saluran komunikasi untuk melaporkan dugaan pelanggaran undang-undang, peraturan atau kejanggalan lainnya?
105.	Informasi tentang saluran komunikasi dengan pelanggan, vendor dan pihak eksternal lainnya?
H	Pemantauan
106.	Informasi tentang bagaimana proses yang dipantau?
107.	Informasi tentang audit internal?
108.	Informasi tentang anggaran Internal Audit?

Sumber : COSO (2004)

Merunut dari penelitian yang telah dilakukan oleh Devi et al. (2017), maka indeks ERM ini dihitung dengan menggunakan metode *content analysis*. Tahapan penilaian menggunakan metode *scoring* ini memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Nilai 0 dipakai apabila tidak adanya pengungkapan terkait poin yang dinilai.
2. Nilai 1 dipakai apabila terdapat pengungkapan terkait poin yang dinilai.

Berdasarkan metode *scoring* pada pernyataan di atas, maka pengukuran ERM ini dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$\text{ERM} = \frac{\text{jumlah skor ERM yang diungkapkan}}{108 \text{ skor maksimum}}$$

2.2.2 *Islamic Social Reporting*

Islamic social reporting (ISR) merupakan suatu standar pelaporan kinerja sosial perusahaan berbasis syariah (Haniffa, 2002). Setiawan et al. (2018) menambahkan, bahwa *islamic social reporting* merupakan suatu standar pelaporan tanggung jawab sosial secara sukarela oleh entitas syariah dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip syariah sebagai wujud akuntabilitas entitas syariah kepada Allah SWT dan masyarakat.

Pada tahun 2002, untuk pertama kalinya Ross Haniffa menjadi pelopor lahirnya konsep ISR yang selanjutnya dikembangkan oleh Othman et al. (2009) dan terus mengalami perkembangan oleh peneliti-peneliti berikutnya hingga saat ini. Haniffa (2002) mengutarakan bahwa ditemukan banyak keterbatasan dalam pelaporan sosial konvensional, sehingga hal inilah yang melatarbelakangi lahirnya kerangka konseptual ISR berbasis syariah. ISR sendiri digagas bukan tanpa tujuan, melainkan sebagai suatu wujud akuntabilitas entitas syariah terhadap Allah SWT

dan masyarakat, serta sebagai upaya untuk meningkatkan transparansi pada tubuh entitas syariah dengan menyajikan informasi-informasi yang dapat diandalkan tanpa mengesampingkan kebutuhan spiritual para investor muslim (Haniffa, 2002).

Salah satu wujud akuntabilitas dalam kacamata ekonomi islam ini dapat diwujudkan melalui pengungkapan *islamic social reporting*. Dimana pengungkapan ISR ini merupakan satu bentuk upaya yang dilakukan entitas syariah untuk menginformasikan kepada para pengguna laporan keuangan mengenai kesan tanggung jawab sosial yang telah diupayakan oleh entitas syariah, sehingga dengan ini dapat dijadikan sebagai penunjang dalam pertimbangan pengambilan keputusan bagi pihak-pihak terkait, khususnya bagi investor muslim yang akan menanamkan dananya. Melalui informasi pengungkapan ISR yang diterbitkan oleh perusahaan ini akan tergambar jelas bagaimana kesan tanggung jawab sosial yang telah diupayakan oleh perusahaan, sehingga hal ini akan dapat meningkatkan reputasi perusahaan di pasar modal. Meningkatnya reputasi perusahaan ini tentu akan mengundang para investor untuk mau menanamkan dananya di perusahaan tersebut, sehingga hal ini akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Sebagai upaya pelaksanaan pelaporan tanggung jawab sosial bagi entitas syariah, maka dibentuklah *islamic social reporting index*, dimana dalam indeks ISR ini berisikan item-item pengungkapan yang digunakan sebagai parameter pelaporan tanggung jawab sosial bagi seluruh entitas syariah. Indeks ISR ini sendiri merupakan satu cara yang dibangun guna mengetahui sejauh mana entitas syariah telah menjalankan aktifitas sosial berbasis syariah dalam laporan tahunannya. Indeks ISR ini dibangun oleh Haniffa (2002) dengan 5 indikator pengungkapan

yang terdiri dari tema pendanaan dan investasi, produk dan jasa, tenaga kerja, sosial, dan lingkungan, yang kemudian dikembangkan oleh Othman et al. (2009) dengan penambahan 1 indikator dengan tema tata kelola perusahaan. Othman et al. (2009) mengutarakan bahwa tema tata kelola perusahaan ini tidak dapat dipisahkan dari tubuh perusahaan sebagai bentuk upaya pemastian pengawasan pada aspek syariah perusahaan.

Tabel 2. 2
Indikator Indeks *Islamic Social Reporting*

No.	Item Indeks ISR
A	Pendanaan dan Investasi
1.	Kegiatan yang mengandung <i>riba</i>
2.	Kegiatan yang mengandung ketidakjelasan (<i>gharar</i>)
3.	Jumlah dan penerimaan zakat
4.	Kebijakan atas pembayaran tertunda dan penghapusan piutang tak tertagih
5.	Kegiatan investasi secara umum
6.	Proyek pembiayaan secara umum
B	Produk dan Jasa
7.	Persetujuan Dewan Pengawas Syariah untuk suatu produk baru
8.	Definisi setiap produk
9.	Pelayanan atas keluhan konsumen
C	Karyawan
10.	Komposisi karyawan
11.	Jam kerja karyawan
12.	Rasio gaji karyawan
13.	Remunerasi karyawan
14.	Pendidikan dan pelatihan karyawan
15.	Kesamaan peluang karir bagi seluruh karyawan
16.	Apresiasi terhadap karyawan berprestasi
17.	Kesehatan dan keselamatan kerja karyawan
18.	Lingkungan kerja
19.	Waktu kegiatan religious
20.	Tempat beribadah yang memadai bagi karyawan
D	Masyarakat
21.	Pemberian donasi (<i>shadaqah</i>)
22.	Wakaf
23.	Pinjaman untuk kebaikan (<i>qardh hasan</i>)
24.	Sukarelawan dari kalangan karyawan
25.	Pemberian beasiswa pendidikan

26.	Pemberdayaan kerja para lulusan sekolah/kuliah
27.	Pengembangan generasi muda
28.	Peningkatan kualitas hidup masyarakat
29.	Kepedulian terhadap Anak-anak
30.	Menyokong kegiatan sosial kemasyarakatan/kesehatan/olahraga
E	Lingkungan
31.	Konservasi lingkungan hidup
32.	Kegiatan mengurangi efek pemanasan global
33.	Pendidikan mengenai lingkungan hidup
34.	Penghargaan/sertifikat di bidang lingkungan hidup
35.	Sistem manajemen lingkungan
F	Tata Kelola Perusahaan
36.	Status kepatuhan terhadap syariah
37.	Rincian nama dan profil Dewan Komisaris
38.	Kinerja komisaris
39.	Remunerasi Dewan Komisaris
40.	Rincian nama dan profil manajer/direksi
41.	Kinerja direksi
42.	Remunerasi Dewan Direksi
43.	Rincian nama dan profil Dewan Pengawas Syariah
44.	Kinerja Dewan Pengawas Syariah
45.	Remunerasi Dewan Pengawas Syariah
46.	Struktur kepemilikan saham
47.	Kebijakan anti korupsi
48.	Kebijakan anti pencucian uang dan praktik menyimpang lainnya

Sumber : Haniffa (2002) dan Othman et al. (2009)

Merunut dari penelitian yang telah dilakukan oleh Delviana (2022), maka indeks ISR ini dihitung dengan menggunakan metode *content analysis*. Tahapan penilaian menggunakan metode *scoring* ini memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Nilai 0 dipakai apabila tidak adanya pengungkapan terkait poin yang dinilai.
2. Nilai 1 dipakai apabila terdapat pengungkapan terkait poin yang dinilai.

