

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 2016-2019

Namira Ufrida Rahmi¹, Venny Veronika Wijaya²
Universitas Prima Indonesia

Email : Namiraufridarahmi@unprimdn.ac.id, Vennyvw98@gmail.com

*Corresponding Author

Diajukan : 18 April 2022

Disetujui : 11 Mei 2022

Dipublikasi : 1 Juli 2022

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of Enterprise Risk Management, Corporate Social Responsibility, Free Cash Flow and Leverage on Firm Value in consumer goods industry sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016-2019 period. Firm value shows that the value of all assets owned by company, which can be used as a sign for investors to invest in a company. This research used a method with a quantitative descriptive approach. The population in this study were the consumer goods companies listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2016 to 2019 with a total of 40 companies and the sampling technique used purposive sampling and obtained 24 companies in consumer goods sector. Data analysis used multiple linear regression analysis, classical assumption test, the coefficient of determination test, F test and t test. The results of the study show that partially corporate social responsibility and free cash flow have significant effect on the firm value but enterprise risk management and leverage have no effect on the firm value. Variable enterprise risk management, corporate social responsibility, free cash flow and leverage simultaneously have a significant effect on firm value in consumer goods industry sector listed on Indonesia Stock Exchange in 2016-2019.

Keywords: *Enterprise Risk Management; Corporate Social Responsibility; Free Cash Flow; Leverage; Firm Value.*

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi dan industrialisasi yang kompetitif menciptakan persaingan yang ketat antar perusahaan dalam pasar industri. Persaingan itu membuat perusahaan harus berkembang lebih maju dan meningkatkan kinerja untuk mencapai tujuan perusahaan yang diantaranya yaitu berorientasi untuk memaksimalkan keuntungan atau laba dan juga untuk mencapai tujuan utamanya yaitu memaksimalkan nilai perusahaan yang akan meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran bagi para pemilik atau para pemegang saham. Nilai perusahaan yang sering kali digambarkan sebagai prospek mendatang suatu perusahaan yang tercermin dalam kinerja perusahaan dapat mempengaruhi keputusan dan persepsi investor. Nilai perusahaan merupakan hal yang penting bagi perusahaan, namun ada beberapa kasus yang terjadi di Indonesia salah satunya yaitu perusahaan PT. Kalbe Farma dimana Sri Mulyani (2019) selaku Menteri Keuangan mengatakan bahwa terjadinya krisis ekonomi dikarenakan program JKN dari BPJS Kesehatan belum tuntas dilakukan sehingga berdampak pada perusahaan PT. Kalbe Farma yang mengalami perlambatan pertumbuhan secara drastis yang mengakibatkan nilai perusahaan menurun.



Nilai perusahaan akan semakin baik apabila pengungkapan perusahaan digambarkan dengan baik. Dalam mengambil keputusan, investor juga dipengaruhi oleh faktor risiko bisnis dan taraf situasi yang ketat antar perusahaan sehingga faktor non finansial menjadi pilihan yang penting. Dengan *Enterprise Risk Management* yang baik maka manajemen perusahaan dapat terintegrasi dan meminimalisir resiko yang ada. Begitu pula dengan pengungkapan tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) secara berkesinambungan maka pasar akan dapat memberikan apresiasi positif yang akan meningkatkan nilai perusahaan (Mariani dan Suryani, 2018). Selain itu informasi finansial dengan memperhatikan laporan keuangan perusahaan juga sangat penting untuk dipertimbangkan. Semakin tinggi nilai *free cash flow* yang ada dalam perusahaan maka semakin baik nilai perusahaan karena mencerminkan kinerja perusahaan yang baik. *Leverage* merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Peningkatan dan penurunan terhadap *leverage* atau hutang memiliki pengaruh terhadap penilaian pasar yang akan mempengaruhi nilai perusahaan (Suryanti, 2020).

