

SKRIPSI

PENGARUH MANAJEMEN RISIKO PERUSAHAAN, *LEVERAGE*, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

(Studi pada Perusahaan Subsektor Tekstil dan Garmen yang
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)

BATARA INDRA PATANDUK
A031201142



DEPARTEMEN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024



Optimized using
trial version
www.balesio.com

SKRIPSI

PENGARUH MANAJEMEN RISIKO PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

**(Studi pada Perusahaan Subsektor Tekstil dan Garmen yang
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)**

sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

disusun dan diajukan oleh

**BATARA INDRA PATANDUK
A031201142**



kepada

**DEPARTEMEN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**



Optimized using
trial version
www.balesio.com

SKRIPSI

PENGARUH MANAJEMEN RISIKO PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

(Studi pada Perusahaan Subsektor Tekstil dan Garmen yang
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)

disusun dan diajukan oleh

BATARA INDRA PATANDUK
A031201142

telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, 22 Juli 2024

Pembimbing Utama

Dr. Ratna Ayu Damayanti, S.E., M.Soc, Sc
NIP 19670319 199203 2 003

Pembimbing Pendamping

Asharin Juwita Purisamya, S.E., M.Sc.
NIP 19910904 201904 4 001

Ketua Departemen Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. Syarifuddin Rasyid, S.E., M.Si., Ak., ACPA
NIP 19650307 199403 1 003



SKRIPSI

PENGARUH MANAJEMEN RISIKO PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

(Studi pada Perusahaan Subsektor Tekstil dan Garmen yang
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)

disusun dan diajukan oleh

BATARA INDRA PATANDUK
A031201142

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal 8 Agustus 2024 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui
Panitia Penguji

No	Nama Penilai	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Ratna Ayu Damayanti, S.E., M.Soc, Sc	Ketua	1. 
2.	Asharin Juwita Purisamy, S.E., M.Sc.	Sekretaris	2. 
3.	Prof. Dr. Hj. Nirwana, S.E., M.Si., Ak., CA., CRA., CRP	Anggota	3. 
4.	Drs. H. Abdul Rahman, Ak., MM	Anggota	4. 

Ketua Departemen Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. Syarifuddin Rasyid, S.E., M.Si., Ak., ACPA
NIP 19650307 199403 1 003



PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Batara Indra Patanduk
NIM : A031201142
Departemen/program studi : Akuntansi/Strata 1

dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH MANAJEMEN RISIKO PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan Subsektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)

adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atau perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Makassar, 22 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Batara Indra Patanduk



PRAKATA

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah Tritunggal Bapa, Putra, dan Roh kudus atas kasih karunia dan berkat-Nya serta penyertaan Bunda Maria sehingga peneliti peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Manajemen Risiko Perusahaan, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan”. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Strata Satu Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti sadar dengan sangat bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, besar harapan dari peneliti agar kiranya saran dan masukan yang bersifat membangun dan positif terhadap skripsi ini guna menunjang manfaat yang diharapkan dalam skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai tidak lepas dari segala bentuk dukungan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua peneliti, bapak Leo Badeng Patanduk, S.E., dan ibu Septy S.P., serta saudara dari peneliti Tio Julian Patanduk, Dwi Wulansari Patanduk, dan seluruh keluarga besar peneliti yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi kepada peneliti.
2. Bapak Dr. Syarifuddin Rasyid, S.E., M.Si., Ak., ACPA selaku Ketua Departemen Akuntansi dan Dr. Darmawati, S.E., Ak., M.Si., CA., Asean CPA selaku Sekretaris Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.



3. Bapak Drs. H. Abdul Rahman, Ak., MM selaku dosen Penasehat Akademik peneliti yang selalu membantu segala urusan selama proses menjalani perkuliahan.
4. Ibu Dr. Ratna Ayu Damayanti, S.E., M.Soc, Sc selaku dosen pembimbing I dan Ibu Asharin Juwita Purisamya, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing II yang tidak pernah menyerah dalam membimbing peneliti dan selalu memberikan saran serta masukan membangun agar bisa menyelesaikan skripsi hingga selesai.
5. Ibu/Bapak dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin atas ilmu pengetahuan dan pengalaman yang telah diberikan selama peneliti menempuh Pendidikan di Universitas Hasanuddin.
6. Seluruh Pegawai dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin atas bantuan yang diberikan kepada peneliti.
7. Teman-Teman CIRCLE HALAL yaitu Yohanis, Marco, Kenzy, Rizal, Danti, Ainun, Kevin Talebong, Tina, Tirta, Kevin PS, Jayanto, Indah. Terimakasih atas dukungan, masukan, serta suka duka selama berkuliah di Universitas Hasanuddin.
8. Sahabat baik sejak SMA (Wulan dan Yosep) yang tidak bosan selalu memberikan motivasi dan dukungan selama menjalani perkuliahan demi menggapai gelar sarjana.
9. Sahabat baik semenjak Kuliah (Reylita, Rahmat, Ashernov, Megan, Nadila, Anas, Fany, Randy, Cabe, Krisma, Stefany, Leony) yang tidak bosan memberikan motivasi selama menjalani pendidikan khususnya di bangku perkuliahan.



10. Rekan-rekan akuntansi (Sukwan, Nalpa, MedyIn, Alifia, Rina, Utari, Elza, Patricia, Dzul, Shintya, Onel, Fathur). Terimakasih kebersamaannya selama berkuliah di Universitas Hasanuddin.
11. Keluarga Besar Mahasiswa Katolik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah menjadi keluarga kedua bagi peneliti selama berkuliah di Universitas Hasanuddin.
12. Teman-teman Inzonation20, terimakasih atas cerita dan pengalamannya selama berkuliah.
13. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan serta dukungan baik moril maupun materil selama proses perkuliahan di Universitas Hasanuddin terlebih dalam proses penyusunan skripsi ini.

Makassar, 22 Juli 2024

Batara Indra Patanduk



ABSTRAK

**PENGARUH MANAJEMEN RISIKO PERUSAHAAN, LEVERAGE,
DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi pada Perusahaan Subsektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di
Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)**

***THE EFFECT OF ENTERPRISE RISK MANAGEMENT, LEVERAGE,
AND FIRM SIZE ON FIRM
(Study on Textile and Garment Subsector Companies Listed on the
Indonesia Stock Exchange in 2015-2019)***

Batara Indra Patanduk
Ratna Ayu Damayanti
Asharin Juwita Purisamya

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh manajemen risiko perusahaan, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, baik secara parsial maupun simultan dengan subjek penelitian perusahaan subsektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sumber data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS Versi 26. Jumlah populasi yang menjadi subjek sebanyak 17 perusahaan dan sampel sebanyak 6 perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial manajemen risiko perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan secara simultan, manajemen risiko perusahaan, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: nilai perusahaan, manajemen risiko perusahaan, *leverage*, ukuran perusahaan

The purpose of this study was to test and analyze the effect of corporate risk management, leverage, and company size on firm value, both partially and simultaneously with the research subject of textile and garment subsector companies listed on the Indonesia Stock Exchange. This research uses quantitative methods with secondary data sources. The data analysis technique used is multiple linear regression using the SPSS Version 26 application. The total population that became the subject was 17 companies and a sample of 6 companies. The results of this study indicate that partially corporate risk management has a positive and significant effect on firm value. Leverage has a negative and significant effect on firm value. Company size has a positive and significant effect on firm value. While simultaneously, corporate risk management, leverage, and company size have a significant effect on firm value.