Berdasarkan metode *scoring* pada pernyataan di atas, maka pengukuran ISR ini dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$ISR = \frac{\text{jumlah skor ISR yang diungkapkan}}{48 \text{ skor maksimum}}$$

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 3
Penelitian Terdahulu

NO.	Nama, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel	Sampel dan Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Adie Pamungkas (2019), Pengaruh Penerapan <i>Enterprise Risk Management</i> (COSO) terhadap Nilai Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI	Dependens : <ul style="list-style-type: none"> • Nilai Perusahaan Independen : <ul style="list-style-type: none"> • <i>Enterprise Risk Management</i> 	Sample : <ul style="list-style-type: none"> • 40 sampel dari 10 perusahaan manufaktur terbaik versi majalah Forbes periode (2012-2015) Alat Analisis : <ul style="list-style-type: none"> • Regresi linier sederhana 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Enterprise Risk Management</i> terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
2.	Rahmawati Khoiriyah (2020), <i>The Influence of Islamic Social Reporting on Company Value (Case Studies on Islamic Banks In Indonesia)</i>	Dependens : <ul style="list-style-type: none"> • Nilai Perusahaan Independen : <ul style="list-style-type: none"> • Produk Dan Jasa • Tenaga Kerja • Sosial • Lingkungan • Tata Kelola Organisasi 	Sampel : <ul style="list-style-type: none"> • 12 sampel dari 12 Bank Umum Syariah (BUS) periode 2018 Alat Analisis : <ul style="list-style-type: none"> • Regresi linier berganda 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Islamic social Reporting</i> yang terdiri dari produk dan jasa, tenaga kerja, sosial, lingkungan, dan tata kelola organisasi secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. • Secara proporsional, variable tenaga kerja, sosial, dan lingkungan berpengaruh positif dan signifikan

				<p>terhadap nilai perusahaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variabel produk dan jasa serta tata kelola organisasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan
3.	<p>Sunita Devi, I Gusti Nyoman Budiasih, I Dewa Nyoman Badera (2017), Pengaruh Pengungkapan <i>Enterprise Risk Management</i> dan Pengungkapan <i>Intellectual Capital</i> terhadap Nilai Perusahaan</p>	<p>Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nilai Perusahaan <p>Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Enterprise Risk Management</i> • <i>Intellectual Capital</i> <p>Kontrol :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ukuran Perusahaan • Profitabilitas • <i>Lverage</i> 	<p>Sampel :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 365 sampel dari 73 perusahaan non-finansial di Bursan Efek Indonesia (BEI) periode (2010-2014) <p>Alat analisis :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regresi data panel 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Enterprise Risk Management</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan • <i>Intellectual Capital</i> terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan • Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan <i>leverage</i> terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
4.	<p>Iswajuni, Soegeng Soetedjo, dan Arina Manasikana (2018), Pengaruh <i>Enterprise Risk Management</i> (ERM) terhadap Nilai</p>	<p>Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nilai Perusahaan <p>Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Enterprise Risk Management</i> <p>Kontrol :</p>	<p>Sampel :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 421 sampel dari Perusahaan manufaktur periode (2010-2013) <p>Alat Analisis :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regresi linier 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Enterprise Risk Management</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan • Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan

	Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran Perusahaan • Profitabilitas • Kepemilikan Manajerial 	berganda- <i>Ordinary Least Square</i> (OLS)	<p>signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan • Kepemilikan manajerial mempunyai koefisien negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
5.	Muhammad Rivandi (2018), Pengaruh <i>Enterprise Risk Management Disclosure</i> dan <i>Corporate Governance</i> terhadap Nilai Perusahaan	<p>Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nilai Perusahaan <p>Independen</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Enterprise Risk Management</i> • Dewan Komisaris Independen • Komite Audit 	<p>Sampel :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 120 sampel dari 30 perusahaan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode (2012-2015) <p>Alat Analisis :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regresi data panel 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Enterprise risk management disclosure</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan • Dewan komisaris independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan • Komite audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
6.	Dedi Ardianto dan Muhammad Rivandi (2018), Pengaruh <i>Enterprise Risk Management Disclosure</i> ,	<p>Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nilai Perusahaan <p>Independen</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Enterprise Risk Management</i> 	<p>Sampel :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 260 sampel dari 52 Perusahaan manufaktur periode (2012-2016) 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Enterprise Risk Management</i> tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan • <i>Intellectual capital</i> berpengaruh

	<p><i>Intellectual Capital Disclosure</i> dan Struktur Pengelolaan terhadap Nilai Perusahaan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Intellectual Capital</i> • Dewan Komisaris Independen • Dewan Direksi • Komite Audit 	<p>Alat Analisi :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regresi linier berganda 	<p>positif terhadap nilai perusahaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dewan komisaris independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan • Dewan direksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan • Komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan
7.	<p>Naila Akmala dan Indri Kartika (2020), Pengaruh ISR dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan dengan Moderasi Kinerja Keuangan (Studi Kasus pada Perusahaan yang terdaftar di ISSI dan mengikuti Proper tahun 2015-2018)</p>	<p>Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nilai Perusahaan <p>Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Islamic Social reporting</i> • Kinerja Lingkungan <p>Moderating :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kinerja Keuangan 	<p>Sampel :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 147 sampel dari perusahaan ISSI yang terdaftar di BEI periode (2015-2018) <p>Alat analisis :</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Structural Equation Modeling</i> berbasis <i>Partial Least Square</i> (SEM-PLS) 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Islamic Social Reporting</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan • Kinerja lingkungan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan • Kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan • Kinerja keuangan tidak dapat memoderasi hubungan <i>Islamic Social Reporting</i>

				<p>terhadap nilai perusahaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kinerja keuangan dapat memoderasi hubungan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.
8.	<p>Sutapa dan Heri Laksito (2018), Peran <i>Islamic Social Reporting</i> terhadap Nilai Perusahaan</p>	<p>Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profitabilitas <p>Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nilai Perusahaan <p>Intervening :</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Islamic Social Reporting</i> 	<p>Sampel :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 33 sampel dari 11 Bank Umum Syariah (BUS) periode (2014-2016) <p>Alat Analisis :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regresi linier berganda 	<ul style="list-style-type: none"> • Profitabilitas berpengaruh terhadap <i>Islamic Social Reporting</i> • Profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan • <i>Islamic Social Reporting</i> tidak berpengaruh pada nilai perusahaan
9.	<p>Fauzi Sulistiyo dan Indah Yuliana (2019), Pengaruh Profitabilitas dan Kecukupan Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR) sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Bank Umum Syariah Indonesia Tahun 2014-2018)</p>	<p>Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nilai Perusahaan <p>Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Profitabilitas</i> • Kecukupan Modal <p>Moderasi :</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Islamic Social Reporting</i> 	<p>Sampel :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 40 sampel dari 8 Bank Umum Syariah (BUS) periode (2014-2018) <p>Alat Analisis :</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA) 	<ul style="list-style-type: none"> • Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan • Kecukupan modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan • <i>Islamic Social Reporting</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan • <i>Islamic Social Reporting</i> mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan

				<ul style="list-style-type: none"> • <i>Islamic Social Reporting</i> mampu memoderasi hubungan antara kecukupan modal dengan nilai perusahaan
10.	Risti Refani dan Veni Soraya Dewi (2020), Pengaruh <i>Islamic Social Reporting</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderasi	Dependensi : <ul style="list-style-type: none"> • Nilai Perusahaan Independen : <ul style="list-style-type: none"> • <i>Islamic Social Reporting</i> Moderasi : <ul style="list-style-type: none"> • Kinerja Keuangan 	Sampel : <ul style="list-style-type: none"> • 30 sampel dari 6 Bank Umum Syariah (BUS) periode (2015-2019) Alat Analisis <ul style="list-style-type: none"> • <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA) 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Islamic Social Reporting</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan • Kinerja keuangan tidak mampu memoderasi pengaruh <i>Islamic Social Reporting</i> terhadap nilai perusahaan

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh *Enterprise Risk Management* (ERM) terhadap Nilai Perusahaan

Enterprise risk management (ERM) merupakan informasi non keuangan yang dibutuhkan oleh seorang investor terkait keamanan atas dana yang diinvestasikannya, dimana semakin tinggi informasi ERM yang disampaikan perusahaan, maka akan semakin meningkat pula keyakinan seorang investor atas keamanan dananya. Tingginya informasi pengungkapan *enterprise risk management* (ERM) pada suatu perusahaan akan mencerminkan adanya tata kelola risiko perusahaan yang baik pada tubuh perusahaan, serta menjamin jika

pengendalian internal perusahaan telah dilaksanakan secara teratur. Maka dengan pengendalian internal perusahaan inilah, perusahaan dapat mengurangi persentase terjadinya kecurangan (*fraud*) yang nantinya dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan juga investor yang telah menanamkan dananya dengan cara penerapan *enterprise risk management* pada tubuh perusahaan secara efektif. Informasi pengungkapan *enterprise risk management* yang dipublikasikan oleh perusahaan ini akan memberikan dampak baik terhadap persepsi pasar, maka dengan persepsi baik yang dimiliki perusahaan ini akan mendorong para pelaku pasar untuk memberikan harga yang tinggi pada suatu perusahaan sehingga hal ini akan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Devi et al. (2017), Iswajuni et al., (2018), dan Pamungkas (2019) penelitiannya berhasil membuktikan bahwa ERM terbukti dapat memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka dari itu, hipotesis yang akan dituangkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: *Enterprise Risk Management* (ERM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.4.2 Pengaruh *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap Nilai Perusahaan

