

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN
INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL *MODERATING***

(Studi Kasus Pada Perusahaan Kelompok LQ45 Yang Terdaftar di BEI
Periode 2017-2020)

Skripsi
Untuk memenuhi sebagai persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S1

Program Studi Akuntansi



Disusun Oleh:

Farid Fajar Shidik

NIM: 31401606395

FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG

2022

SKRIPSI

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN
INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL *MODERATING*
(Studi Kasus Pada Perusahaan Kelompok LQ45 Yang Terdaftar Di BEI
Periode 2017-2020)**

Disusun Oleh :

Farid Fajar Shidik

NIM : 31401606395

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

Semarang, 11 April 2022

Pembimbing



Digitally signed by Maya
Indriastuti
DN: cn=Maya Indriastuti,
o=Universitas Sultan Agung
Semarang, ou=Fakultas Ekonomi,
email=maya@unissula.ac.id, c=ID
Date: 2022.04.11 17:36:05 +07'00'

Maya Indriastuti, SE., Msi., Ak, CA., CSRS., CSRA., CSP
NIK. 211406021

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN
INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING
(Studi Kasus Pada Perusahaan Kelompok LQ45 Yang Terdaftar Di BEI
Periode 2017-2020)**

Disusun Oleh :

Farid Fajar Shidik

NIM: 31401606395

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada Tanggal, 14 April 2022

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing



Digitally signed by Maya
Indriastuti
DN: cn=Maya Indriastuti,
o=Universitas Sultan Agung
Semarang, ou=Fakultas Ekonomi,
email=maya@unissula.ac.id, c=ID
Date: 2022.04.11 17:36:05 +0700

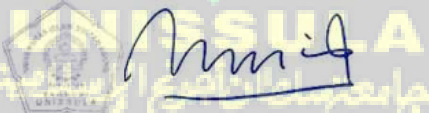
Maya Indriastuti, SE., Msi., Ak, CA., CSRS., CSRA., CSP
NIK. 211406021

Penguji I



Dr. Sri Anik., SE., M.Si
NIK.211403011

Penguji II



Dr. Dra. Winarsih, SE., M.Si., CSRS., CSRA
NIK.210493033

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Akuntansi pada tanggal, 14 April 2022

Ketua Program Studi Akuntansi



Dr. Dra. Winarsih, SE., M.Si., CSRS., CSRA

NIK.210493033

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Farid Fajar Shidik
NIM : 31401606395
Program Studi : S1 Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Menyatakan dengan sungguh bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel *Moderating*” adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip dan dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini hasil jiplakan orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 20 Juli 2022

Yang menyatakan,



Farid Fajar Shidik

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Farid Fajar Shidik

NIM : 31401606395

Program Studi : S1 Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Alamat Asal : Dk. Warga Mulya RT 10/ RW 04 Kretek, Paguyangan, Brebes

No. HP/ Email : 082302405105/ faridfajars21@gmail.com

Dengan ini menyatakan karya ilmiah berupa skripsi dengan judul :
"Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel *Moderating*". Dan menyetujuinya menjadi hak milik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung, Serta memberikan hak bebas royalti non-eksklusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data, dipublikasikan di internet dan media lain untuk kepentingan akademik selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran hak cipta atau plagiatisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 20 Juli 2022
Yang Membuat Pernyataan



Farid Fajar Shidik

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Orang berilmu dan beradab tidak akan diam di kampung halaman. Tinggalkan negerimu dan merantaulah ke negeri orang. Merantaulah, engkau akan dapatkan pengganti dari kerabat dan kawan. Berlelah-lelahlah, manisnya hidup terasa setelah berjuang.”

(Imam Syafi'i)

“Tak perlu terlalu terang, hanya cukup ada dan tak kunjung padam”



Skripsi ini kupersembahkan untuk:

- Allah SWT
- Bapak dan Ibu tercinta
- Keluarga tercinta
- Sahabat dan teman-temanku tercinta

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel *Moderating*”. Penyusunan Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan menyelesaikan program studi Sarjana (S1) dan mencapai gelar Sarjana Akuntansi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Dalam penulisan Skripsi tidak lepas dari bantuan semua pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Hj. Olivia Fachrunnisa, S.E.,M.Si.,Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Ibu Dr. Dra. Winarsih, SE, M.Si., CSRS., CSRA selaku Ketua Jurusan Program Studi Akuntansi.
3. Ibu Maya Indriastuti, SE., M.Si., Ak, CA., CSRS., CSRA., CSP selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya dengan sangat sabar untuk memberikan bimbingan motivasi, masukan-masukan, pengarahan dan saran yang sangat berguna bagi penulis.
4. Seluruh dosen dan staff karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang, yang telah memberikan bekal berupa ilmu pengetahuan sebagai dasar penulisan skripsi ini.
5. Keluarga tercinta Bapak Zenal Yatimin, Ibu Rubibah, Saudara Kandung Saya Mutiara Nuruzakiyah dan Qurota A’yuning Fitroh, yang telah

memberikan do'a, , bantuan semangat dan motivasinya selama penulis mengerjakan skripsi.

