

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori sinyal

Teori sinyal memberikan gambaran bahwa sinyal atau isyarat merupakan suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Teori ini mengungkapkan bahwa investor dapat membedakan antara perusahaan yang memiliki nilai tinggi dengan perusahaan yang memiliki nilai rendah (Brigham dan Houston,2015). Teori sinyal juga menekankan pada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan bagi keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Pada intinya teori sinyal menunjukkan bahwa pemberi sinyal merupakan orang dalam yang memperoleh informasi tentang seseorang, produk, atau organisasi yang tidak tersedia untuk orang luar (Connelly et al,2011).

Menurut Jogiyanto (2017) informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan signal bagi investor dalam pengambilan keputusan. Pada saat informasi diumumkan, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai signal positif (good news) atau sinyal negatif (bad news). Teori sinyal (*signalling theory*) menyatakan bahwa perusahaan secara sengaja memberikan sinyal kepada pasar, dengan demikian diharapkan pasar akan bereaksi dan memberi pengaruh terhadap harga saham perusahaan. Jika sinyal perusahaan menginformasikan kabar baik atau positif pada pasar maka diharapkan dapat meningkatkan harga saham sehingga nilai perusahaan ikut naik, sebaliknya jika sinyal perusahaan menginformasikan kabar buruk maka harga saham perusahaan akan mengalami penurunan berakibat juga dengan nilai perusahaan yang akan mengalami penurunan.

2.2 Nilai Perusahaan

2.2.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Hery (2017) Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Nilai perusahaan merupakan nilai pasar karena dapat memberikan kesejahteraan dan kemakmuran bagi pemilik serta pemegang saham apabila harga saham perusahaan mengalami peningkatan (Pamungkas, 2019). Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi nilai perusahaannya dan semakin tinggi juga nilai kemakmuran pemegang saham. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena secara otomatis juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang juga merupakan tujuan utama perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya pada kinerja perusahaan saat ini dan juga prospek perusahaan di masa depan.

2.2.2 Pengukuran Nilai perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan:

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

Keterangan

MVS = Nilai Pasar Saham yang diperoleh dari hasil perkalian jumlah saham yang beredar dengan harga saham

D = Nilai Pasar Hutang yang diperoleh dari hasil (Kewajiban lancar – aset lancar + kewajiban jangka panjang)

TA = Total Aset

$$PBV\ (Price\ Book\ Value) = \frac{Price\ per\ Share}{Book\ Value\ per\ Share}$$

$$EPS\ (Earning\ Per\ Share) = \frac{Earning\ After\ Tax}{Common\ Share\ Outstanding}$$

$$PER\ (Price\ Earning\ Ratio) = \frac{Price\ per\ Share}{Earning\ per\ Share}$$

2.3 Profitabilitas

2.3.1 Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas diartikan sebagai serangkaian hasil bersih dari serangkaian kebijakan

dan keputusan (Brigham dan Houston, 2001: 89). Profitabilitas merupakan ukuran tingkat efektifitas dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan selama kurun waktu tertentu (Solikhah & Hariyati, 2019). Menurut (Kasmir, 2018) menyatakan bahwa Rasio Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Profitabilitas merupakan gambaran kinerja manajemen perusahaan untuk menghasilkan laba. yaratkan keberhasilan.

ROE menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rasio ini penting bagi pihak pemegang saham yaitu untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan pihak manajemen perusahaan. Naiknya rasio ROE dari tahun ke tahun pada perusahaan berarti terjadi adanya kenaikan laba bersih dari perusahaan yang bersangkutan. Naiknya laba bersih dapat dijadikan salah satu indikasi bahwa nilai perusahaan juga naik (Prasetyorini, 2013).