Islamic social reporting (ISR) dapat didefinisikan sebagai suatu standar pelaporan tanggung jawab sosial secara sukarela oleh entitas syariah dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip syariah sebagai wujud akuntabilitas entitas syariah kepada Allah SWT dan masyarakat (Setiawan et al., 2018). *Islamic social reporting* ini merupakan salah satu pengungkapan sukarela yang dapat digunakan oleh investor sebagai dasar pengambilan keputusan investasi, dimana di dalam pengungkapan ISR ini memuat informasi-informasi yang relevan mengenai

pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Tingginya informasi pengungkapan *islamic social reporting* pada suatu perusahaan akan mencerminkan adanya tata kelola perusahaan yang baik, selain itu pengungkapan ISR ini juga dapat menjadi satu isyarat bagi para investor mengenai tanggung jawab sosial yang telah diupayakan perusahaan, dimana tanggung jawab ini menjadi satu strategi jangka panjang perusahaan demi menjaga keberlangsungan perusahaan itu sendiri, sehingga dengan ini akan dapat meningkatkan reputasi perusahaan di pasar modal. Meningkatnya reputasi perusahaan ini tentu akan mengundang para investor untuk mau menanamkan dananya di perusahaan tersebut, sehingga hal ini akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Khoiriyah (2020), Sulistiyo dan Yuliana (2019), serta Refani dan Dewi (2020) yang menyebutkan bahwa *Islamic Social Reporting* (ISR) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Maka dari itu, hipotesis yang akan dituangkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_2 : *Islamic Social Reporting* (ISR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis

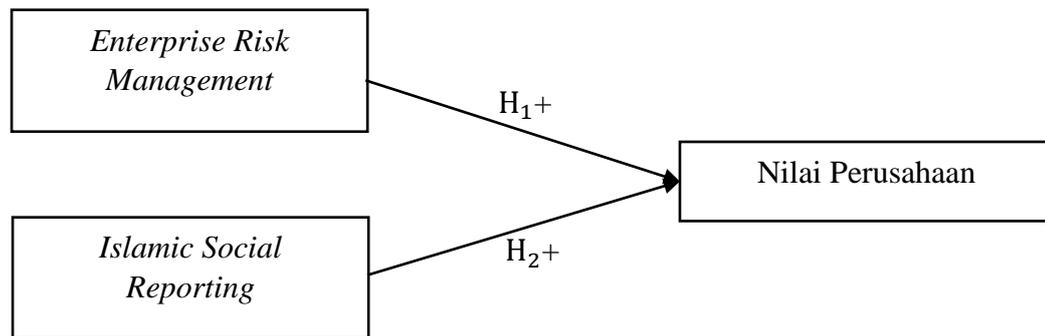
Penelitian ini akan menguji dan mengkaji bagaimana pengaruh variabel independen (X) yang terdiri dari *islamic social reporting* (X_1) dan *enterprise risk management* (X_2), terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan (Y). Teori sinyal menjadi satu teori yang mendasari penelitian ini. Teori sinyal merupakan

suatu teori yang didalamnya menjelaskan bagaimana perusahaan memberikan petunjuk atau informasi kepada pihak-pihak eksternal terkait dengan kondisi keuangan perusahaan serta prospek perusahaan di masa yang akan datang (Brigham dan Houston, 2006). Teori sinyal ini menegaskan akan pentingnya sebuah informasi bagi perusahaan, baik itu informasi finansial maupun informasi non-finansial. Informasi *enterprise risk management* dan *islamic social reporting* ini menjadi informasi non-finansial perusahaan yang dapat dijadikan sinyal bagi investor dalam pertimbangan pengambilan keputusan investasi.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu, dikatakan bahwa *enterprise risk management* dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin tinggi informasi ERM yang diungkapkan oleh perusahaan, maka hal ini akan memberikan dampak positif terhadap persepsi pelaku pasar. Maka dengan persepsi baik ini, tentu akan mendorong para pelaku pasar untuk memberikan nilai tinggi pada perusahaan sehingga hal ini akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Selain *enterprise risk management*, nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh *islamic social reporting*. Dimana, Semakin tinggi informasi ISR yang diungkapkan oleh perusahaan, hal ini dapat meningkatkan reputasi perusahaan di pasar modal. Maka dengan meningkatnya reputasi perusahaan ini, tentu akan mengundang para investor untuk mau menanamkan dananya pada perusahaan tersebut, sehingga hal ini akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Berdasarkan pada uraian tersebut, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 3.1

Kerangka Pemikiran Teoritis



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan kuantitatif menjadi satu metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dengan jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. *Explanatory research* ini merupakan satu jenis penelitian yang dilakukan guna menerangkan hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya serta kedudukan variabel-variabel yang diteliti (Sugiyono, 2015). Penelitian ini dilakukan guna mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen yang terdiri dari *enterprise risk management* dan *islamic social reporting* terhadap variabel dependen, yaitu nilai perusahaan.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah yang mencakup atas obyek ataupun subyek yang memiliki kualitas juga karakteristik khusus yang bisa digunakan oleh seorang peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Adapun populasi dalam penelitian ini meliputi perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index 70 (JII70)* untuk periode 2020-2022.

Jakarta Islamic Index 70 (JII70) merupakan indeks saham syariah yang terdiri dari 70 saham syariah paling likuid yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dimana saham syariah yang diterbitkan di pasar modal ini memiliki peran penting dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi nasional. Maka dari itu,

saham syariah ini menjadi satu pilihan yang tepat bagi investor muslim agar investasi yang nanti dijalankannya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Untuk meningkatkan keyakinan investor dalam menginvestasikan dananya, maka penting bagi perusahaan dalam menerbitkan informasi mengenai *enterprise risk management* dan *islamic social reporting*.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian kecil dari suatu populasi yang diambil sebagai objek penelitian karena dianggap mampu mewakili populasi itu sendiri (Sugiyono, 2015). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang mana teknik *purposive sampling* ini merupakan teknik penentuan sampel dengan kriteria atau pertimbangan khusus. Kriteria-kriteria tersebut diantaranya yaitu :

- a) Perusahaan yang terdaftar secara resmi di indeks *Jakarta Islamic Indeks* (JII70).
- b) Perusahaan menerbitkan *annual report* selama periode 2020-2022
- c) Perusahaan menggunakan nilai mata uang rupiah dalam pelaporan keuangan yang diterbitkan.
- d) Perusahaan memiliki data lengkap terkait variabel yang diteliti, yang terdiri dari pengungkapan manajemen risiko, pengungkapan tanggung jawab sosial, serta kapitalisasi pasar.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data sekunder menjadi satu jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber lain yang telah ada seperti buku, dokumen, laporan keuangan, ataupun internet (Sugiyono, 2015). Data ini diambil dan diperoleh dari laporan tahunan serta laporan keuangan yang telah diterbitkan oleh perusahaan melalui *website* resmi perusahaan atau sumber lain yang mendukung dalam penelitian ini.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode dokumentasi menjadi satu metode yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini. Metode dokumentasi merupakan satu metode yang digunakan sebagai upaya untuk mendapatkan data serta informasi dalam bentuk dokumen, arsip, buku, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat menunjang penelitian (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini, akan dilakukan pengumpulan data laporan tahunan serta laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index 70 (JII70)* selama periode 2020-2022 dengan cara mengunduhnya melalui *website* resmi perusahaan.

3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Penelitian ini terdiri dari dua variabel, diantaranya yaitu variabel dependen (Y) yang terdiri dari nilai perusahaan serta variabel independen (X) yaitu *enterprise risk management* dan *islamic social reporting*.