Keywords: corporate value, enterprise risk management, leverage, firm size



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA	vi
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Manfaat Penelitian	10
1.4 Ruang Lingkup Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Teori Sinyal (<i>Signalling Theory</i>)	13
2.1.2 Nilai Perusahaan	14
2.1.3 Manajemen Risiko Perusahaan	16
2.1.4 <i>Leverage</i>	18
2.1.5 Ukuran Perusahaan.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Konseptual.....	23
2.4 Hipotesis Penelitian	24
2.4.1 Pengaruh Manajemen Risiko Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	24
2.4.2 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan	25
2.4.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.....	27
2.4.4 Pengaruh manajemen risiko perusahaan, <i>leverage</i> , dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan secara simultan	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Rancangan Penelitian.....	30
3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian	30
3.3 Populasi dan Sampel.....	31
3.3.1 Populasi.....	31
3.3.2 Sampel	31
3.4 Jenis dan Sumber Data	32
3.4.1 Jenis Data.....	32
3.4.2 Sumber Data	33
Teknik Pengumpulan Data	33
Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	33



3.6.1	Variabel Penelitian	33
3.6.2	Definisi Operasional.....	34
3.7	Teknik Analisis Data.....	35
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif	35
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	36
3.7.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
3.7.4	Uji Hipotesis.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		40
4.1	Deskripsi Data	40
4.2	Analisis Statistik Deskriptif	40
4.3	Uji asumsi klasik	41
4.3.1	Uji Normalitas	41
4.3.2	Uji Multikolinearitas.....	42
4.3.3	Uji autokorelasi	43
4.3.4	Uji Heteroskedastisitas	43
4.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
4.5	Uji Hipotesis.....	46
4.5.1	Uji Signifikan Parsial (Uji T).....	46
4.5.2	Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	48
4.5.3	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	48
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	49
4.6.1	Pengaruh Manajemen Risiko Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	50
4.6.2	Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan	51
4.6.3	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.....	52
4.6.4	Pengaruh Manajemen Risiko Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan secara simultan.....	53
BAB V PENUTUP		54
5.1	Kesimpulan.....	54
5.2	Saran.....	55
5.3	Keterbatasan penelitian	56
DAFTAR PUSTAKA		57
LAMPIRAN		63



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. 1 Harga Saham Perusahaan Manufaktur Periode 2015-2019	5
3. 1 Kriteria Pemilihan Sampel.....	32
3. 2 Daftar Sampel Perusahaan Subsektor Tekstil dan Garmen.....	32
4. 1 Analisis Statistik Deskriptif	40
4. 2 Uji Normalitas	41
4. 3 Uji Multikolinearitas	42
4. 4 Uji Autokorelasi	43
4. 5 Uji Heteroskedastisitas.....	44
4. 6 Analisis Linear Berganda	45
4. 7 Uji Signifikan Parsial	47
4. 8 Uji Signifikan Simultan	48
4. 9 Uji Koefisien Determinasi.....	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2. 1 Kerangka Konseptual.....	24



DAFTAR LAMPIRAN

lampiran	Halaman
1. 1 Biodata Penulis	64
1. 2 Data Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen	65
1. 3 Hasil SPSS 26	66



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu kepentingan yang mendasar dari pembentukan perusahaan yaitu untuk mendapatkan keuntungan atau laba semaksimal mungkin demi kesejahteraan bagi para pemegang saham. Setiap perusahaan tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya pihak yang membantu dalam hal pendanaan. Pendanaan yang telah diberikan akan menjadi kompensasi dan harapan dari investor maupun kreditur di masa yang akan datang. Sebagai hal utama yang akan dilakukan oleh investor maupun kreditur sebelum melakukan investasi dan kredit ialah melakukan analisis laporan keuangan perusahaan. Hal itu ditujukan agar memudahkan dalam mengukur nilai perusahaan apakah perusahaan mampu memberikan kompensasi dari investasi modal yang telah dilakukan sebelumnya (Pratiwi dan Ibrahim, 2017).

Sektor industri yang memiliki peranan cukup signifikan terhadap perekonomian Indonesia adalah subsektor tekstil dan garmen. Industri ini merupakan bagian dari perusahaan manufaktur terbesar ketiga di Indonesia dan menjadi sektor yang paling banyak dalam menyerap tenaga kerja (Santini dan Baskara, 2018). Subsektor tekstil dan garmen menjadi salah satu jenis industri sekunder bagi masyarakat, karena subsektor tersebut menghasilkan kebutuhan sandang bagi kebutuhan sehari-hari. Selain kebutuhan ragam *fashion* yang terus berkembang, jumlah penduduk Indonesia yang cukup besar menjadi beberapa faktor bagi tumbuh-kembangnya industri ini. Menurut Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API), Indonesia menjadi salah satu pasar produksi

untuk merek *fashion* dunia dan termasuk kedalam kategori 10 besar eksportir tekstil dan garmen terbaik (Efendy dan Ngatno, 2018). Namun



menurut Riantani dkk., (2020), subsektor tekstil dan garmen mengalami penurunan kinerja beberapa tahun terakhir akibat rendahnya tingkat kompetensi sektor industri tekstil dan produksi tekstil (TPT) Indonesia.

Pada tahun 2016 hingga 2019, harga saham sejumlah perusahaan subsektor tekstil dan garmen mengalami penurunan karena adanya penutupan beberapa pabrik (Sari dan Satriawan, 2022). Dari total 19 perusahaan tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI, terdapat 9 saham yang menunjukkan imbal hasil negatif atau mengalami kondisi penurunan yang drastis hingga lebih dari 50%. Salah satu dampak yang terkena akan masalah ini adalah sektor ketenagakerjaan, yang membuat ribuan pekerja menerima pemutusan hubungan kerja (PHK) setelah pabrik tidak beroperasi. PT Asia Pacific Fibers Tbk. (POLY) menjadi peringkat pertama yang menduduki penurunan harga saham yang drastis hingga 54,42%. PT Asia Pacific Investama Tbk. (MYTX) mencatat pembukuan kerugian sebesar Rp 134,37 miliar yang dimana nilai ini mengalami penurunan 29,76% secara tahunan (YoY) dibandingkan dengan kerugian periode yang sama dengan tahun sebelumnya yaitu sebesar Rp 191,3 miliar.