Kondisi naik turun atau fluktuatif yang bertolak belakang dengan hasil dalam laporan keuangan dalam pasar saham Bursa Efek Indonesia menjadi fenomena yang menarik

Tabel 1. Tabel Fenomena
(dalam rupiah)

Nama Perusahaan	Nilai Perusahaan (<i>Tobin's Q</i>)			
	2016	2017	2018	2019
PT. Akasha Wira International Tbk	1,27	1,12	1,07	1,06
PT. Tri Banyan Tirta Tbk	1,21	1,39	1,44	1,45
PT. Budi Starch & Sweetener Tbk	0,74	0,74	0,77	0,73
PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	3,82	3,64	3,89	3,67
PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	1,31	1,23	1,16	1,16
PT. Pyridam Farma Tbk	1,01	0,93	0,90	0,90

Sumber : www.idx.co.id (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 1 dapat terlihat bahwa nilai perusahaan yang diprosikan *Tobin's Q* dengan perusahaan sektor *consumer goods* yang tercatat di BEI dalam tahun 2016-2019 mengalami kenaikan dan penurunan serta sangat berfluktuatif. Nilai perusahaan yang diprosikan dengan *Tobin's Q* pada PT. Akasha Wira International mengalami penurunan nilai perusahaan walaupun laba bersih perusahaan dari tahun 2016-2019 mengalami peningkatan. Pada PT Tri Banyan Tirta mengalami kenaikan nilai perusahaan dari tahun 2016-2019 secara berturut-turut walaupun total hutang perusahaan dari tahun 2016-2019 mengalami kenaikan yang signifikan setiap tahunnya dari 2016-2019. Pada PT Budi Starch & Sweetener terjadi naik turunnya nilai perusahaan dengan kenaikan pada tahun 2018 dan penurunan di tahun 2019 serta terjadi *undervalued* dimana nilai perusahaan berada di bawah 1 yang tercermin kurang baik walaupun mengalami kenaikan dalam labanya.

Pada PT Indofood CBP Sukses Makmur yang merupakan anak perusahaan dari PT Indofood Sukses Makmur memiliki nilai perusahaan yang jauh lebih baik dari induk perusahaannya pada tahun 2016-2019 walaupun arus kas bersih dan laba bersih PT Indofood Sukses Makmur lebih besar tetapi harga saham Indofood CBP Sukses Makmur jauh lebih tinggi dan meningkat dari tahun ke tahun dibandingkan dengan induk perusahaannya. Pada PT Pyridam Farma yang memiliki nilai perusahaan yang diatas 1 pada tahun 2016 dan kemudian mengalami *undervalue* nilai perusahaan pada tahun 2017-2019 walaupun total hutang perusahaan tidak mengalami kenaikan dan penurunan yang signifikan untuk menjadikan nilai perusahaan menjadi kurang baik.

STUDI LITERATUR

Pengaruh *Enterprise Risk Management* Terhadap Nilai Perusahaan

Enterprise Risk Management yang dirancang dan dijalankan oleh manajemen sebagai proses sistematis guna memberikan keyakinan bahwa semua risiko yang berpotensi memberikan dampak negatif telah dikelola sedemikian rupa sesuai dengan tingkat risiko yang bersedia diambil. (Siregar dan Safitri, 2019). Dengan bergitu, nilai perusahaan akan meningkat apabila *Enterprise*

Risk Management dikelola dengan baik sebagai usaha perusahaan dalam memenuhi kebutuhan informasi yang diperlukan oleh para *stakeholder* dengan transparansi dan sistem yang luas. (Mariani dan Suryani, 2018).

H₁ : *Enterprise Risk Management* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan*

Corporate Social Responsibility merupakan suatu bentuk pertanggungjawaban serta kepedulian perusahaan yang dikaitkan dengan ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, dan hak asasi manusia dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan – kerusakan lingkungan yang diakibatkan dari aktivitas operasional perusahaan (Hardianti dkk., 2020). *Corporate social responsibility* (tanggung jawab sosial) yang semakin besar terhadap lingkungan akan mempengaruhi nilai perusahaan dengan arah positif (Mesrawati dkk., 2020)

H₂ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Free Cash Flow Terhadap Nilai Perusahaan*