3.5.1 Variabel Dependen (Y)

Nilai perusahaan dalam penelitian ini berperan sebagai variabel dependen (Y). Nilai perusahaan merupakan pandangan seorang investor akan suatu perusahaan yang kerap dikaitkan dengan harga saham (Suffah dan Riduwan, 2016). Sebagaimana penelitian yang telah dilakukan oleh Devi et al. (2017) pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan menggunakan Tobin's Q dengan formula sebagai berikut :

$$\text{Tobin's Q} = \frac{MVS + D}{TA}$$

Keterangan :

MVS = *Market value of all outstanding shares* (Nilai pasar saham)

D = Total utang

TA = Total aset

3.5.2 Variabel Independen (X)

Adapun untuk variabel independen (X) dalam penelitian ini, terdiri dari *enterprise risk management* dan *islamic social reporting*.

1) *Enterprise Risk Management*

Enterprise risk management merupakan suatu proses yang terstruktur dan berkelanjutan yang didisain dan dilaksanakan oleh manajemen perusahaan sebagai upaya memberikan kepastian bahwa perusahaan telah mengelola segala risiko yang memiliki kemampuan menghasilkan pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan sebagaimana mestinya (Hery, 2015). Sebagaimana penelitian yang telah dilakukan oleh Devi et al. (2017) penilaian *enterprise risk management* ini dapat dilakukan

dengan menggunakan indeks yang dibangun oleh COSO (2004) yang terdiri dari 8 tema yaitu lingkungan internal, penentuan tujuan, identifikasi kejadian, penilaian risiko, respon risiko, pengendalian kegiatan, informasi dan komunikasi, serta pemantauan yang keseluruhannya berjumlah 108 item. Tahapan penilaian ERM dalam penelitian ini menggunakan metode *scoring* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Nilai 0 dipakai apabila tidak ada pengungkapan terkait poin yang dinilai.
2. Nilai 1 dipakai apabila terdapat pengungkapan terkait poin yang dinilai.

Pengukuran *enterprise risk management* dalam penelitian ini dilakukan dengan formula sebagai berikut :

$$\text{ERM} = \frac{\text{jumlah skor ERM yang diungkapkan}}{108 \text{ skor maksimum}}$$

2) *Islamic Social Reporting*

Islamic social reporting sendiri merupakan suatu standar pelaporan tanggung jawab sosial secara sukarela oleh entitas syariah dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip syariah sebagai wujud akuntabilitas entitas syariah kepada Allah SWT dan masyarakat (Setiawan et al., 2018). Sebagaimana penelitian yang telah dilakukan oleh Retnaningsih et al. (2019), penilaian *islamic social reporting* dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan indeks *islamic social reporting* yang dibangun oleh Haniffa (2002) dan telah dikembangkan oleh Othman et al. (2009) yang terdiri dari 6 tema, diantaranya yaitu pembiayaan dan investasi, produk dan jasa, karyawan, masyarakat, lingkungan, serta tata kelola perusahaan

yang keseluruhannya berjumlah 48 item. Tahapan penilaian ISR dalam penelitian ini menggunakan metode *scoring* dengan kriteria sebagai berikut :

1. Nilai 0 dipakai apabila tidak ada pengungkapan terkait poin yang dinilai.
2. Nilai 1 dipakai apabila terdapat pengungkapan terkait poin yang dinilai.

Pengukuran *islamic social reporting* dalam penelitian ini dilakukan dengan formula sebagai berikut :

$$ISR = \frac{\text{jumlah skor ISR yang diungkapkan}}{48 \text{ skor maksimum}}$$

Berdasarkan pada uraian di atas, devinisi operasional dan pengukuran variabel dalam penelitian ini dapat diringkas sebagai berikut :

Tabel 3. 1
Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Devinisi	Indikator	Skala
Nilai Perusahaan (Y)	Nilai perusahaan merupakan pandangan seorang investor akan suatu perusahaan yang mana hal ini kerap dikaitkan dengan harga saham (Suffah dan Riduwan, 2016)	Tobin's Q = $\frac{MVS + D}{TA}$ Keterangan : MVS = Nilai pasar saham D = Total utang TA = Total aset	Rasio
Enterprise Risk Management (X ₁)	Enterprise Risk Management merupakan suatu proses yang terstruktur dan berkelanjutan yang didisain	ERM = $\frac{\text{jumlah skor ERM yang diungkapkan}}{108 \text{ skor maksimum}}$ Keterangan : ERM = Enterprise Risk Management	Rasio

	<p>dan dilaksanakan oleh manajemen perusahaan sebagai upaya memberikan kepastian bahwa perusahaan telah mengelola segala risiko yang memiliki kemampuan menghasilkan pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan sebagaimana mestinya (Hery, 2015)</p>		
<p><i>Islamic Social Reporting (X₂)</i></p>	<p><i>Islamic Social reporting</i> merupakan suatu standar pelaporan tanggung jawab sosial secara sukarela oleh entitas syariah dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip syariah sebagai wujud akuntabilitas entitas syariah kepada Allah SWT dan masyarakat (Setiawan et al., 2018).</p>	<p>$ISR = \frac{\text{jumlah skor ISR yang diungkapkan}}{48 \text{ skor maksimum}}$</p> <p>Keterangan : ISR = <i>Islamic Social Reporting</i></p>	<p>Rasio</p>

3.6 Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda dengan *Software* yang digunakan adalah *Software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)*, yang mana *software SPSS* ini digunakan untuk menganalisis data statistik. Sebelum dilakukannya pengujian regresi linier berganda, terlebih dulu dilakukan uji statistik deskriptif serta uji asumsi klasik. Dimana uji statistik diskriptif ini dilakukan sebagai wujud penghimpunan serta penyajian data agar data dapat dengan mudah dipahami oleh peneliti. Sedangkan uji asumsi klasik ini dilakukan guna memastikan jika data-data yang telah dihimpun tersebut telah valid dan konsisten.

3.6.1 Statistik Deskriptif

Ghozali (2018) mengungkapkan bahwa statistik deskriptif ini merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis suatu data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan suatu data melalui nilai rata-rata (mean), nilai maksimum (max), nilai minimum (min), nilai tengah (median), ataupun standar deviasi. Statistik deskriptif ini penting untuk digunakan pada tahap penelitian sebagai upaya untuk memudahkan peneliti dalam memahami variabel-variabel yang digunakan.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini diperlukan sebagai bentuk pemastian bahwa data penelitian yang telah dikumpulkan telah valid, konsisten, dan penaksiran koefisien regresi bersifat efisien. Selain itu, uji asumsi klasik ini digunakan untuk menilik apakah asumsi-asumsi yang diperlukan dalam regresi linier bisa terpenuhi atau

tidak. Jika asumsi-asumsi ini telah terpenuhi, maka perkiraan hasil yang didapatkan akan bersifat *best linier unbiased estimator* (BLUE), yang artinya model regresi telah menghasikan estimator linier yang tidak bias dan terbaik.

1. Uji Normalitas

Untuk mengetahui normal tidaknya data penelitian terdistribusi, maka perlu dilakukan adanya uji normalitas. Uji normalitas adalah satu uji yang dilakukan guna mengetahui apakah dalam suatu model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Uji normalitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a) Apabila nilai probabilitas yang didapatkan $> 0,05$, hal ini menunjukkan jika data terdistribusi normal.
- b) Apabila nilai probabilitas yang didapatkan $< 0,05$, hal ini menunjukkan jika data tidak terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini dilakukan sebagai bentuk pemastian apakah dalam suatu model regresi terdapat adanya korelasi antar variabel independen, dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independennya (Ghozali, 2018). Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas yang terjadi dalam suatu model regresi, hal ini dapat dilihat dari besarnya nilai *variance inflation faktor* (VIF) dan nilai *tolerance* dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a) Apabila didapatkan nilai $VIF \geq 10$ dan nilai $tolerance \leq 0,10$, hal ini menunjukkan jika dalam suatu penelitian telah terjadi multikolinearitas.
- b) Apabila didapatkan nilai $VIF < 10$ dan nilai $tolerance > 0,10$, hal ini menunjukkan jika dalam suatu penelitian tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Autokorelasi

Masalah autokorelasi menjadi satu permasalahan yang pada umumnya dapat terjadi pada data *time series* karena pada dasarnya data masa lalu mempengaruhi data saat ini. Oleh karena itu, uji autokorelasi ini dilakukan guna menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu (residual) pada periode saat ini dengan kesalahan residual pada periode sebelumnya (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini, untuk menguji ada tidaknya autokorelasi yang terjadi, maka digunakan uji *Durbin Watson* (*DW test*) dengan kriteria yang digunakan sebagai berikut :

Tabel 3. 2
Kriteria Uji *Durbin Watson* (*DW test*)

<i>Durbin Watson</i>	Kesimpulan
$0 < d < d_l$	Autokorelasi positif
$d_l \leq d \leq d_u$	Tidak dapat disimpulkan
$d_u < d < 4 - d_u$	Tidak ada autokorelasi
$4 - d_u \leq d \leq -d_l$	Tidak dapat disimpulkan
$4 - d_l < d < 4$	Autokorelasi negatif

Sumber : (Ghozali, 2018)

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini dilakukan guna mendekteksi apakah di dalam model regresi ditemukan terjadinya ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamat pada pengamat lainnya (Ghozali, 2018). Ketika *variance* dari residual satu pengamat pada pengamat lain ini tetap, maka kondisi ini disebut

sebagai homoskedastisitas, sebaliknya jika berbeda maka kondisi ini dinamakan heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Uji Glejser dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a) Apabila nilai probabilitas yang didapatkan $> 0,05$, hal ini menunjukkan jika dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b) Apabila nilai probabilitas yang didapatkan $< 0,05$, hal ini menunjukkan jika dalam penelitian ini telah terjadi heteroskedastisitas.