Perusahaan yang juga mengalami kondisi penurunan yang drastis yaitu POLY dan ARGO yang awalnya telah memperoleh keuntungan pada semester I-2018, pada pertengahan tahun mengalami kerugian masing-masing 54,36% YoY dan 42,47 YoY. Selain itu, perusahaan tekstil dan garmen yang bukan perusahaan publik adalah PT Delta Merlin Dunia *Textile* (Dunialex) juga dilanda isu mengalami gagal bayar. Perusahaan ini tidak mampu membayar atas kupon surat utang global sebesar US\$ 300 juta dengan tingkat bunga 8,625% serta biaya atas pokok utang dan bunga dari pinjaman sindikasi sebesar US\$79 juta (Anjani, 2021). Selain itu



un 2020 IHSG sektor manufaktur mengalami penurunan ke posisi 45,3 | sebelumnya 51,9. Aktivitas ini mengakibatkan penurunan permintaan

yang mendorong perusahaan untuk mengurangi aset dalam pembelian barang modal. Dengan ini sektor manufaktur mengalami pertumbuhan negatif pada akhir 2020 dengan penurunan 3,1 persen sebagai dampak dari pandemi *Covid-19* dan salah satu perusahaan manufaktur yang terkena dampaknya adalah subsektor tekstil dan garmen (Jati dan Jannah, 2022). Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API) memproyeksikan bahwa hambatan besar akan dihadapi industri tekstil dan produk tekstil (TPT) Indonesia hingga akhir tahun 2024. Ini menggambarkan meskipun kebutuhan akan pakaian terus meningkat namun perusahaan subsektor tekstil dan garmen terus mengalami penurunan kinerja. Hal ini disebabkan oleh tingginya barang impor yang masuk dibandingkan dengan jumlah barang ekspor yang keluar (Ardi dkk., 2020).

Kondisi ekonomi saat ini telah menyebabkan persaingan di antara bisnis di sektor industri. Kondisi persaingan usaha ini membuat manajer perusahaan harus mampu mengelola keuangan dengan benar dan seefisien mungkin. Kondisi ini akan membuat perusahaan dalam kondisi yang tidak pasti yang nantinya akan mempengaruhi setiap keputusan dan perencanaan pada tujuan jangka pendek dan jangka panjang perusahaan.

Tujuan jangka pendek perusahaan yaitu untuk memperoleh laba semaksimal mungkin dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Sementara tujuan jangka panjang dari perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan untuk mensejahterakan para pemegang saham. Karena nilai perusahaan berorientasi pada tujuan jangka panjang, maka dalam pengambilan keputusan atau kebijakan perusahaan harus mempertimbangkan aspek lingkungan sekitar perusahaan baik mikro maupun makroekonomi (Ambarwati dkk., 2021).



Menurut Kurniasih (2022) memaksimalkan nilai perusahaan adalah salah satu tujuan utama bagi setiap perusahaan dan bagi para pemegang saham. Nilai Perusahaan menjadi hal yang penting sehingga setiap perusahaan berusaha dalam mencapai target laba atau keuntungan sebesar-besarnya agar nilai perusahaan yang dihasilkan dapat meningkat. Hal ini juga akan menjadi gambaran bagi perusahaan apabila kekayaan pemegang saham meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat yang dapat dilihat dari harga sahamnya. Dengan kata lain, semakin tinggi harga saham maka semakin besar kemakmuran yang dirasakan para pemegang saham (Suastini dkk., 2016).

Salah satu yang menjadi aspek penilaian dari seorang investor dalam melakukan investasi adalah kinerja keuangan perusahaan. Pada umumnya, semakin baik kinerja keuangan perusahaan maka permintaan saham perusahaan akan meningkat, sehingga dapat meningkatkan harga saham perusahaan. Perkiraan untuk mengetahui fluktuasi harga saham sebagai dampak dari kinerja keuangan perusahaan. Seorang investor sebelum melakukan investasi perlu melakukan analisis sebelum memutuskan apakah akan membeli, menahan, atau menjual saham. (Rutin dkk., 2019)

Fenomena naik turunnya harga saham di pasar saham menjadi suatu hal menarik untuk diteliti. Pada tahun 2015 dan 2019, pasar saham mengalami kenaikan dan penurunan harga saham perusahaan manufaktur berdasarkan harga saham perusahaan manufaktur yang diambil dari situs web Bursa Efek Indonesia. Berikut tabel rata-rata harga saham perusahaan manufaktur periode 2015-2019.



Tabel 1. 1 Harga Saham Perusahaan Manufaktur Periode 2015-2019

No.	Tahun	Harga Saham
1	2015	5,678
2	2016	5,464
3	2017	5,898
4	2018	6,194
5	2019	6,300

Sumber: www.idx.co.id dan harga saham dunia-investasi

Perusahaan yang telah *go public* atau telah menawarkan saham ke publik maka nilai perusahaan diartikan sebagai persepsi seorang investor terhadap perusahaan itu sendiri. Investor dapat memprediksi nilai perusahaan sebagai dasar dalam melihat kerja perusahaan di masa akan datang dengan harga saham yang beredar. Investor akan memperoleh keuntungan apabila harga saham tinggi. Harga saham yang tinggi akan membuat ketertarikan investor semakin besar, karena nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan tingkat kemakmuran para pemegang saham dalam suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat rasa percaya investor akan semakin meningkat, baik itu kinerja perusahaan saat ini maupun dimasa yang akan datang (Sintyana dan Arini, 2019). Nilai perusahaan dapat dipengaruhi beberapa faktor. Adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu manajemen risiko perusahaan, *leverage*, dan ukuran perusahaan.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah manajemen risiko perusahaan. Risiko merupakan ketidakmungkinan timbulnya kerugian yang menunjukkan kondisi perusahaan dalam kondisi yang tidak pasti (Herdratni dan Renosari 2020). Dengan manajemen risiko perusahaan bisa menentukan

dalam mengidentifikasi dan memitigasi risiko yang mungkin akan terjadi yang akan mendatang secara terintegrasi. Perusahaan yang memiliki



pengelolaan risiko yang terpadu akan memberikan dampak positif terhadap persepsi dari perilaku pasar. Pihak investor sebagai bagian dari pelaku pasar yang membutuhkan informasi mengenai risiko perusahaan memitigasi risiko yang akan dihadapi perusahaan di masa yang akan datang dan investor akan mendapatkan gambaran akan kemana dana yang telah diinvestasikan (Cristofel dan Kurniawati, 2021).