2.3.2 Pengukuran Profitabilitas

Profitabilitas dalam ada beberapa cara untuk mengukur rasio profitabilitas yaitu :

$$\begin{aligned}
 \mathbf{NPM(Net\ Profit\ Margin)} &= \frac{\mathbf{EAT}}{\mathbf{Total\ Aset}} \\
 \mathbf{ROA (Return\ On\ Asset)} &= \frac{\mathbf{EAT}}{\mathbf{Total\ Aset}} \\
 \mathbf{ROE (Return\ On\ Equity)} &= \frac{\mathbf{EAT}}{\mathbf{Total\ Equity}}
 \end{aligned}$$

2.4 Intellectual Capital

2.4.1 Pengertian Intellectual Capital

Intellectual capital pertama kali dipublikasikan oleh John Kenneth Galbraith pada tahun 1969 (Bontis, 2000). Intellectual Capital atau modal intelektual didefinisikan sebagai informasi dan pengetahuan yang digunakan dalam pekerjaan untuk menciptakan nilai di suatu perusahaan (Williams, 2001). Menurut Widardjo (2011) menyatakan bahwa dibandingkan dengan perusahaan dengan sumber daya intelektual yang rendah, investor akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada

perusahaan dengan sumber daya intelektual yang tinggi. Hingga saat ini definisi intellectual capital seringkali dimaknai secara berbeda. Sebagai sebuah konsep intellectual capital merujuk pada modal-modal non fisik atau modal tidak berwujud (intangible asset) atau tidak kasat mata (invisible) yang terkait dengan pengetahuan dan pengalaman manusia serta teknologi yang digunakan (Susanti,2016).

Salah satu sumber modal perusahaan adalah Intellectual capital dengan memberikan keunggulan kompetitif dan nilai tambah. Semakin baik perusahaan dalam mengelola komponen-komponen yang ada dalam intellectual capital, menunjukkan semakin baik pula perusahaan dalam pengelolaan aset (Then,2018). Menurut Brooking (1996) intellectual capital sebagai kombinasi dari aset yang tidak berwujud yang terdiri dari pasar, intellectual property, sumber daya manusia, dan infrastruktur yang dapat menjalankan fungsinya di dalam sebuah pekerjaan yang bertujuan sebagai penciptaan nilai. Pengungkapan intellectual capital dikomunikasikan untuk stakeholder internal dan eksternal, yaitu dengan menggabungkan laporan yang berbentuk angka, visualisasi dan naratif (Susanti, Azzahro ,2019). Kategori pengetahuan dapat dibedakan menjadi tiga kategori yaitu pengetahuan yang berhubungan dengan karyawan (human capital), pengetahuan yang berhubungan dengan pelanggan (customer capital), dan pengetahuan yang berhubungan dengan perusahaan (structural capital). Ketiga kategori tersebut dapat membentuk suatu intellectual capital bagi perusahaan (Bookestein, 2006).

2.4.2 Pengukuran Intellectual Capital

Intangible Asset dalam penelitian ini adalah Intellectual Capital dapat diukur dengan menggunakan:

$$IC = VACA + VAHU + STVA$$

$$VA = OUT - IN$$

Keterangan

VA	:Value Added
(OUT)	:Total penjualan dan pendapatan lain Input
(IN)	:Beban dan biaya-biaya (selain beban karyawan)

$$VA = OP + EC + D + A$$

Keterangan

VA	: Value Added
OP	: Operating Profit (Laba Operasi)
EC	: Employee Costs (Beban
Karyawan)D	: Depreciaton (Depresiasi)
A	: Amortization (Amortisasi)

$$VACA = \frac{VA}{CE}$$

Keterangan :

VA = Value Added
 CE = Capital Employed

$$VAHU = \frac{VA}{HC}$$

Keterangan :

VA = Value Added
 HC = Human Capital

$$STVA = \frac{SC}{VA}$$

Keterangan :

SC = VA – HC
 VA = Value Added

2.5 Enterprise Risk Manajemen

2.5.1 Pengertian Enterprise Risk Manajemen

Enterprise Risk Management menurut COSO (2004) adalah sebuah proses sebagai akibat dari penerapan peraturan strategi di seluruh perusahaan oleh setiap tingkat organisasi perusahaan yang direncanakan untuk melakukan pengidentifikasi terhadap peristiwa potensial yang diduga dapat memberikan dampak pada perusahaan dan mengelola risiko untuk meyakinkan pencapaian tujuan perusahaan.