3.6.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis dalam penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier berganda karena terdapat lebih dari satu variabel independen, dimana analisis ini dilakukan guna mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen yang terdiri dari *enterprise risk management* dan *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

3.6.3.1 Model Regresi Linier Berganda

Model regresi yang baik adalah analisis yang memiliki distribusi data normal dan bebas dari asumsi klasik. Maka dari itu, persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien Regresi

X_1 = *Enterprise Risk Management*

X_2 = *Islamic Social Reporting*

e = Error

3.6.3.2 Uji Fit Model

Uji Fit Model atau uji kelayakan model merupakan satu pengujian yang dilakukan guna menilai ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai actual (Ghozali, 2013). Uji fit model ini secara statistik dapat diukur melalui nilai koefisien determinasi serta nilai statistik F. Perhitungan statistik tersebut dikatakan signifikan ketika nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis yang berarti jika H_0 ditolak, sebaliknya perhitungan statistik dianggap tidak signifikan ketika nilai uji statistiknya berada di luar daerah kritis yang berarti H_0 diterima.

1. Uji-F

Ghozali (2018) menyebutkan bahwa Uji-F ini dilakukan guna menguji dan mengkaji apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen.

a) Hipotesis

$H_0 : \beta_i = 0$, menunjukkan jika variabel independen secara simultan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen

$H_1 : \beta_i \neq 0$, menunjukkan jika variabel independen secara simultan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen

b) Tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi (α) yang digunakan dalam pengujian ini adalah 0,05 atau $\alpha=5\%$

c) Kriteria pengambilan keputusan

1) Jika nilai signifikan $F \leq 0,05$ (5%), maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima, yang artinya bahwa variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

2) Sebaliknya, jika nilai signifikan $F > 0,05$ (5%), maka dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak, yang artinya bahwa variabel independen secara simultan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. **Koefisien Determinasi (R^2)**

Koefisien determinasi (adjusted R-Squared) ini dilakukan guna melihat seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen. Ketika nilai koefisien determinasi ini kecil, yaitu mendekati angka 0, maka hal ini menunjukkan jika variabel-variabel independen memiliki kemampuan terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi yang didapatkan mendekati angka 1, hal ini menunjukkan jika variabel-variabel independen memiliki kemampuan memberikan seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2018).

3.6.3.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan satu pengujian yang dilakukan guna menguji kebenaran atas suatu pernyataan secara statistik serta menarik kesimpulan apakah pernyataan tersebut akan diterima atau sebaliknya, ditolak (Anuraga et al., 2021). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menguji persamaan regresi secara parsial melalui uji statistik t. Ghozali (2018) menyebutkan bahwa tujuan dari dilaksanakannya Uji-t ini yaitu guna menguji dan mengkaji seberapa jauh tingkat sigfikansi atau pengaruh tiap satu variabel independen terhadap variabel dependen.

a) Hipotesis

$H_0 : \beta_i = 0$, menunjukkan jika tidak terdapat hubungan antar variabel secara parsial

$H_1 : \beta_i \neq 0$, menunjukkan jika terdapat hubungan antar variabel secara parsial

b) Tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi (α) yang digunakan dalam pengujian ini adalah 0,05 atau $\alpha=5\%$

c) Kriteria pengambilan keputusan

- 1) Apabila nilai signifikansi uji $t \leq 0,05$ (5%), maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependen.
- 2) Sebaliknya, apabila nilai signifikansi uji $t > 0,05$ (5%), maka dapat disimpulkan sedangkan H_1 ditolak, yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Sampel

Data sekunder menjadi satu jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Dimana data ini diambil dan diperoleh melalui *website* resmi perusahaan serta sumber-sumber lain yang mendukung. Adapun populasi dalam penelitian ini meliputi perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index 70 (JII70)* yang terdiri dari 70 perusahaan. Berikut adalah mekanisme pengambilan sampel berdasarkan teknik *purposive sampling*.

Tabel 4.1
Kriteria Pengambilan Sampel

No.	Keterangan	2020	2021	2022
1.	Perusahaan yang terdaftar secara resmi pada indeks JII70 (<i>Jakarta Islamic Indeks 70</i>).	70	70	70
2.	Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan tahunan dan laporan keuangan selama periode tahun 2020-2022.	(0)	(0)	(0)
3.	Perusahaan yang tidak menggunakan mata uang rupiah.	(12)	(12)	(12)
4.	Perusahaan yang belum mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI).	(7)	(0)	(0)
	Jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria	51	58	58
	Total Sampel	167		

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel yang tersaji di atas, dapat diketahui bahwa perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index 70 (JII70)* adalah sebanyak 70 perusahaan. Dimana, setelah melewati serangkaian proses seleksi *purposive*

sampling, diperoleh sampel yang tidak menggunakan mata uang rupiah sebanyak 36 sampel, dan 7 lainnya belum mencatatkan sahamnya pada Bursa Efek Indonesia (BEI). Maka dari itu, didapatkan sampel yang berhasil memenuhi kriteria *purposive sampling* adalah sebanyak 167 sampel.

4.2 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif ini dilakukan sebagai upaya untuk memudahkan para peneliti dalam memahami variabel-variabel yang digunakan dalam sebuah penelitian. Dimana data dari variabel-variabel tersebut akan dianalisis berdasarkan nilai tertinggi, nilai terendah, rata-rata, median, serta standar deviasi (Sugiyono, 2018). Berikut ini adalah hasil analisis statistik deskriptif.

Tabel 4.2
Analisis Statistik Deskriptif
Statistics

		ERM	ISR	Nilai Perusahaan
N	Valid	167	167	167
	Missing	0	0	0
Mean		.6176	.6943	2.1374
Median		.6300	.6880	1.3370
Std. Deviation		.08470	.05178	2.45522
Minimum		.41	.56	.39
Maximum		.82	.83	19.39

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2023

Keterangan :

ERM : *Enterprise Risk Management*

ISR : *Islamic Social Reporting*

Berdasarkan pada tabel yang tersaji di atas dapat diketahui bahwa dari 167 sampel penelitian, *enterprise risk management* memiliki nilai terendah sebesar 0,41 yang dipegang oleh perusahaan Solusi Sinergi Digital Tbk., sementara nilai tertingginya dicapai oleh perusahaan Unilever Indonesia Tbk. dengan angka 0,82. Sedangkan nilai rata-rata *enterprise risk management* yang berhasil didapatkan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,6176 dengan standar deviasi yaitu sebesar 0,08470. Hal ini menunjukkan bahwa standar deviasi *enterprise risk management* lebih kecil dari pada nilai rata-rata, yang mana mengindikasikan jika sebaran data *enterprise risk management* ini relatif rendah. Sementara itu, diketahui nilai median *enterprise risk management* ini adalah sebesar 0,6300, membuktikan bahwa nilai rata-rata lebih kecil dari pada nilai tengah yang mana hal ini menjadi satu indikasi bahwa variabel *enterprise risk management* memiliki tingkat akurasi yang kurang baik.