Penelitian terdahulu yang dilakukan Milawati (2019), menyatakan bahwa manajemen risiko berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan dapat meningkat dengan mengelola risiko yang dihadapi perusahaan, selain itu perusahaan dapat meningkat dengan menggunakan sistem kontrol yang relevan, mengevaluasi setiap prospek kerja yang dijalankan perusahaan. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iswajuni dkk., (2018) yang menyatakan bahwa *Enterprise Risk Management* (ERM) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang bisa dilihat dengan adanya pengelolaan risiko yang lebih baik maka perusahaan akan meningkatkan kepercayaan investor. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Aditya dan Naomi (2017) menyatakan bahwa variabel manajemen risiko perusahaan (ERM) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan di konstruksi dan properti.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*. *Leverage* adalah rasio keuangan solvabilitas yang mengukur seberapa banyak modal perusahaan yang dibiayai menggunakan utang (Rivandi dan Petra, 2022). Menurut Hasibuan dkk., (2016), *leverage* timbul dikarenakan perusahaan ingin memenuhi kebutuhan sehari-harinya untuk beroperasi yang menggunakan aktiva per dana yang menimbulkan beban tetap yang berupa biaya penyusutan



dari aktiva tetap, dan biaya bunga dari utang dan juga dapat meningkatkan return atau penghasilan bagi perusahaan atau pemegang saham.

Penelitian Sholichah dan Andayani (2015) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang ditandai dengan nilai koefisien positif. Ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Praptoyo (2022). Akan tetapi, hal ini tidak sejalan dengan penelitian Dina dan Wahyuningtyas (2022) dan Tandrio dan Handoyo (2023) mendapatkan temuan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi memiliki risiko investasi yang lebih besar. Dengan risiko yang besar membuat para investor memiliki kecenderungan untuk tidak menanamkan modalnya sehingga akan berakibat pada penurunan nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan berkaitan erat dengan keputusan pendanaan yang diterapkan perusahaan dalam mengoptimalkan nilai perusahaan (Suwardika dan Mustanda, 2017). Menurut Dewintari dkk., (2019) Ukuran perusahaan dapat menjadi gambaran investor dalam melihat tingkat rasio suatu investasi atau besaran investasi. Ukuran perusahaan akan menjadi cerminan bahwa perusahaan sedang dalam masa pertumbuhan yang baik sehingga nilai perusahaannya cenderung tinggi. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan tingginya total aset dibandingkan dengan jumlah utang perusahaan sehingga kapitalisasi pasar makin dikenal dan perusahaan akan lebih dikenal oleh masyarakat. Kondisi ini akan membuat perusahaan akan dalam kondisi yang stabil sehingga cenderung banyak investor akan menaruh perhatiannya pada perusahaan yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan (Dewintari dkk.,



Penelitian oleh Pratama dan Wiksuana (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewantari dkk., (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya apabila ukuran perusahaan meningkat maka perusahaan memiliki kecenderungan untuk menarik lebih banyak investor karena perusahaan cenderung dalam kondisi yang stabil. Akan tetapi, berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Prastuti dan Sudiarthsa (2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dimana jumlah aset yang besar mempermudah dalam masalah pendanaan pasar modal, namun semakin besar aset akan menurunkan nilai perusahaan dikarenakan perputaran aset yang lama.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Kurniasih (2022) yang berjudul “Pengaruh Manajemen Risiko Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan”. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah manajemen risiko perusahaan yang diukur dengan beban operasional terhadap pendapatan operasional (BOPO), dan ukuran perusahaan yang diukur dengan *Log Natural* dari total aset sebagai variabel independen serta nilai perusahaan menggunakan proksi *Tobin's q* sebagai variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan satu teori yaitu, teori sinyal yang memberikan isyarat atas suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan dalam memberi petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan.



Penelitian yang menjadi replika dalam penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan dan menjadi saran untuk penelitian selanjutnya yaitu adanya variabel yang tidak berpengaruh, sehingga masih terdapat banyaknya variabel lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Oleh karena itu, penulis ingin meneliti kembali mengenai beberapa variabel yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan menambahkan *leverage* sebagai variabel independen. Variabel *leverage* tersebut kemudian diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER). Keterbatasan lainnya dari penelitian sebelumnya adalah sektor pengamatan yang hanya dilakukan pada sektor pertambangan yang dimana masih banyak sektor-sektor yang bisa dilakukan penelitian.

Penelitian ini dilakukan hanya mengamati sampai tahun 2019 karena adanya ketidaknormalan data karena adanya pandemi *Covid-19* di tahun 2020 dan 2021. Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah perusahaan subsektor tekstil dan garmen yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI). Pemilihan perusahaan sub sektor tekstil dan garmen karena perusahaan tersebut memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia khususnya dalam penerapan tenaga kerja yang menempati urutan ketiga serta makin tingginya kebutuhan pakaian jadi dikarenakan jumlah penduduk semakin bertambah.

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk meneliti bagaimana nilai perusahaan berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhinya khususnya perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan judul **“Pengaruh Manajemen Risiko Perusahaan, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Subsektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2019)”**.



1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut.

1. Apakah manajemen risiko perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah manajemen risiko perusahaan, *Leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah penelitian, Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut.

1. Menguji dan menganalisis pengaruh manajemen risiko perusahaan terhadap nilai perusahaan.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh manajemen risiko perusahaan, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adanya suatu penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat terutama ang ilmu yang diteliti. Kegunaan yang akan diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut.



1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama pada bidang akuntansi keuangan dan bisnis terkait manajemen risiko perusahaan, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan khususnya yang bergerak pada industri manufaktur. Hasil penelitian ini pula berguna sebagai rujukan bagi penelitian sejenis berikutnya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Peneliti, sebagai bentuk penerapan teori berkenaan dengan manajemen risiko perusahaan yang telah diperoleh selama perkuliahan dan membandingkannya dengan realitas yang terjadi
- b. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran manajemen risiko perusahaan, *leverage*, ukuran perusahaan, dan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan, sehingga dijadikan sebagai pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan strategis terutama dalam penetapan pendanaan perusahaan.
- c. Perusahaan sejenis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi maupun sebagai bahan pembandingan dalam pemecahan masalah terkait kepemilikan perusahaan terhadap nilai perusahaan.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Peneliti membatasi ruang lingkup penelitian dengan maksud agar pembahasan masalah dapat lebih terarah dan mendalam. Sehingga ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut.



1. Data yang dianalisis adalah data 5 tahun terakhir perusahaan yaitu tahun 2015-2019.
2. Pengukuran nilai perusahaan diproksikan dengan *Tobin's q*.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini mengacu pada Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin tahun 2012 yang membaginya dalam lima bab yang sistematis sebagai berikut.