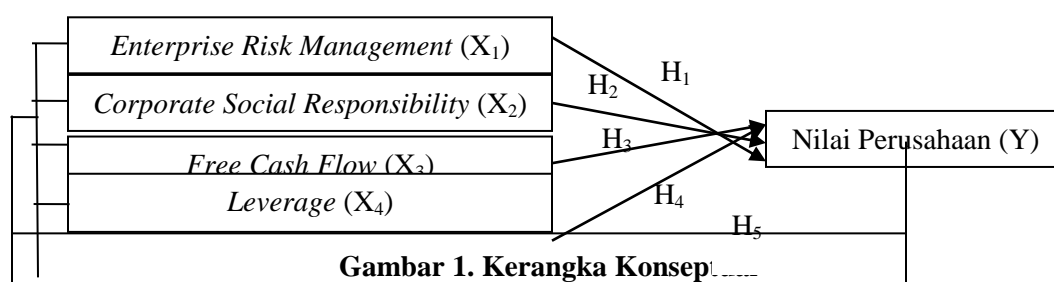
Free cash flow menyajikan sisa aliran kas yang dapat dibagikan kepada para pemegang saham setelah perusahaan berinvestasi pada aktiva tetap dan aktivitas operasi yang dibutuhkan guna menjalankan perusahaan (Apiani dkk., 2019). *Free cash flow* yang tinggi dapat memberikan sinyal positif kepada investor mengenai kinerja dalam manajemen perusahaan yang akan mempengaruhi penilaian terhadap nilai perusahaan (Suryanti, 2020).

H₃ : *Free Cash Flow* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Leverage Terhadap Nilai Perusahaan*

Leverage sebagai suatu kebijakan perusahaan dalam penggunaan dana yang didapat di luar perusahaan. Dengan menggunakan dana dari luar perusahaan maka akan timbul risiko yang lebih besar bagi perusahaan dalam pengembalian dana ataupun sebaliknya mendapatkan keuntungan (Hardianti dkk., 2020). *Leverage* yang tinggi dalam perusahaan akan mempengaruhi keputusan investor dimana risiko akan hutang akan lebih tinggi dan beban bunga tinggi sehingga laba menjadi kecil dan begitu pula dengan *return* oleh perusahaan (Hariani, 2018).

H₄ : *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.



Gambar 1. Kerangka Konsep

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang diperoleh dari data sekunder dengan menggunakan sampel dan kriteria tertentu.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2019. Pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu peneliti menggunakan sampel berdasarkan kriteria sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pemilihan Sampel

No	Kriteria Perusahaan	Jumlah
----	---------------------	--------

1	Perusahaan sektor consumer goods yang terdaftar di BEI periode 2016-2019	40
2	Perusahaan sektor consumer goods yang terdaftar di BEI yang tidak mempublikasikan laporan keuangan auditan secara lengkap selama periode 2016-2019	(7)
3	Perusahaan sektor consumers goods yang tidak memperoleh laba selama periode 2016-2019	(9)
Perusahaan yang memenuhi kriteria		24
Total Sampel Penelitian (24 x 4 Tahun)		96

Identifikasi Operasional Variabel

Tabel 3. Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Keterangan Variabel	Indikator Variabel	Skala Pengukuran
<i>Enterprise Risk Management</i> (X ₁)	Tingkat pengungkapan atas risiko – risiko yang telah dikelola oleh perusahaan (Siregar dan Safitri, 2019).	$ERMDI = \frac{\sum j \text{ Ditem}}{\sum j \text{ ADitem}}$ (Menurut <i>framework</i> item COSO)	Rasio
<i>Corporate Social Responsibility</i> (X ₂)	Tanggung jawab sebuah organisasi perusahaan terhadap dampak dari kegiatan kepada masyarakat dan lingkungan (Cristofel dan Kurniawati, 2021)	$CSR D = \frac{\sum j \text{ Ditem}}{\sum j \text{ ADitem}}$	Rasio
<i>Free Cash Flow</i> (X ₃)	Sisa aliran kas bebas yang akan dibagikan kepada pemegang saham setelah perusahaan berinvestasi pada asset tetap dan pengeluaran modal (Suryanti, 2020).	$FCF = \frac{AKO \text{ PM-NCW}}{\text{Total Asset}}$	Rasio
<i>Leverage</i> (X ₄)	Kemampuan perusahaan untuk memenuhi hutang atau kewajiban perusahaan (Hardianti dkk., 2020)	$DER = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Ekuitas}}$	Rasio
Nilai Perusahaan (Y)	Nilai pasar yang dikaitkan dengan harga saham dan menghasilkan kemakmuran bagi para pemegang saham (Cristofel, 2021)	$\text{Tobin's } Q = \frac{MVS + D}{TA}$	Rasio