Variabel *islamic social reporting* memiliki nilai terendah yaitu sebesar 0,56 yang dipegang oleh perusahaan Global Mediacom Tbk., Bumi Serpong Damai Tbk., MD Pictures Tbk., serta Solusi Sinergi Digital Tbk.. Sedangkan nilai tertingginya yaitu berada di angka 0,83 yang berhasil dicapai oleh Bank Syariah Indonesia Tbk. dan Bank BTPN Syariah Tbk. Nilai rata-rata *islamic social reporting* ini adalah sebesar 0,6943 dengan standar deviasi yaitu sebesar 0,05178. Hal ini menunjukkan bahwa standar deviasi *islamic social reporting* lebih kecil dari nilai rata-rata, yang mana mengindikasikan jika sebaran data dari variabel *islamic social reporting* ini relatif rendah. Sementara itu, diketahui nilai median *islamic social reporting* ini adalah sebesar 0,6880, membuktikan bahwa nilai rata-rata lebih

besar dari pada nilai tengah yang mana hal ini menjadi satu indikasi bahwa variabel *islamic social reporting* memiliki tingkat akurasi yang baik.

Untuk variabel nilai perusahaan, variabel dependen ini memiliki nilai terendah sebesar 0,39 yang dipegang oleh perusahaan Global Mediacom Tbk., sementara nilai tertingginya yaitu berada di angka 19,39 yang berhasil dicapai oleh Digital Mediatama Maxima Tbk. Nilai rata-rata nilai perusahaan yang berhasil didapatkan dalam penelitian ini adalah sebesar 2.1374 dengan standar deviasi yaitu sebesar 2.45522. Hal ini menunjukkan bahwa standar deviasi dari variabel nilai perusahaan ini lebih besar dari nilai rata-rata, yang mana hal ini mengindikasikan jika sebaran data dari variabel nilai perusahaan ini relatif baik. Sementara itu, diketahui nilai tengah dari nilai perusahaan ini adalah sebesar 1,3370, membuktikan bahwa nilai rata-rata lebih besar dari pada nilai tengah yang mana hal ini menjadi satu indikasi bahwa variabel nilai perusahaan ini memiliki tingkat akurasi yang baik.

4.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini digunakan untuk menilik apakah asumsi-asumsi yang diperlukan dalam regresi linier bisa terpenuhi atau tidak. Jika asumsi-asumsi ini telah terpenuhi, maka perkiraan hasil yang didapatkan akan bersifat *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE), yang artinya model regresi telah menghasilkan estimator linier yang tidak bias dan terbaik. Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, serta uji heteroskedastisitas.

4.3.1 Uji Normalitas

Untuk mengetahui normal tidaknya data penelitian yang berdistribusi, maka perlu dilakukan adanya uji normalitas. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *kolmogrov smirnov* dengan nilai signifikansi yang digunakan adalah 5%. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat dikatakan jika data telah berdistribusi normal. Berikut adalah data tabel hasil uji normalitas menggunakan uji *kolmogrov smirnov*.

Tabel 4.3
Uji Normalitas Sebelum Outlier
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		167
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.42836538
Most Extreme Differences	Absolute	.243
	Positive	.243
	Negative	-.220
Test Statistic		.243
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig. جامعته سلطان اجموع الإسلامية	.000 ^d
	99% Confidence Interval Lower Bound	.000
	Upper Bound	.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi uji normalitas yang diindikasikan dari nilai *Monte carlo Sig. (2-tailed)* adalah sebesar

0,000. Hal ini menunjukkan bahwa data belum berdistribusi secara normal karena nilai signifikansi yang dimiliki $< 0,05$.

Untuk dapat memenuhi kriteria-kriteria yang telah disebutkan, maka perlu dilakukan adanya *outlier* data. Data *outlier* merupakan satu jenis data yang memiliki keunikan karakteristik yang berbeda jauh dari nilai obeservasi dan muncul dalam bentuk nilai yang ekstrim (Ghozali, 2018).

Maka dari itu, setelah dilakukannya *outlier* data, didapatkan sampel sebanyak 121 sampel. Namun dikarenakan terjadi autokorelasi ketika dilakukannya uji autokorelasi, maka dilakukanlah uji *Durbin Two Step Method* yang mengakibatkan terjadi pengurangan satu sampel menjadi 120 sampel. Berikut adalah hasil uji normalitas setelah dilakukannya *outlier* data.

Tabel 4.4
Uji Normalitas Setelah *Outlier*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		120	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.36509200	
Most Extreme Differences Absolute		.089	
	Positive	.089	
	Negative	-.055	
Test Statistic		.089	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.020 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.283 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.271
		Upper Bound	.294

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1314643744.

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel yang tersaji di atas, maka diperoleh nilai signifikansi uji normalitas yang diindikasikan dari nilai *Monte Carlo Sig. 2 tailed* adalah sebesar 0,283, dimana nilai ini lebih besar dari nilai batas signifikansi uji normalitas yaitu 0,05. Sehingga didapatkan kesimpulan bahwa data penelitian ini telah berdistribusi normal.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini dilakukan sebagai bentuk pemastian apakah dalam satu model regresi terdapat adanya korelasi antar variabel independen, dimana hal ini dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Yang mana ketika nilai $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* $> 0,10$ ini menunjukkan bahwa dalam suatu penelitian tidak terjadi multikolinearitas. Berikut adalah hasil uji multikolinearitas.

Tabel 4.5
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	ERM	.957	1.045
	ISR	.957	1.045

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel di atas, diketahui bahwa variabel *enterprise risk management* serta variabel *islamic social reporting* memiliki nilai VIF sebesar 1,045 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,957. Dapat dilihat jika kedua variabel tersebut memiliki nilai $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* $> 0,10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen dalam penelitian ini terbebas dari masalah multikolinearitas.

4.3.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi sendiri dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat masalah autokorelasi. Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi yang terjadi, maka digunakan uji *Durbin Watson* (*DW test*) dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu $dU < d < 4-dU$.

Tabel 4.6
Uji Autokorelasi Sebelum *Durbin Two Step Method*
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.376 ^a	.141	.127	.41927	1.052

a. Predictors: (Constant), LN_X2, LN_X1

b. Dependent Variable: LN_Y

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel yang tersaji di atas, nilai *Durbin Watson* yang berhasil diperoleh adalah sebesar 1,052 dengan nilai dU sebesar 1,7370 dan nilai dL sebesar 1,6699. Mengacu pada kriteria uji *Durbin Watson* yang telah disebutkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa telah terjadi autokorelasi positif karena nilai $0 < 1,052 < 1,6699$ yang didapatkan dari pengujian ini telah sesuai dengan keputusan tolak uji *Durbin Watson* yaitu $0 < d < dL$.

Terdapat beberapa pengujian yang dapat dilakukan untuk mengatasi terjadinya gejala autokorelasi, salah satunya adanya dengan dilakukannya pengujian *Durbin Two Step Method*. Berikut adalah hasil uji *Durbin Two Step Method*.

Tabel 4.7
Uji Autokorelasi Setelah *Durbin Two Step Method*
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.290 ^a	.084	.068	.36820	1.764

a. Predictors: (Constant), LAG_LNX2, LAG_LNX1

b. Dependent Variable: LAG_LNY

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2023

Setelah dilakukannya uji autokorelasi dengan menggunakan metode *Durbin Two Step Method*, nilai *Durbin Watson* yang berhasil didapatkan adalah sebesar 1,764. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini telah terbukti bebas dari masalah autokorelasi, karena telah memenuhi kriteria pengambilan keputusan $dU < d < 4-dU$ dengan hasil uji yang didapatkan adalah $1,7370 < 1,764 < 2,263$.

4.3.4 Uji Heteroskedastisitas

Untuk memastikan ada tidaknya gejala heteroskedastisitas yang terjadi, maka perlu dilakukan adanya uji heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Glejser*. Hasil dari uji *Glejser* tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.8
Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.121	.078		1.543	.126
	ERM	-.208	.223	-.086	-.932	.353
	ISR	-.576	.333	-.160	-1.729	.086

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel di atas, maka didapatkan nilai signifikansi uji *Glejser* dari kedua variabel independen adalah sebesar 0,353 untuk variabel *enterprise risk manajement*, dan 0,86 untuk variabel *islamic social reporting*. Dapat dilihat bahwa kedua variabel tersebut memiliki nilai signifikansi $> 0,05$, maka didapatkan kesimpulan bahwa model regresi dalam penelitian ini terbukti bebas dari masalah heteroskedastisitas.

4.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Dari analisis-*analisis* yang telah dilakukan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan bahwa seluruh kriteria yang harus dipenuhi dalam uji asumsi klasik telah terpenuhi dengan baik, dimana dalam penelitian ini data telah berdistribusi secara normal, terbebas dari multikolinearitas, serta terbebas dari gejala autokorelasi dan heteroskedastisitas.