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian serta ruang lingkup penelitian.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan landasan teori yang digunakan sebagai pendukung dalam penelitian beserta dengan penelitian terdahulu, maupun dengan kerangka konseptual; kerangka modal berpikir; dan perumusan hipotesis.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang penjelasan tentang rancangan penelitian, tempat dan waktu, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, Teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, instrumen penelitian, dan analisis data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi gambaran karakteristik masing-masing variabel yang diteliti dan menguraikan hasil pengujian hipotesis.

5. BAB V PENUTUP



berisi kesimpulan dalam hasil penelitian yang dilakukan, saran, dan saran penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Signalling theory pertama kali diperkenalkan oleh Spence di dalam penelitiannya yang berjudul *Job Market Signaling* pada tahun 1973. Di dalam bukunya dijelaskan terdapat dua pihak yang terlibat yaitu, manajemen perusahaan sebagai pengirim sinyal dengan memberikan informasi tentang perusahaan dan investor maupun para calon investor sebagai pihak penerima informasi. Informasi yang telah diberikan oleh perusahaan menjadi sinyal yang nantinya dapat dipergunakan oleh investor dalam mengambil keputusan (Spence, 1973).

Menurut Febryanti dan Amanaha (2023), salah satu informasi yang diterbitkan oleh perusahaan yang dapat menjadi sinyal bagi pihak eksternal terutama investor yaitu laporan tahunan (*annual report*). Informasi dalam laporan tahunan bisa berbentuk informasi akuntansi yaitu informasi mengenai laporan keuangan nonakuntansi yaitu informasi yang tidak ada kaitannya dengan laporan keuangan. Pemberian informasi tahunan ini diharapkan dapat memberikan informasi yang dianggap penting oleh pengguna laporan keuangan.

Perusahaan yang ingin sahamnya dibeli oleh investor tentunya harus mengungkapkan laporan keuangannya secara terbuka dan transparan. Hal ini bertujuan agar investor ingin menanamkan sahamnya pada perusahaan dapat mengetahui kondisi perusahaan yang sebenarnya tanpa adanya informasi yang ditutui dan dimanipulasi. Integritas dari informasi dalam informasi keuangan akan

meningkatkan nilai perusahaan yang nantinya akan memberikan indikator positif yang dapat mempengaruhi pandangan investor, kreditor, dan pihak terkait lainnya.



Hubungan antara teori sinyal dengan penelitian ini adalah nilai perusahaan sering kali dianggap sebagai sinyal atau petunjuk bagi investor dalam menilai kinerja baik buruknya suatu perusahaan. Salah satu penyebabnya yaitu pengelolaan manajemen risiko perusahaan yang dimana manajemen risiko ini menjadi indikator positif dalam melihat keberlanjutan dan ketahanan organisasi terhadap ketidakpastian yang mungkin akan dihadapi oleh perusahaan di masa yang akan datang.

2.1.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai yang dibutuhkan oleh investor dalam mengambil keputusan investasi yang tercermin di dalam harga pasar perusahaan (Utami dan Welas, 2019). Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa yang akan datang. Menurut Kayobi dan Anggraeni (2015), nilai perusahaan yang tinggi akan membuat kemakmuran pemegang saham juga ikut meningkat. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen aset. Nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen dalam mengelola kekayaannya, hal ini dapat dilihat pada kinerja keuangan yang telah diperoleh. Perusahaan akan berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaannya. Peningkatan nilai perusahaan ditandai dengan naiknya harga saham yang beredar di pasar (Putri dan Budiyanto, 2018).

Tujuan jangka panjang perusahaan yang utama adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan inilah yang berfungsi sebagai alat ukur dalam menilai kesuksesan sebuah perusahaan. Nilai perusahaan adalah keadaan



yang mendeskripsikan kepercayaan masyarakat akan perusahaan yang nilai perusahaannya akan meningkat melalui proses kegiatan dalam beberapa periode tertentu.

Perusahaan yang mempunyai prospek di masa depan yang terutama telah *go public*, akan diketahui apabila harga sahamnya tinggi. Peningkatan nilai perusahaan menjadi salah satu indikator pencapaian yang sejalan dengan kepentingan pemegang saham yang merupakan sebuah tanggung jawab dari manajer perusahaan kepada pemegang saham yang telah memberikan kewenangan dan kepercayaan kepada pihak manajer dalam mengelola perusahaan (Mentari dan Idayati, 2021). Menurut Riadi (2017), terdapat lima jenis nilai perusahaan yaitu sebagai berikut.

1. Nilai Nominal

Nilai nominal adalah nilai yang secara formal dicantumkan dalam anggaran dasar suatu perusahaan, yang secara eksplisit tercatat dalam neraca perusahaan dan dijelaskan dengan jelas dalam surat saham kolektif.

2. Nilai Pasar

Nilai pasar atau kurs adalah harga yang terjadi akibat proses tawar-menawar di dalam pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan apabila saham perusahaan dijual dalam pasar saham.

3. Nilai Intrinsik

Nilai intrinsik adalah suatu konsep yang paling abstrak, disebut abstrak sebab nilai ini mengacu pada nilai perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan tidak hanya mencakup nilai dari sekumpulan aset, tetapi lebih kepada penilaian nilai perusahaan sebagai suatu entitas bisnis yang memiliki potensi menghasilkan keuntungan di kemudian hari.

4. Nilai Buku

Nilai buku adalah nilai perusahaan yang didasarkan pada prinsip-prinsip

- i. Pada perhitungan secara sederhana, nilai buku dihitung dengan



membagi selisih antara total aset dengan total utang perusahaan dengan jumlah saham yang beredar.

5. Nilai Likuidasi

Nilai likuidasi adalah nilai dari hasil seluruh penjualan aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Cara menghitung nilai likuidasi hampir serupa dengan perhitungan nilai buku, yaitu berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan dilikuidasi.

Pengukuran nilai perusahaan pada penelitian ini menggunakan rasio *Tobin's q*. *Tobin's q* atau *Q ratio* atau *Q* teori adalah rasio atau teori yang pertama kali diperkenalkan oleh James Tobin pada tahun 1969 (Dewi dkk., 2014). Menurut Putri (2020), *tobin's q* melibatkan seluruh utang, modal saham dan semua aset yang dimiliki. Dengan adanya aset secara keseluruhan, berarti perusahaan tidak hanya berfokus ke satu investor pada wujud saham tetapi demi kreditur dikarenakan anggaran operasional instansi tidak saja hanya dari ekuitas akan tetapi juga dengan memerhatikan utang dari kreditur.