HASIL

Hasil pengolahan data digambarkan secara umum menggunakan pendeskripsian data dengan statistik deskriptif. Setelah uji analisis, data tidak lulus uji sehingga dilakukan transformasi dengan Ln sehingga total data akibat transformasi berkurang menjadi 70 data.

Tabel 4. Statistik Deskriptif Setelah Transformasi
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
LN_ERM	70	-,69	-,19	-,3957	,11160
LN_CSR	70	-2,04	-,84	-1,2227	,28725

LN_FCF	70	-4,61	-,27	-2,3560	1,01614
LN_DER	70	-1,90	1,07	-,6520	,81720
LN_TOBINQ	70	-,82	2,56	,8472	,82347
Valid N (listwise)	70				

Sumber : Data Diolah SPSS

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan hasil analisis statistik deskriptif setelah transformasi dimana hasil tersebut memperoleh data (N) sebanyak 70 perusahaan dengan deskripsi sebagai berikut:

Variabel *Enterprise Risk Management* memiliki nilai minimum -0,69 terletak pada PT Tri Banyan Tirta dan PT Budi Starch & Sweetener dan nilai maksimum -0,19 terletak pada PT Unilever Indonesia. Variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai minimum -2,04 terletak pada PT Budi Starch & Sweetener dan nilai maksimum -0,84 terletak pada PT Indofood Sukses Makmur. Variabel *Free Cash Flow* (X_3) memiliki nilai minimum -4,61 terletak pada PT Tiga Pilar Sejahtera Food dan nilai maksimum -0,27 terletak pada PT Tiga Pilar Sejahtera. Variabel *Leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* memiliki nilai minimum -1,90 terletak pada PT Industri Jamu dan Farmasi Sido dan nilai maksimum 1,07 terletak pada PT Unilever Indonesia. Variabel Nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Tobin's Q* memiliki nilai minimum -0,82 terletak pada PT Wismilak Inti Makmur dan nilai maksimum 2,56 terletak pada PT H.M.Sampoerna dengan rata-rata sebesar 0,8472 dan standar deviasi 0,82347.

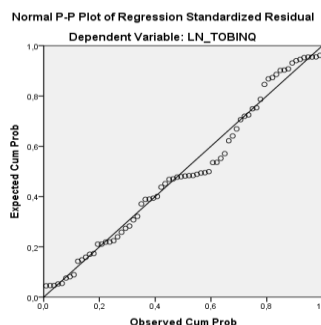
Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas Setelah Transformasi One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,66198311
Most Extreme Differences	Absolute	,101
	Positive	,101
	Negative	-,075
Test Statistic		,101
Asymp. Sig. (2-tailed)		,074 ^c

Hasil pengujian tersebut menghasilkan nilai *Asym. Sig* sebesar 0,074 yang berarti data memiliki nilai lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa model regresi mempunyai data terdistribusi normal.



Gambar 2. Grafik Normal P-Plot Setelah Transformasi

Sesuai dengan gambar 2 maka dapat disimpulkan data terdistribusi normal. Hal tersebut ditunjukkan titik-titik data yang menyebar mengikuti serta mendekati arah sumbu.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas Setelah Transformasi

Model (Constant)	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
LN_ERM	,636	1,573
LN_CSR	,641	1,561
LN_FCF	,868	1,152
LN_DER	,894	1,119

Sumber : Data Diolah SPSS

Tabel 6 menunjukkan jika variabel yang memiliki nilai VIF < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,10 yang menandakan bahwa tidak terdapat multikolinearitas variabel dalam penelitian.