4.4.1 Model Regresi Linier

Berikut adalah hasil analisis regresi linier berganda pada penelitian ini.

Tabel 4.9
Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	.451	.127	
	ERM	.230	.362	.058
	ISR	1.629	.540	.273

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan pada hasil analisis regresi linear berganda di atas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,451 + 0,230 X_1 + 1,629 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan

X₁ = *Enterprise Risk Management*

X₂ = *Islamic Social Reporting*

Mengacu pada hasil persamaan regresi tersebut, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta dalam model regresi ini memiliki nilai positif sebesar 0,451, dimana nilai positif ini menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen yaitu nilai perusahaan dengan variabel dependen yang terdiri dari *enterprise risk management* dan *islamic social reporting*. Artinya, apabila seluruh variabel independen yang terdiri dari *enterprise risk management* dan *islamic social reporting* memiliki nilai konstan sama dengan 0, maka nilai dari nilai perusahaan adalah sebesar 0,451.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel *enterprise risk management* adalah sebesar 0,230. Hal ini menunjukkan apabila variabel *enterprise risk management* mengalami kenaikan satu poin sedangkan variabel *islamic social reporting* dianggap konstan, maka variabel nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,230.

3. Nilai koefisien regresi untuk variabel *islamic social reporting* adalah sebesar 1,629. Hal ini menunjukkan, apabila variabel *islamic social reporting* mengalami kenaikan satu poin sedangkan variabel *enterprise risk management* dianggap konstan, maka variabel nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 1,629.

4.4.2 Uji Fit Model

4.4.2.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji-F ini dilakukan sebagai upaya untuk menguji dan mengkaji apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

Tabel 4.10
Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.457	2	.728	5.372	.006 ^b
	Residual	15.862	117	.136		
	Total	17.318	119			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), ISR, ERM

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2023

Hasil uji-F di atas menunjukkan bahwa nilai uji F menghasilkan nilai signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$ dengan nilai f tabel yang didapatkan adalah sebesar 3,07. Maka didapatkan jika f hitung $>$ f tabel yaitu $5,381 > 3,07$ sehingga didapatkan kesimpulan bahwa variabel *enterprise risk management* dan *islamic social reporting* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.4.2.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (*adjusted R-Squared*) ini dilakukan guna melihat seberapa jauh kemampuan variabel independen secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen pada suatu model regresi. Hasil uji determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.11

**Uji Koefisien Determinasi
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.290 ^a	.084	.068	.36820

a. Predictors: (Constant), ISR, ERM

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel yang tersaji di atas, didapatkan nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,068 atau 6,8%. Hal ini memberikan kesimpulan bahwa kedua variabel independen yang terdiri dari *enterprise risk management* dan *islamic social reporting* hanya mampu menjelaskan variabel nilai perusahaan sebesar 6,8%. 93,2% lainnya dijelaskan serta diprediksi oleh variabel bebas lain yang tidak turut dalam model penelitian ini.

4.4.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan sebagai upaya untuk menguji persamaan regresi secara parsial melalui uji statistik t. Ghazali (2018) menyebutkan bahwa tujuan dari dilaksanakannya Uji-t ini yaitu untuk menguji dan mengkaji seberapa jauh tingkat signifikansi atau pengaruh tiap satu variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.12
Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.451	.127		3.557	.001
	ERM	.230	.362	.058	.636	.526
	ISR	1.629	.540	.273	3.013	.003

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.12 hasil uji t yang tersaji di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Enterprise Risk Management* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan pada tabel di atas, diketahui bahwa variabel *enterprise risk management* memiliki nilai koefisien beta sebesar 0,230 dengan nilai t hitung $< t$ tabel, yaitu $0,636 < 0,676592$, dan nilai signifikansi yang didapat adalah $0,526 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *enterprise risk management* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka didapatkan hasil bahwa **H₁ ditolak**.

2. Pengaruh *Islamic Social Reporting* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan pada tabel di atas, diketahui bahwa variabel *islamic social reporting* memiliki nilai koefisien beta sebesar 1,629 dengan nilai t hitung $> t$ tabel, yaitu $3,013 > 0,676592$ dan nilai signifikansi yang didapat adalah $0,003 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *islamic social reporting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka didapatkan hasil bahwa **H₂ diterima**.

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

4.5.1 Pengaruh *Enterprise Risk Management* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa pengaruh dari variabel *enterprise risk management* ini tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, informasi-informasi yang dipublikasikan oleh suatu perusahaan ini belum cukup mampu menjadi sinyal positif bagi seorang investor dalam pertimbangan pengambilan keputusan investasi. Dimana, tidak semua informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan dapat menjadi sinyal positif bagi para investor. Ketika perusahaan melakukan pengungkapan risiko perusahaan terlalu dalam, hal ini dapat menjadi sinyal negatif bagi seorang investor karena memandang jika perusahaan tersebut memiliki terlalu banyak risiko sehingga akan berpengaruh terhadap prospek perusahaan di masa yang akan datang, hal ini tentu akan berpengaruh buruk pada nilai perusahaan. Pernyataan tersebut sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Martikainen et al. (2015) yang menyebutkan bahwa pengungkapan informasi risiko yang terlalu dalam akan berdampak buruk pada nilai perusahaan. Sehingga didapatkan kesimpulan bahwa peningkatan nilai perusahaan ini tidak cukup hanya bertumpu pada pengungkapan *enterprise risk management* saja, melainkan juga dibutuhkan pengungkapan *islamic social reporting*. Kondisi ini menjadi satu pertanda jika luasnya pengungkapan *enterprise risk management* ini tidak signifikan terhadap tingginya nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari et al. (2020), Haryono dan Lestari (2022), serta Rahmi dan Wijaya (2022) yang menyebutkan bahwa *enterprise risk management* berpengaruh tidak signifikan

terhadap nilai perusahaan. Dimana, tidak semua informasi yang diungkapkan oleh perusahaan menjadi sinyal baik. Sebaliknya, informasi tersebut bisa saja menjadi sinyal buruk bagi para investor yang dapat berpengaruh terhadap pertimbangan pengambilan keputusan investasi. Dalam pengungkapan *enterprise risk management*, perusahaan tidak hanya dituntut untuk mengungkapkan prosedur pengelolaan risiko, tetapi juga profil risiko yang dihadapi perusahaan. Ketika perusahaan melakukan pengungkapan risiko perusahaan terlalu dalam, hal ini dapat menjadi sinyal negatif bagi seorang investor karena memandang jika perusahaan tersebut memiliki terlalu banyak risiko. Hal ini tentu akan berpengaruh terhadap prospek perusahaan di masa yang akan datang sehingga akan berdampak buruk terhadap nilai perusahaan

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian oleh Devi et al. (2017) dan Iswajuni et al. (2018) yang menyebutkan bahwa *enterprise risk management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.5.2 Pengaruh *Islamic Social Reporting* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel *islamic social reporting* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Artinya, informasi-informasi yang dipublikasikan oleh suatu perusahaan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan ini telah cukup mampu menjadi sinyal positif bagi para investor dalam pengambilan keputusan investasi. Dimana tanggung jawab sosial ini menjadi satu strategi jangka panjang perusahaan dalam menjaga keberlangsungan perusahaan itu sendiri, sehingga dengan ini akan dapat

meningkatkan reputasi perusahaan di pasar modal. Meningkatnya reputasi perusahaan ini tentu akan mengundang para investor untuk mau menanamkan danaya di perusahaan tersebut, sehingga hal ini akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khoiriyah (2020), Refani dan Dewi (2020), serta Sulistiyo dan Yuliana (2019) yang menyebutkan bahwa *islamic social reporting* mampu memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian oleh Sutapa dan Laksito (2018) yang menyebutkan bahwa *islamic social reporting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada analisa data yang telah dilakukan, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. *Enterprise risk management* terbukti berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Informasi-informasi yang telah dipublikasikan oleh suatu perusahaan mengenai pengelolaan risiko ini saja belum cukup mampu menjadi sinyal positif bagi seorang investor. Dimana peningkatan nilai perusahaan ini juga harus didukung dengan adanya pengungkapan *islamic social reporting*.
2. *Islamic social reporting* ini terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Informasi-informasi yang telah dipublikasikan oleh suatu perusahaan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan mampu menjadi sinyal positif bagi seorang investor, sehingga dengan ini akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan dengan sampel yang digunakan adalah perusahaan yang terdaftar di JII 70, dimana didalamnya terdiri dari berbagai perusahaan

dengan jenis usaha yang berbeda-beda, sehingga tidak dapat dikhususkan menjadi satu bidang usaha perusahaan saja.

2. Variabel independen dalam penelitian ini yang terdiri dari variabel *enterprise risk manajement* dan *islamic social reporting* hanya mampu berkontribusi sebesar 6,9 % terhadap nilai perusahaan. Sementara sisanya, 93,1% lainnya dijelaskan serta diprediksi oleh variabel-variabel lain di luar penelitian.

5.3 Saran

Berdasarkan pada keterbatasan yang telah dipaparkan di atas, maka saran yang diberikan pada peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Bagi Akademisi

Menilik hasil analisis dalam penelitian ini yang menyebutkan jika kontribusi variabel independen dalam penelitian ini hanya sebesar 6,9%, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel independen lain. Variabel yang dapat digunakan adalah *intellectual capital*. Dengan adanya variabel *intellectual capital*, diharapkan dapat menjadi salah satu acuan bagi seorang investor dalam pengambilan keputusan investasi sehingga hal ini akan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Badarudin dan Wuryani, 2018).

Selain itu, untuk peneliti selanjutnya juga disarankan untuk menggunakan perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) yang didalamnya terdiri dari perusahaan dengan saham syariah yang terdaftar di

Bursa Efek Indonesia (BEI). Pemilihan perusahaan ini sebagai upaya memperluas sampel penelitian dimana di tahun 2023 perusahaan yang tergabung dalam ISSI berjumlah 552 perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Bagi pihak manajemen perusahaan disarankan untuk dapat mengoptimalkan nilai *islamic social reporting* yang diungkapkan sehingga hal ini diharapkan dapat mendorong lebih banyak investor untuk mau menanamkan dananya pada perusahaan tersebut.

3. Bagi Investor

Berdasarkan pada hasil analisa yang telah dilakukan, disarankan kepada para investor untuk menilik pada tingkat *islamic social reporting* yang dihasilkan oleh suatu perusahaan, dimana semakin tinggi pengungkapan *islamic social reporting* yang dilakukan suatu perusahaan hal ini menjadi satu indikasi jika perusahaan tersebut memiliki nilai perusahaan yang tinggi sehingga perusahaan tersebut dapat memberikan kesejahteraan yang besar pula pada pemegang sahamnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmala, N., & Kartika, I. (2020). Pengaruh ISR dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan dengan Moderasi Kinerja Keuangan. *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Ekonomi*.
- Anisa, W. G. (2012). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Manajemen Risiko. *Managerial Auditing Journal*, 24(1), 40.
- Anuraga, G., Indrasetianingsih, A., & Athoillah, M. (2021). Pelatihan pengujian hipotesis statistika dasar dengan software r. *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 327–334.
- Ardianto, D., & Rivandi, M. (2018). Pengaruh Enterprise risk management disclosure, intellectual capital disclosure dan struktur pengelolaan terhadap nilai perusahaan. *Profita: Komunikasi Ilmiah Dan Perpajakan*, 11(2), 284–305.
- Badarudin, A., & Wuryani, E. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 6(2), 1-26.
- Beasley, M. S., Clune, R., & Hermanson, D. R. (2005). Enterprise risk management: An empirical analysis of factors associated with the extent of implementation. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24(6), 521–531.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2006). *Fundamentals of Financial Management: Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*.
- Coso, I. I. (2004). Enterprise risk management-integrated framework. *Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission*, 2.
- Delviana, D. (2022). *Determinan Islamic Social Reporting*. Universitas Islam Sultan Agung.
- Devi, S., Budiasih, I., & Badera, I. (2017). Pengaruh pengungkapan enterprise risk management dan pengungkapan intellectual capital terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 14(1), 2.
- Fakhrudin, M., & Hadianto, M. S. (2001). Perangkat dan model analisis investasi di pasar modal. *Jakarta: Gramedia*.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS (Edisi 7). *Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro*, 160.

- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Gordon, L. A., Loeb, M. P., & Tseng, C.-Y. (2009). Enterprise risk management and firm performance: A contingency perspective. *Journal of Accounting and Public Policy*, 28(4), 301–327.
- Haniffa, R. (2002). Social reporting disclosure: An Islamic perspective. *Indonesian Management & Accounting Research*, 1(2), 128–146.
- Haryono, A. A. L., & Lestari, H. S. (2022). Pengaruh Enterprise Risk Management, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(9), 3983–3994.
<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i9.1258>
- Hery. (2015). *Manajemen risiko bisnis / Hery, S.E, M.Si, CRP, RSA, CFRM*. PT Grasindo.
- Indrarini, S. (2019). Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba (*Good Governance* dan Kebijakan Perusahaan). *Surabaya: Scopindo*.
- Iswajuni, I., Soetedjo, S., & Manasikana, A. (2018). Pengaruh *enterprise risk management* (ERM) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2(2), 275–281.
- Khoiriyah, R. (2020). *The Influence of Islamic Social Reporting on Company Value*. *Management and Entrepreneurship Research Review*, 1(3), 116–124.
- Lestari, D., Sasongko, B., & Hermanto. (2020). Pengaruh Dewan Komisaris, Komite Direksi dan Enterprise Risk Management Disclosure terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(1), 945-957.
<https://doi.org/10.24843/EJA.2020.v30.i04.p12>
- Martikainen, M., Kinnunen, J., Antti, M., Troberg, P. (2015). *Journal of Applied Accounting Research*, 16(3), 333-358. <https://doi.org/10.1108/JAAR-10-2014-0117>
- Naqsyabandi, S. N. (2015). Analisis Penilaian Perusahaan Pada Sektor Perbankan Yang Terdiversifikasi (Studi Kasus Perusahaan Perbankan Go Publik 2013-2014). *Jurnal Universitas Negeri Surabaya*.
- Negara, I. K., & Paramitha, W. (2017). Analisis Pengaruh Jumlah Saham Beredar, Harga Saham Dan Persentase Saham Publik Terhadap Likuiditas Saham Pada

Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Distribusi-Journal of Management and Business*, 5(2), 25–44.

Nguyen, N. (2018). Hidden Markov Model for Stock Trading. *International Journal of Financial Studies*, 6(2), 36. <https://doi.org/10.3390/ijfs6020036>

Othman, R., Thani, A. M., & Ghani, E. K. (2009). Determinants of *Islamic social reporting* among top Shariah-approved companies in Bursa Malaysia. *Research Journal of International Studies*, 12(12), 4–20.

Pamungkas, A. (2019). Pengaruh Penerapan *Enterprise Risk Management* (COSO) Terhadap Nilai Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 12–21.

Rahmi, N. U., & Wijaya, V. V. (2022). Pengaruh *Enterprise Risk Management*, *Corporate Social Responsibility*, *Free Cash Flow* dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-. 6(2019), 2712–2720.

Refani, R., & Dewi, V. S. (2020). *Pengaruh Islamic Social Reporting Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Moderasi*.

Retnaningsih, S., Hariyanti, W., & Astuti, T. P. (2019). Pengaruh Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perbankan Syariah Di Indonesia Tahun 2012-2016. *AKTSAR: Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(2), 169. <https://doi.org/10.21043/aktsar.v2i2.5850>

Rivandi, M. (2018). Pengaruh *Enterprise Risk Management Disclosure* Dan *Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Benefita*, 3(2), 137–148.

Setiawan, I., Swandari, F., & Dewi, D. M. (2018). Pengaruh Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Moderating. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 6(2), 168–186.

Suffah, R., & Riduwan, A. (2016). Pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan kebijakan dividen pada nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 5(2).

Sugiyono. (2015). Metode penelitian kombinasi (*mixed methods*). *Bandung: Alfabeta*, 28, 1–12.

Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D. *Bandung: Alfabeta*, 15(2010).

- Sulistiyo, F., & Yuliana, I. (2019). Pengaruh profitabilitas dan kecukupan modal terhadap nilai perusahaan dengan *Islamic Social Report (ISR)* sebagai variabel moderasi (studi pada bank umum syariah Indonesia tahun 2014-2018). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(2), 238–255.
- Sutapa, S., & Laksito, H. (2018). Peran *Islamic Social Reporting* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 7(1), 57–68.
- Wright, S., & Smithers, A. (2000). *Valuing Wall Street: protecting wealth in turbulent markets*. McGraw-Hill Hoboken.