2.1.3 Manajemen Risiko Perusahaan

Risiko adalah kejadian yang tidak pasti di masa depan yang dapat menghalangi perusahaan dalam mencapai tujuannya. Risiko dapat memberikan dampak konsekuensi positif maupun negatif, seperti kerugian atau ketidakpastian dalam mencapai tujuan (Damayanti dkk., 2023). Menurut Kurniawati dan Cristofel (2021), *Enterprise Risk Management* memberikan informasi non keuangan yang memberikan sinyal kepada investor terkait keamanan dana yang diinvestasikan. Investor melihat pengungkapan manajemen risiko sebagai sinyal positif karena investor dapat menilai perusahaan dalam pengungkapan atas pengelolaan risiko

ikukan perusahaan. Selain itu melalui manajemen risiko perusahaan,



investor juga dapat diyakini mengenai kemampuan perusahaan dalam memitigasi risiko-risiko yang dihadapinya.

Terdapat beberapa hal yang kemungkinan akan terjadi apabila manajemen risiko perusahaan tidak tertata dengan baik seperti operasi perusahaan tidak berjalan dengan baik, strategi yang tidak tepat, penurunan daya saing, masalah dalam keuangan, reputasi perusahaan menurun, dan kewajiban kepatuhan perusahaan tidak terpenuhi. Apabila terjadi peningkatan kompleksitas dalam lingkungan bisnis dikarenakan faktor-faktor seperti globalisasi, perkembangan teknologi, perampingan, dan deregulasi organisasi maka perusahaan perlu mempertimbangkan pendekatan manajemen risiko yang tepat dalam mengatasi masalah-masalah tersebut. Manajemen risiko perusahaan yang efektif harus memastikan kelangsungan bisnis jangka panjang karena kemungkinan risiko yang dihadapi bisa muncul dari berbagai sumber yang terkait dengan organisasi seperti operasi perusahaan, strategi, keuangan, dan reputasi.

Para pelaku bisnis selalu diperhadapkan dengan berbagai risiko yang kompleks. Pentingnya manajemen perusahaan dalam mengidentifikasi dan memitigasi kemungkinan risiko yang terjadi di masa depan secara terintegrasi. *Enterprise Risk Management* menjadi salah satu pengelolaan risiko secara terintegrasi. ERM menggambarkan tata kelola risiko perusahaan dan meyakini *internal control* perusahaan masih berjalan dengan baik. Apabila tata kelola perusahaan telah tertata dengan baik maka memberikan dampak positif terhadap pelaku pasar sehingga nilai perusahaan juga dapat ikut meningkat. *Enterprise Risk Management* dalam penelitian ini diprosikan dengan rasio beban operasional terhadap pendapatan operasional (BOPO). Hal ini bertujuan untuk mengelola dan



kan risiko perusahaan serta untuk memprediksi sumber kemungkinan risiko yang akan dihadapi perusahaan (Kurniasih, 2022).

2.1.4 Leverage

Leverage adalah rasio yang digunakan dalam mengukur sejauh mana perusahaan memanfaatkan utang dalam aktivitas keuangannya (Dewi dan Praptoyo, 2022). Menurut Utama dan Lisa (2018), *leverage* menggambarkan sejauh mana perusahaan dalam membiayai asetnya dengan menggunakan utang dibandingkan dengan penggunaan modalnya sendiri. Penggunaan pinjaman sebagai sumber dana akan memberikan dampak pada tingkat *leverage* perusahaan, karena *leverage* menjadi gambaran sejauh mana perusahaan dalam memanfaatkan utang. *Leverage* menjadi salah satu instrumen yang sering digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan penggunaan modal dengan tujuan dalam upaya peningkatan keuntungan. Perubahan akan tingkat utang akan mempengaruhi penilaian pasar dan peningkatan utang yang berlebihan juga akan berdampak negatif pada valuasi perusahaan. Namun, apabila utang tersebut bisa dikelola secara efisien dan digunakan untuk proyek investasi produktif akan memberikan dampak positif yang nantinya berdampak pada peningkatan profitabilitas suatu perusahaan.

Terdapat dua macam *leverage* yaitu *operating leverage* dan *financial leverage*. *Operating leverage* menunjukkan penggunaan aset dengan biaya tetap dengan mengandalkan pendapatan perusahaan yang dihasilkan untuk menutup biaya tetap dan biaya variabel. Di sisi lain, *financial leverage* melibatkan penggunaan dana dan beban tetap dalam meningkatkan pendapatan per lembar saham. Investasi pada perusahaan dengan utang yang terbatas dapat memperoleh keuntungan karena laba perusahaan lebih digunakan untuk dividen, yang nantinya akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Manajemen



ian perlu memperhatikan setiap pemakaian utang dengan sebaik-baiknya untuk meminimalkan kemungkinan risiko yang mungkin timbul akibat

penggunaan utang yang tidak terkendali. Keputusan dalam penggunaan utang yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan yang dikarenakan adanya efek dari penghematan pajak. Hal ini akan meningkatkan laba yang diperoleh, sehingga jumlah dividen yang dibagikan setiap lembar saham menjadi tinggi. Dengan demikian, kekayaan pemegang saham akan terpenuhi yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini diprosikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER). DER menurut Jufrizen dan Fatin (2020) merupakan salah satu dari elemen dari rasio solvabilitas yang digunakan untuk mengukur struktur modal. DER adalah rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Semakin tinggi nilai rasio ini berarti semakin tinggi jumlah dana dari luar yang harus dijamin dengan jumlah modal sendiri.

2.1.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan kekuatan finansial suatu perusahaan (Hermuningsih, 2012). Menurut Kurniawati dan Widyawati (2020) ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam total aset, penjualan dan kapitalisasi pasar. Semakin besar dari total aset, penjualan dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula dari ukuran sebuah perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan variabel yang paling banyak digunakan dalam memaparkan variasi dalam laporan tahunan perusahaan.

Menurut Prasetyorini (2013), ukuran perusahaan menentukan tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan, maka semakin dikenal oleh masyarakat yang dimana pihak eksternal mudah mendapatkan informasi yang meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran besar atau kecilnya suatu perusahaan dapat dilihat dari aset yang dimilikinya. Semakin besar ukuran



perusahaan, maka akan semakin mudah perusahaan dalam mendapatkan sumber dana internal maupun eksternal. Apabila pengelolaan sumber dana tersebut dikelola secara optimal yang nantinya akan menghasilkan umpan balik usaha yang baik, maka hal ini dapat menarik calon investor dalam menanamkan modalnya pada perusahaan. Pada penelitian ini ukuran perusahaan diproksikan dengan log dari jumlah total aset. Penggunaan total aset ini karena biasanya total aset dari perusahaan jumlahnya lebih besar dibandingkan dengan variabel keuangan lainnya (Lacrima, 2021).