Uji Autokorelasi

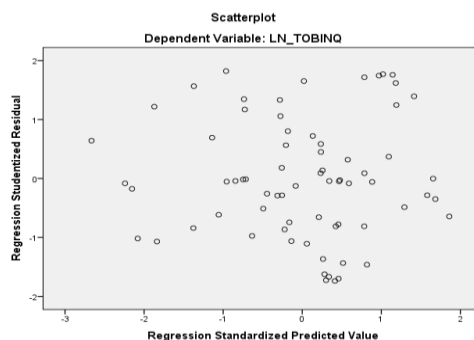
Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi Setelah Transformasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,595 ^a	,354	,314	,68205	1,800

Sumber : Data Diolah SPSS

Berdasarkan tabel 7, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi yang didasarkan pada hasil nilai DW sebesar 1,800 berada pada $1,7351 < 1,800 < 2,2649$.

Uji Heterokedastisitas



Gambar 3. Uji Heterokedastisitas Setelah Transformasi

Berdasarkan gambar 3, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas yang tampak dari menyebarnya titik-titik data yang tidak membentuk pola tertentu.

Model Analisis Data

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,977	,391		7,607	,000
LN_ERM	1,315	,923	,178	1,425	,159
LN_CSR	,747	,357	,261	2,091	,040
LN_FCF	,292	,087	,361	3,372	,001
LN_DER	,011	,106	,011	,103	,918

Sumber : Data Diolah SPSS

$$\text{Tobin's } Q = 2,977 + 1,315\text{ERM} + 0,747\text{SR} + 0,292\text{FCF} + 0,011\text{DER}$$

1. Konstanta 2,977 menunjukkan bahwa nilai perusahaan adalah sebesar 2,977 apabila

Enterprise Risk Management (ERM), Corporate Social Responsibility (CSR), Free Cash Flow (FCF) dan Leverage adalah nol.

2. Koefisien 1,315 diartikan apabila variabel lainnya dianggap konstan maka setiap peningkatan ERM sebesar satu satuan maka Nilai Perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 1,315.
3. Koefisien 0,747 diartikan apabila variabel lainnya dianggap konstan maka setiap peningkatan CSR sebesar satu satuan maka Nilai Perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,747.
4. Koefisien 0,292 diartikan apabila variabel lainnya dianggap konstan maka setiap peningkatan FCF sebesar satu satuan maka Nilai Perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,292.
5. Koefisien 0,011 diartikan apabila variabel lainnya dianggap konstan maka setiap peningkatan Leverage sebesar satu satuan maka Nilai Perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,011.

Koefisien Determinasi

Tabel 9. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,595 ^a	,354	,314	,68205

Sumber : Data Diolah SPSS

Hasil angka koefisien korelasi adalah 0,314 yang berarti bahwa *Enterprise Risk Management, Corporate Social Responsibility, Free Cash Flow, dan Leverage* mempengaruhi Nilai Perusahaan sebesar 31,4% sedangkan sisanya 68,6% dijelaskan oleh faktor-faktor variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Uji Hipotesis Hasil Uji t

Tabel 10. Hasil Uji t

Variabel	t _{hitung}	Ket	t _{tabel}	Sig	Kesimpulan
ERM	1,425	<	1,99714	0,159	Tidak Signifikan
CSR	2,091	>	1,99714	0,040	Signifikan
FCF	3,372	>	1,99714	0,001	Signifikan
DER	0,103	<	1,99714	0,918	Tidak Signifikan

Sumber : Data Diolah SPSS

Hasil Uji F

**Tabel 11. Hasil Uji F
 ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	16,551	4	4,138	8,895	,000 ^b
Residual	30,237	65	,465		
Total	46,789	69			

Sumber : Data Diolah SPSS

Berdasarkan tabel 11, nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($8,895 > 2,51$) dan Sig. 0,000 artinya secara simultan *enterprise risk management, corporate social responsibility, free cash flow dan leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Enterprise Risk Management* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa *enterprise Risk Management* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Faktor *Enterprise Risk Management* merupakan suatu pertimbangan namun bukan faktor penentu bagi seorang investor dalam menilai suatu perusahaan. Hal ini disebabkan karena dalam pengambilan keputusan investor dalam

melakukan investasi terhadap perusahaan tidak mengutamakan informasi *enterprise risk management* sebagai pertimbangan utama dalam berinvestasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siregar dan Safitri (2019).