Pengungkapan manajemen risiko adalah pengungkapan mengenai bagaimana perusahaan dalam mengendalikan risiko terkait masa mendatang atau pengungkapan atas risiko-risiko dengan cara yang telah dikelola perusahaan (Sulistyaningsih & Gunawan, 2018).

Manajemen risiko yang layak yaitu manajemen risiko yang mengaplikasikan kemungkinan-kemungkinan di masa mendatang dan bersifat proaktif dari ada reaktif. Sehingga, manajemen risiko tidak hanya mengurangi kecenderungan terjadinya risiko namun juga dampak yang timbul. Manajemen risiko melibatkan identifikasi risiko, memprediksi berapa besar kemungkinan dan dampak apabila risiko tersebut terjadi, memutuskan tindakan apa yang harus dilakukan pada risiko tersebut dan mengimplementasikan keputusan tersebut. Pengungkapan ERM yang berkualitas tinggi pada suatu perusahaan memberikan dampak positif terhadap persepsi pelaku pasar (Baxter 2012). Persepsi positif yang dimiliki oleh pelaku pasar atas perusahaan akan mendorong para pelaku pasar untuk memberikan harga yang tinggi pada perusahaan tersebut sehingga nilai perusahaan akan menjadi tinggi. Manajemen risiko membantu proses pengambilan keputusan dengan memperhatikan hal-hal di luar kontrol perusahaan yang mempengaruhi pencapaian sasaran perusahaan. Manajemen risiko diterapkan karena akan menghasilkan lebih banyak informasi mengenai risiko organisasi, dan menghasilkan manajemen yang lebih baik, dan pengambilan keputusan yang lebih baik (Kleffner et al., 2003).

2.5.2 Pengukuran Enterprise Risk Management

Indikator untuk mengukur pengungkapan enterprise risk management yaitu ERM framework yang dikeluarkan oleh ISO 31000 tahun 2009 terdapat 25 item. Enterprise Risk Management diukur menggunakan score, jika perusahaan mengungkapkan maka nilainya adalah 1 dan 0 jika tidak mengungkapkan. Proksi yang digunakan untuk mengukur pengungkapan Enterprise Risk Management adalah Enterprise Risk Management Disclosure Index.

$$ERMD = \frac{\text{Jumlah Total Pengungkapan ERMD}}{\text{Skor Maksimal ERM}}$$

2.6 Corporate Social Responsibility (CSR)

2.6.1 Pengertian corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pertanggungjawaban sosial diungkapkan di dalam Sustainability Reporting, yaitu pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (sustainable development). Definisi menurut Hadi (2011) Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.

2.6.2 Pengukuran Corporate Social Responsibility

Menurut Ghazali (2016). Pendekatan untuk menghitung CSR menggunakan score, jika perusahaan mengungkapkan diberi nilai 1, namun jika tidak melakukan pengungkapan maka diberi nilai 0, sebagai berikut:

(x = 1) = item CSR diungkapkan

(x = 0) = item CSR tidak diungkapkan

Adapun checklist pengungkapan Corporate Social Responsibility terdiri dari 91 indikator yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Menurut *Global Reporting Initiative (GRI)*, untuk menghitung Corporate Social Responsibility Disclosure Index menggunakan rumus (Haniffa dan Cooke, 2005):

$$CSRI = \frac{\sum X_{ij}}{n}$$

Keterangan :

CSRI = Corporate Social Responsibility Disclosure Index

$\sum X_{ij}$ = Jumlah item yang seharusnya diungkapkan perusahaan

n = Jumlah item yang diungkapkan perusahaan

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Judul	Variabel Penelitian dan Alat Ukur	Hasil
1.	Ramsa Satria Bagaskara, Kartika Hendra Titisari, Riana Rachmawati dewi, Jurnal Forum Ekonomi, vol 1, 2021	Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan	Variabel Y : Nilai Perusahaan PBV; $\frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku}}$ variabel X1 : profitability $ROE = \frac{\text{EAT}}{\text{Total Equity}}$ Variabel X2 : $\text{DER} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal}}$ Variabel X3: $\text{Size} = \ln(\text{Total Aset})$ Variabel X4: Menggunakan variabel dummy	Hasil dari penelitian ini adalah ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas, leverage, dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan

2.	Annisa Marwa Deannes Isyuardhana Annisa Nurbaiti Jurnal Riset Akuntansi Kontempor (JRAK) Volume 9, No 2, 2017	Intangible Asset, Profitabilitas, dan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan	<p>Variabel Y : Nilai Perusahaan $Tobiq's Q = \frac{MVs + D}{TA}$</p> <p>Variabel X1 : Intangible Asset $IC = \overline{VACA} + \overline{VAHU} + \overline{STVA}$</p> <p>Variabel X2 : $ROE = \frac{EAT}{Total\ equity}$</p> <p>variabel X3: Sustainability Report menggunakan indikator GRI, terdapat 91</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan <i>intangible asset</i>, profitabilitas, dan <i>sustainability report</i> secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial <i>intangible asset</i> berpengaruh signifikan negatif dan profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.</p>
			<p>indikator untuk mendapatkan nilai sustainability.</p>	

3.	<p>Bambang Sudiyatno , Elen Puspitasari , Titiék Suwarti , dan Maulana Muhammad Asyif</p> <p>Journal of Asian Finance, Economics and Business Vol 7 No 11 (2020) 769–778</p>	<p>Determinants of Firm Value and Profitability: Evidence from Indonesia</p>	<p>Variabel Y Nilai Perusahaan</p> $PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku}}$ <p>Variabel X1 Managerial Ownership (MO)</p> $\frac{\text{Share ownership of the Board of Director} + \text{Management} + \text{Commissioner}}{\text{Total of shares outstanding}}$ <p>Variabel X2 Profitabilitas</p> $ROE = \frac{\text{EAT}}{\text{Total Equity}}$ <p>variabel X3 Capital structure</p> $DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Ekuitas}}$ <p>Variabel X4 (Ln x Total Asset)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas, sedangkan struktur modal tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Struktur modal dan kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p>
4.	<p>Cristofel dan Kurniawat</p> <p>Jurnal Akuntansi Bisnis Vol.14 (No.1) : Hal.1 –12 Th. 2021</p>	<p>Pengaruh Enterprise Risk Management, Corporate Social Responsibility dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan</p>	<p>Variabel Y : Nilai Prusahaan</p> $Tobin's Q = \frac{M + D}{TA}$ <p>Variabel X₁ : Enterprise Risk Management (ERM)</p> $ERMDI = \frac{\sum ij Ditem}{\sum ij ADitem}$ <p>Variabel X₂ : Corporate Social Responsibility (CSR)</p>	<p>Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Enterprise Risk Management (ERM), menunjukkan hasil negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan institusional juga</p>

			$CSRDIj = nj$ <p>Variabel X_3 :</p> <p>Kepemilikan Institusional (KI)</p> $\text{Kepemilikan Institusional} = \frac{\text{Kepemilikan Saham Institusional}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$	memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
6.	Sunitha Devi, I Gusti Nyoman Budiasih, dan I Dewa Nyoman Badera Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia Volume 14 Nomor 1, 2017	Pengaruh Enterprise Risk Management, dan pengungkapan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan	<p>Variabel Y : Nilai Perusahaan</p> $ROA = \frac{EAT}{\text{Total Aset}}$ <p>Variabel X_1 : Enterprise Risk Management (ERM)</p> $ERMDI = \frac{\sum ij \text{ Ditem}}{\sum ij \text{ ADitem}}$ <p>Variabel X_2 :</p> <p>Intellectual Capital IC disclosure sesuai dengan dimensi Indeks ini terdiri dari 81 item.</p>	Hasil penelitian membuktikan bahwa pengungkapan ERM, dan pengungkapan IC berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan.
7.	Cahyani Nuswandari, Sunarto Sunarto, Afifatul Jannah Advances in Economics, Business and Management Research, volume 86, 2018	Corporate Social Responsibility Moderated the Effect of Liquidity and Profitability on the Firm Value	<p>Variabel Y : Nilai Perusahaan</p> $ROA = \frac{EAT}{\text{Total Aset}}$ <p>Variabel X_1 : Liquidity Current ratio = (Aktiva lancar : utang lancar) x 100%</p> <p>Variabel X_2: profitability</p> $ROA = \frac{EAT}{\text{Total Aset}}$	Hasil studi menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan; sedangkan profitabilitas tidak mempengaruhi nilai perusahaan; dan CSR memiliki berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. CSR tidak memiliki fungsi untuk memoderasi pengaruh

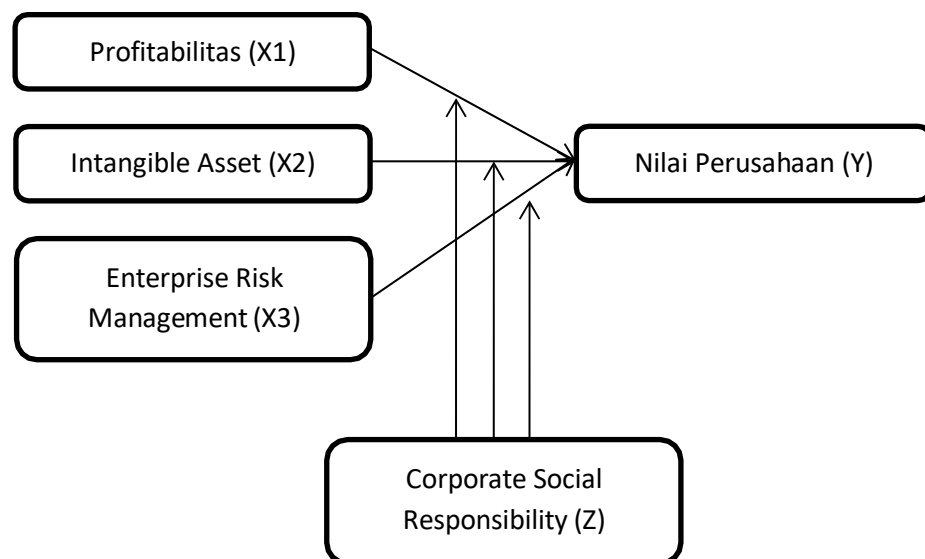
			<p>Variabel Z :</p> <p>CSR diukur dari indeks pengungkapan . indeks pengungkapan yang dihitung dari rasio antara total kategori yang diungkapkan oleh perusahaan menjadi 78 item dari penyingkapan.</p>	<p>likuiditas terhadap nilai perusahaan, tapi terbukti memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.</p>
10.	<p>Margarita Ekadjaja Agustin Ekadjaja Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 13, No.1, 2018</p>	<p>Pengaruh Intellectual Capital, Perubahan Cash Flow, dan Liquidity Terhadap Value of the Firm dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderating</p>	<p>Variabel Y Nilai Perusahaan $PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku}}$</p> <p>Variabel X1 intellectual capital $IC = VACA + VAHU + STVA$</p> <p>Variabel X2 liquidity Current ratio = $(\text{Aktiva lancar} : \text{utang lancar}) \times 100\%$</p> <p>Variabel X3 cash flow Kas Masuk Bersih = Earning after tax (EAT) + Penyusutan.</p> <p>Variabel Z : CSR diukur dari indeks pengungkapan . indeks pengungkapan yang</p>	<p>Hasil penelitian berdasarkan pengujian ketiga variabel bebas (intellectual capital, perubahan cash flow, dan likuiditas) serta variabel moderasi (CSR) yang dilakukan secara bersama-sama untuk tahun 2014-2015 menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dan berhasil memoderasi hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.</p>

			dihitung dari rasio antara total kategori yang diungkapkan oleh perusahaan menjadi 78 item dari penyingkapan	
--	--	--	--	--

Sumber: Data diolah (2022)

2.8 Kerangka Pikiran

Gambar 2.1 Kerangka Pikiran



Sumber: Data diolah (2022)

2.9 Pengembangan Hipotesis

2.9.1 Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi investor dimana kemampuan tersebut akan menentukan seberapa baik perusahaan di mata investor dari segi keuangannya. Pertumbuhan profitabilitas dari setiap periode dianggap sebagai sinyal positif oleh investor terkait kinerja perusahaan yang semakin baik dan prospek usaha yang semakin menjanjikan di masa depan sehingga dapat meningkatkan nilai

perusahaan. Teori sinyal yang menyatakan bahwa peningkatan profitabilitas yang tercantum dalam laporan keuangan merupakan upaya memberikan sinyal positif kepada investor berkaitan dengan kinerja perusahaan dan pertumbuhan prospek usaha di masa mendatang (Rizqia dkk., 2013). Upaya tersebut dapat membangun sentimen positif dari investor sehingga berdampak terhadap kenaikan harga saham di pasar modal. Peningkatan harga saham dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1 : Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

2.9.2 Pengaruh Intellectual Capital terhadap terhadap nilai perusahaan

Intellectual capital merupakan aset tidak berwujud yang mempunyai value yang tinggi dan menjadi aset yang vital bagi perusahaana, karena intellectual capital disclosure dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan menciptakan nilai perusahaan. Peningkatan Intellectual capital disclosure yang dipublikasikan didalam annual report memberikan informasi yang kredibel dan menguntungkan bagi para investor dalam mengambil keputusan. Informasi intellectual capital (Orens, Aerts, & Lybaert, 2009).

Semakin tinggi jumlah intellectual capital yang diungkapkan maka semakin tinggi nilai perusahaan karena investor dapat menangkap sinyal yang diberikan oleh perusahaan melalui intellectual capital dan menggunakan informasi tersebut dalam analisa pembuatan kebijakan investasi. Informasi yang disampaikan perusahaan melalui intellectual capital dapat mengurangi asimetri informasi, semakin banyak mengungkapkan intellectual capital maka akan semakin mempermudah investor mengetahui prospek kinerja perusahaan secara keseluruhan (Jacub, 2012). Dengan demikian, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H2 : Intellectual capital berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan.

2.9.3 Pengaruh Enterprise Risk Management Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut teori sinyal pengungkapan enterprise risk management sebagai informasi non keuangan mampu menjadi sinyal positif bagi investor terkait keamanan dana yang diinvestasikan. Semakin tinggi informasi yang disampaikan perusahaan maka investor akan semakin yakin akan keamanan dana yang diinvestasikan. Investor

melihat pengungkapan *Entreprise risk management* merupakan sinyal positif karena melalui informasi *entreprise risk management* maka investor dapat menilai prospek perusahaan. Kesejahteraan investor akan tercapai jika investor melakukan investasi pada perusahaan yang mampu meraih *performance* yang tinggi karena *performance* yang tinggi akan meningkatkan nilai suatu perusahaan (Hoyt & Liebenberg,(2011) dalam Rivandi(2018)). Maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi perusahaan mengungkapkan *Entreprise risk management* maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H3: *Entreprise risk management* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.9.4 Corporate Social Responsibility Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan lebih aktif dalam mengungkapkan informasi kegiatan *CSR* sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder* (Mahendra,2018). Perusahaan harus memenuhi tanggung jawab tersebut agar *stakeholder* mendukung setiap kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas, maka semakin tinggi pula kedudukan nilai perusahaan di mata investor. Teori sinyal menekankan bahwa perusahaan dapat mengirimkan sinyal kepada pihak eksternal melalui pelaporan informasi terkait kinerja perusahaan untuk meminimalisir ketidakpastian akan prospek perusahaan di masa mendatang dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas, maka semakin tinggi pula kedudukan nilai perusahaan di mata investor. Pelaporan informasi terkait peningkatan profitabilitas dan pengungkapan *CSR* yang lebih luas akan memberikan dampak pada kualitas laporan keuangan perusahaan, dimana laporan tersebut sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan berinvestasi bagi investor. Kedua informasi tersebut dapat menggambarkan prospek bisnis yang baik di masa depan sehingga akan ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif dimana berdampak pada meningkatnya harga saham dan nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H4: Corporate Social Responsibility mampu memoderasi pengaruh

profitabilitas terhadap nilai perusahaan

2.9.5 Corporate Social Responsibility Memoderasi Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut telah melakukan tanggung jawabnya pada aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi. Dengan demikian dapat dikatakan perusahaan telah memperhatikan kesejahteraan karyawan. Dengan terpenuhinya kesejahteraan karyawan maka karyawan dapat bekerja dengan lebih baik serta dapat melakukan inovasi untuk perusahaan. Dalam hal tersebut, perusahaan dinilai mampu menggunakan dan mengelola dengan baik pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan. Perusahaan yang mengungkapkan CSR dapat diartikan bahwa perusahaan membangun hubungan dengan pihak eksternal, misalnya masyarakat. Dengan terjalin baiknya hubungan antara pihak eksternal dengan perusahaan maka dapat menaikkan citra perusahaan yang dapat mempengaruhi kenaikan nilai perusahaan.

Tanpa adanya tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat tidak akan menjadikan Intellectual capital memiliki peranan penting dalam menciptakan nilai perusahaan yang tercermin melalui harga saham perusahaan tersebut (Yunita, 2017). Pengungkapan tanggung jawab sosial dan Intellectual capital tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik, yang akan direpon positif oleh pasar. Sinyal positif dari sebuah perusahaan atau investor diharapkan mendapatkan respon positif pula dipasar saham, hal tersebut dapat memberikan keuntungan yang kompetitif bagi perusahaan, serta dapat memberikan nilai yang tinggi untuk perusahaan tersebut (Lestari dan Sapitri, 2016). Dengan demikian, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H5: Corporate social responsibility mampu memoderasi pengaruh intellectual capital terhadap nilai perusahaan

2.9.6 Corporate Social Responsibility Memoderasi Pengaruh Enterprise Risk Management Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut teori sinyal pengungkapan corporate social responsibility dan juga

Enterprise Risk Management yang baik dapat menjadi sinyal positif terhadap investor, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan harga saham yang berakibat nilai perusahaan juga ikut naik. Dalam berinvestasi, investor pasti akan memahami risiko yang dihadapi perusahaan serta bagaimana perusahaan tersebut dapat memaksimalkan tanggungjawabnya (Florio & Leoni, 2017). Berdasarkan asumsi ini, dapat dikatakan apabila perusahaan mampu melakukan penerapan Enterprise Risk Management dengan baik dan ditunjang dengan tanggungjawab perusahaan kepada masyarakat yang baik, maka hal tersebut mampu meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H6 : Corporate social responsibility mampu memoderasi pengaruh enterprise risk management terhadap nilai perusahaan