2.2 Penelitian Terdahulu

Kurniasih (2022) meneliti berbagai faktor, diantaranya manajemen risiko perusahaan dan ukuran perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah manajemen risiko perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, manajemen risiko perusahaan diproksikan dengan beban operasional terhadap pendapatan nasional (BOPO), sedangkan ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural dari total aset. Hasil dari penelitian yaitu manajemen risiko perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ini berarti minimnya informasi terkait manajemen risiko, sehingga investor di Indonesia belum sepenuhnya memahami konsep manajemen risiko sebagai *good news* yang mampu mendorong nilai perusahaan. Terkait dengan ukuran perusahaan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

Sadija dan Purwanto (2021) membahas dua variabel yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dari dua variabel ini, terdapat satu yang sejalan dengan penelitian peneliti, yaitu *enterprise risk management*. Dalam penelitian ini,



enterprise risk management diproksikan dengan variabel *dummy* yaitu bagi emiten yang menerapkan ERM memperoleh skor dibagi dengan nilai 1 pada setiap komponen pengungkapan ERM yang berjumlah 108 item, sedangkan nilai 0 diberikan bagi emiten yang tidak menerapkan ERM. Hasil dari penelitian ini adalah *enterprise risk management* berpengaruh positif dengan terbilang signifikan pada nilai perusahaan.

Dewantari dkk., (2019) meneliti berbagai faktor, diantaranya ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas pada perusahaan *food and beverages* di BEI. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diproksikan dengan log dari total aset. Sedangkan *leverage* diukur dengan membagi total utang dengan total ekuitas. Hasil dari penelitian ini yaitu ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverages*.

Penelitian Sari dan Wahidahwati (2021) yang meneliti beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *sustainability report*, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Bagi perusahaan sektor industri dasar dan kimia di BEI, skala ukuran perusahaan yang besar mengindikasikan perusahaan tersebut mudah dalam memperoleh pendanaan sehingga berpotensi untuk meningkatkan nilai perusahaan.



Penelitian Dina dan Wahyuningtyas (2022) meneliti mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut menggunakan sampel pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *leverage* yang diukur dengan *Debt to Equity* (DER) berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan. Hal ini berarti perusahaan yang mempunyai nilai *leverage* yang tinggi, maka cenderung risiko investasi akan tinggi pula, sehingga *leverage* yang tinggi akan menurunkan nilai perusahaan. Variabel ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan *log natural* (Ln) total aset yang dimana berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Rivandi dan Petra (2022) yang meneliti pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan mengambil sampel perusahaan sub sektor makanan dan minuman di Indonesia. Hasil penelitian tersebut menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *leverage* secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian ini, nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman di Indonesia diprosikan dengan *Tobin's q*.

Anggreini dan Yuyetta (2023) juga melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Enterprise Risk Management* terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ERM berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan hadirnya ERM yang semakin luas maka tata kelola perusahaan lebih efektif dan efisien. ERM akan memperkuat kepercayaan investor terhadap perusahaan karena risiko dalam perusahaan telah dikelola sedemikian

ingga menimbulkan respon positif di kalangan investor. Respon positif



inilah yang berakibat pada tingginya minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan.

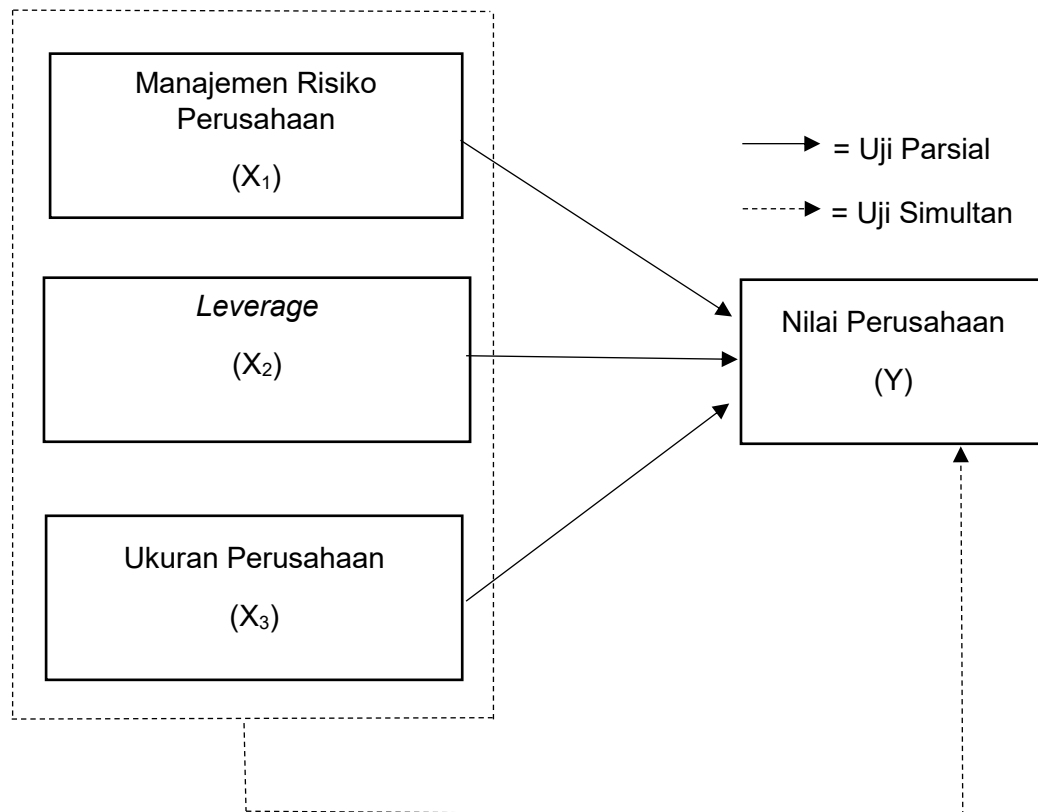
Iswajuni dkk., (2018) sebelumnya telah melakukan penelitian pengaruh *Enterprise Risk Management* (ERM) terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *Enterprise Risk Management* (ERM) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (*firm value*). Hal ini mengindikasikan meskipun penerapan ERM di Indonesia masih sedikit tetapi bisa memberikan dampak positif terhadap tata kelola dan kemajuan perusahaan di masa yang akan datang.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, masih terdapat adanya perbedaan hasil dari beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, seperti manajemen risiko perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan. Namun, terdapat beberapa faktor yang yang diperoleh berbeda-beda yaitu manajemen risiko perusahaan, *leverage*, dan ukuran perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali pengaruh beberapa faktor tersebut terhadap nilai perusahaan, khususnya pada perusahaan subsektor tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI agar mengkonfirmasi hasil penelitian terdahulu dan memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual di bawah ini dibuat untuk menggambarkan bagaimana penelitian ini akan dikaji yang dapat digambarkan sesuai dengan permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya.





Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu dugaan yang sifatnya sementara terhadap suatu hal yang dianggap benar dan sering juga disebut sebagai suatu jawaban atas suatu permasalahan yang ada. Hipotesis yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

2.4.1 Pengaruh Manajemen Risiko Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Teori sinyal mendasari hubungan antara pengaruh manajemen risiko perusahaan dengan nilai perusahaan, di mana Ketika perusahaan mengelola risiko yang ada secara efektif dan efisien, maka perusahaan tersebut memberikan sinyal yang baik kepada pasar dan nantinya membuat para pemangku perusahaan dapat mendukung perusahaan. Pengungkapan manajemen risiko



yang relevan menunjukkan bahwa bisnis dapat mengidentifikasi, dan mengelola kemungkinan risiko-risiko di masa yang akan datang.

Penelitian Iswajuni dkk., (2018), Herdratni dan Renosari (2020), dan Thamrin dan Jasriana (2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa manajemen risiko perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian Cristofel dan Kurniawati (2021) dan Aditya dan Naomi (2017) menunjukkan jika hasil risetnya risiko perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Manajemen risiko perusahaan merupakan suatu proses manajemen risiko yang dirancang dan diimplementasikan ke dalam setiap strategi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Perusahaan yang mengungkapkan mengenai praktik manajemen risiko perusahaan menunjukkan tata kelola perusahaan yang efektif, termasuk memastikan bahwa risiko perusahaan dikendalikan dan dikelola. Investor dapat mengevaluasi prospek masa depan perusahaan dengan menggunakan data ERM, oleh karena itu memberikan pengungkapan manajemen risiko yang berkualitas tinggi dapat mendorong nilai perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang dibangun adalah sebagai berikut.

H₁ : Manajemen risiko perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.4.2 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Teori sinyal mendasari hubungan antara pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Ketika sebuah perusahaan memutuskan menggunakan utang, ini memberikan sinyal bahwa perusahaan bersedia untuk membayar bunga atas dana yang telah dipinjam serta bersedia menanggung segala kemungkinan risiko yang



adapi kedepannya. Para investor menganggap apabila perusahaan akan utang tidak melebihi batas wajarnya dapat memberikan dampak

yang positif. Namun sebaliknya, jika laba perusahaan menurun, maka pemegang saham juga akan ikut menanggung kerugian. Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi memberikan sinyal negatif yang membuat para calon investor berhati-hati untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Hal inilah yang dapat membuat nilai perusahaan dari perusahaan tersebut ikut menurun.

Penelitian Sari dan Wahidahwati (2021) dan Aziz dan Widati (2023) menemukan jika *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian Dina dan Wahyuningtyas (2022), Kolamban dkk., (2020), dan Tandrio dan Handoyo (2023) menunjukkan jika *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Leverage menunjukkan jumlah atau sejauh mana bisnis menggunakan utang untuk membiayai kegiatan operasi perusahaan. Menurut Hidayat (2019), perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang tinggi artinya jumlah utang dibandingkan aset perusahaan lebih besar, maka akan dapat meningkatkan risiko yang akan dihadapi perusahaan. Salah satu bentuk risiko yang dihadapi perusahaan adalah membayar beban bunga maupun angsuran pokok atas dana yang telah dipinjam berakibat pada penurunan laba yang telah dihasilkan. sehingga, investor akan lebih menjauhi perusahaan dengan DER yang tinggi. Selain itu, pada kondisi yang sulit perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi dapat mengalami gagal bayar dan dan membuat perusahaan mengalami kebangkrutan. Kondisi ini yang nantinya dapat memberikan pengaruh terhadap penilaian pasar dan dapat membuat nilai perusahaan mengalami penurunan. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang dibangun adalah sebagai berikut.

H₂ : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.



2.4.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Teori sinyal mendasari hubungan antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan. Apabila total aset perusahaan besar dari banyaknya penjualan maka, semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar sehingga perusahaan tersebut semakin dikenal masyarakat yang nantinya akan memberikan sinyal positif yang bisa menaikkan nilai perusahaan. Selain itu ukuran yang besar memberikan sinyal bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap perkembangan yang matang. Ini membuat perusahaan memiliki komitmen yang tinggi untuk terus meningkatkan kinerja sehingga pasar bersedia membayar lebih untuk mendapatkan sahamnya.

Penelitian Zurriah dan Simbiring (2020), Rolanta dkk., (2020), dan Dina dan Wahyuningtyas (2022) menemukan jika ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Tidak sejalan dengan penelitian Laksono dan Rahayu (2021) dan Rivandi dan Petra (2022) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan dilihat pada total penjualan maupun dari total asetnya. Ukuran perusahaan menjadi sebagai salah satu indikator yang digunakan dalam menilai kekuatan finansial suatu perusahaan. Dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil, investor akan lebih tertarik untuk berinvestasi di perusahaan yang lebih besar. Perusahaan besar dengan banyak aset akan menarik investor untuk turut serta berinvestasi didalamnya. Dibandingkan dengan perusahaan berskala kecil, perusahaan yang berskala besar akan memiliki akses yang lebih mudah ke pasar modal untuk memperoleh dana dengan cepat. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang dibangun adalah sebagai berikut.



ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.4.4 Pengaruh manajemen risiko perusahaan, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan secara simultan

Dihubungkan dengan teori sinyal, apabila sebuah perusahaan memiliki utang yang besar dapat menimbulkan risiko bagi investor sehingga akan memberikan sinyal yang ditandai dengan direaksi negatif oleh investor yang berdampak pada turunnya nilai perusahaan. Selain itu, teori sinyal pada ukuran perusahaan menunjukkan semakin besar ukuran perusahaan akan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki komitmen yang tinggi dalam meningkatkan kinerjanya, untuk menarik investor membayar lebih banyak untuk saham yang ditawarkan. Dengan ini Investor menganggap akan menerima pengembalian yang sangat menguntungkan sehingga memberikan sinyal positif yang akan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.

Penelitian Nurmindia dkk., (2017) yang menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewantari dkk., (2019) yang mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan, *leverage* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, dalam berbeda dengan penelitian Rumondor dkk., (2015) juga menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, dan risiko perusahaan secara simultan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan dari landasan teori dan hasil yang ditemukan perbedaan dari beberapa penelitian terdahulu, maka perlu untuk diuji kembali pengaruh secara simultan dari beberapa faktor yaitu, manajemen risiko perusahaan, *leverage*, dan

perusahaan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu dapat dirumuskan berikut.



H₄ : Manajemen risiko perusahaan, *leverage*, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan