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian tersaji pada tabel menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2016-2019. Semakin tinggi CSR atau *Corporate social responsibility* yang merupakan tanggung jawab perusahaan dalam lingkup sosial dan lingkungan maka semakin meningkat pula citra perusahaan menjadi lebih baik sehingga nilai perusahaan dinilai baik oleh investor. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cristofel dan Kurniawati (2021).

Pengaruh *Free Cash Flow* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menyatakan bahwa *free cash flow* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan pada sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2016-2019. *Free cash flow* mencerminkan perusahaan manakah yang masih berpotensi mempunyai kemampuan di masa depan atau tidak. Semakin tinggi nilai *free cash flow* dalam perusahaan maka semakin baik perusahaan tersebut karena memiliki kas yang tersedia untuk pertumbuhan, pembayaran hutang dan dividen sehingga akan lebih menarik perhatian investor untuk berinvestasi pada perusahaan karena kemakmuran pemegang saham dapat meningkat dan nilai perusahaan juga akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suryanti (2020).

Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian yang dilakukan mengindikasikan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penggunaan hutang untuk modal dapat memberikan pengaruh yang berbeda terhadap laba perusahaan. *Leverage* atau hutang dapat digunakan oleh perusahaan untuk diinvestasikan dan dikembangkan sebagai aset perusahaan sehingga tidak akan mempengaruhi kinerja perusahaan yang tidak dominan berakibat pada nilai perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hardianti dkk. (2020).

KESIMPULAN

Kesimpulan yang didapatkan berdasarkan pada hasil penelitian adalah bahwa *enterprise risk management* secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. *Free Cash Flow* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Serta *enterprise risk management*, *corporate social responsibility*, *free cash flow* dan *leverage* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019. Penelitian ini memiliki keterbatasan dimana dari ketiga variabel independen pada penelitian ini hanya mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan 31,4% diperoleh dari nilai *Adjusted R-Squared* sebesar 0,314.

REFERENSI

- Apiani, R., Fadilah, S., & Nurcholisah, K. (2019). Pengaruh Free Cash Flow, Kinerja Keuangan, dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi di BEI Periode 2015-2017). *Universitas Islam Bandung*, 5(2), 459-464.
- Ardianto, D., & Rivandi, M. (2018). Pengaruh Enterprise Risk Management Disclosure, Intellectual Capital Disclosure dan Struktur Pengelolaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Profita : Komunikasi Ilmiah Akuntansi dan Perpajakan*, 11(2), 284-305.
- Brigham, E. F. & Ehrhardt, M. C. (2017). *Financial Management : Theory and Practice*. 15th Edition. Cengage Learning. State of America.
- Bursa Efek Indonesia. Indeks Laporan Keuangan Tahun 2016-2019 Perusahaan *Consumer Goods*.



- Cristofel & Kurniawati, K. (2021). Pengaruh Enterprise Risk Management, Corporate Social Responsibility dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 14(1).
- Ghozali, . (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Kedelapan. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardianti, E., Mahsuni, A. W., & Mawardi, M. C. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage , Kebijakan Dividen, dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 9(6).
- Hariani, P. P. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Universitas Muhammadiyah Sumatera*, 9(2), 117-140.
- Mariani, D., & Suryani. (2018). Pengaruh Enterprise Risk Management Disclosure, Intellectual Capital Disclosure dan Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(2), 119-138.
- Mesrawati, Dicky, Franciska, C., Catherine, C., & Desshiana, D. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Institutional Ownership, Leverage, Asset Growth Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Tercatat di BEI Tahun 2014-2017. *Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia*, 14(3), 468 - 484.
- Siregar, N.Y., & Safitri, T.A. (2019). Pengaruh Pengungkapan Enterprise Risk Management, Intellectual Capital, Corporate Social Responsibility, Dan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 5(2), 53-79.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Suryanti, F.S., & Aminah, L. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Free Cash Flow dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(5).
- Tangngishu, J. (2020). Effect of Cash Flow and Corporate Social Responsibility Disclosure on Firm Value. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(2), 142-149.
- Zurriah, R. (2021). Pengaruh Free Cash Flow Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 21(1), 101-106.