6. Bapak K.H Shodiq Hamzah, Ibu Hj. Masriah Ridwan, Bapak Dr. H. M. Shidqon Prabowo, S.H., M.H, Ibu Drg Hj. Rizki Amalina, M.Si, selaku Guru dan Orang Tua yang telah meluangkan waktunya dengan sangat sabar untuk memberikan bimbingan motivasi, masukan-masukan, pengarahan dan saran yang sangat berguna bagi penulis.
7. Teman-teman seperjuangan Jurusan Akuntansi Universitas Islam Sultan Agung Semarang Angkatan 2016.
8. Keluarga besar Pondok Pesantren Asshodiqiyah Semarang yang sudah mendoakan, memberi motivasi, memberi semangat dan bantuan yang selalu diberikan tanpa henti.
9. Keluarga besar grup CES (Fahmi, Hattama, Pebi, Ferdian, Jaenal, Hanifah, Inas) yang selalu memberikan motivasi dan semangat kepada penulis selama mengerjakan skripsi.
10. Rekan seperjuangan (Hanif, Hardi, Hamzah, Arief), yang selama ini sudah mendoakan, memberi semangat, memberi motivasi, dan berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi.
11. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebut satu persatu. Terima kasih atas bantuan yang diberikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan yang dimiliki penulis. Penulis mengharapkan segala bentuk kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih sempurna. Dan penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Semarang, 20 Juli 2022
Penulis

Farid Fajar Shidik
NIM: 31401606395



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
INTISARI.....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.2 Variabel Penelitian.....	12
2.2.1 Nilai Perusahaan.....	12
2.2.2 Corporate Social Responsibility.....	16
2.2.3 Intellectual Capital	19
2.2.4 Profitabilitas	24
2.3 Penelitian Terdahulu	26
2.4 Pengembangan Hipotesis	31

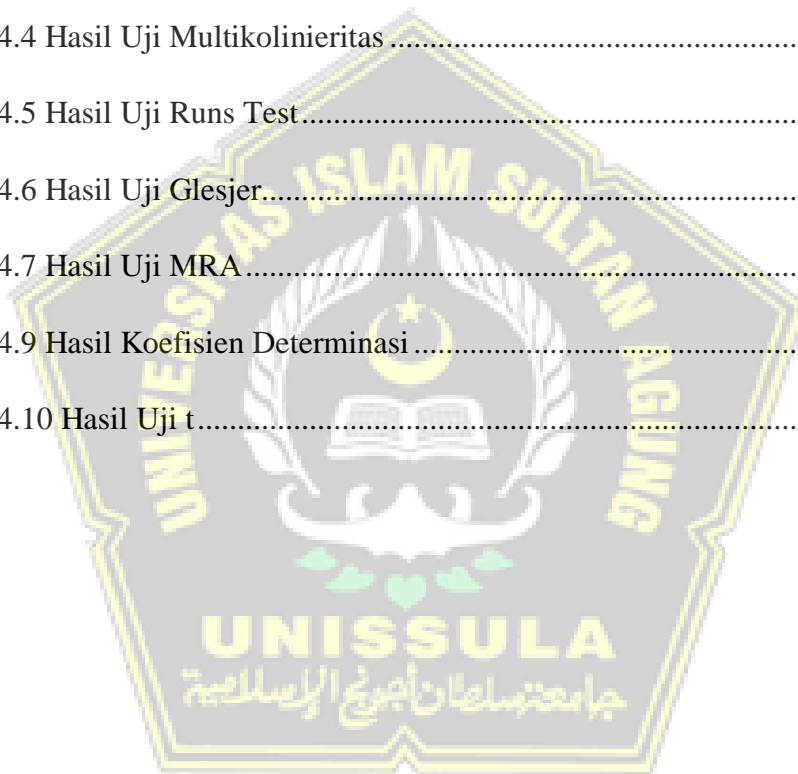
2.4.1	Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan	31
2.4.2	Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan.....	32
2.4.3	Pengaruh Profitabilitas memoderasi Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan	33
2.4.4	Pengaruh Profitabilitas memoderasi <i>Intellectual Capital</i> terhadap Nilai Perusahaan	34
2.5	Kerangka Penelitian	35
BAB III	METODE PENELITIAN.....	37
3.1	Jenis Penelitian.....	37
3.2	Populasi Dan Sampel	37
3.2.1	Populasi	37
3.2.2	Sampel.....	38
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	39
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	39
3.5	Variabel dan Indikator	39
3.5.1	Variabel Dependen.....	40
3.5.2	Variabel Independen	40
3.5.3	Variabel Moderating	45
3.6	Teknik Analisis	45
3.6.1	Analisis Deskriptif	46
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	46
3.6.3	Moderated Regression Analysis (MRA)	48
3.6.3.1	Uji kebaikan model.....	50
3.6.3.2	Uji hipotesis.....	51
BAB IV	HASIL PENELITIAN	53
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.2	Deskripsi Variabel	53
4.2.1	Statistik Deskriptif	53
4.3	Hasil Analisis	56
4.3.1	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	56
4.3.2	<i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i>	61
4.3.2.1	Hasil Uji Kebaikan Model.....	63

4.3.2.2 Uji Hipotesis	65
4.4 Pembahasan.....	67
BAB V PENUTUP.....	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Implikasi	74
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	76
5.4 Agenda Penelitian Mendatang	76
DAFTAR PUSTAKA	77



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pergerakan Harga Saham Pada Perusahaan LQ45 Tahun 2017-2020	2
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	20
Tabel 4.1 Perincian Sampel Penelitian.....	53
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif	54
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinieritas	58
Tabel 4.5 Hasil Uji Runs Test.....	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Glesjer.....	61
Tabel 4.7 Hasil Uji MRA.....	63
Tabel 4.9 Hasil Koefisien Determinasi.....	64
Tabel 4.10 Hasil Uji t.....	65



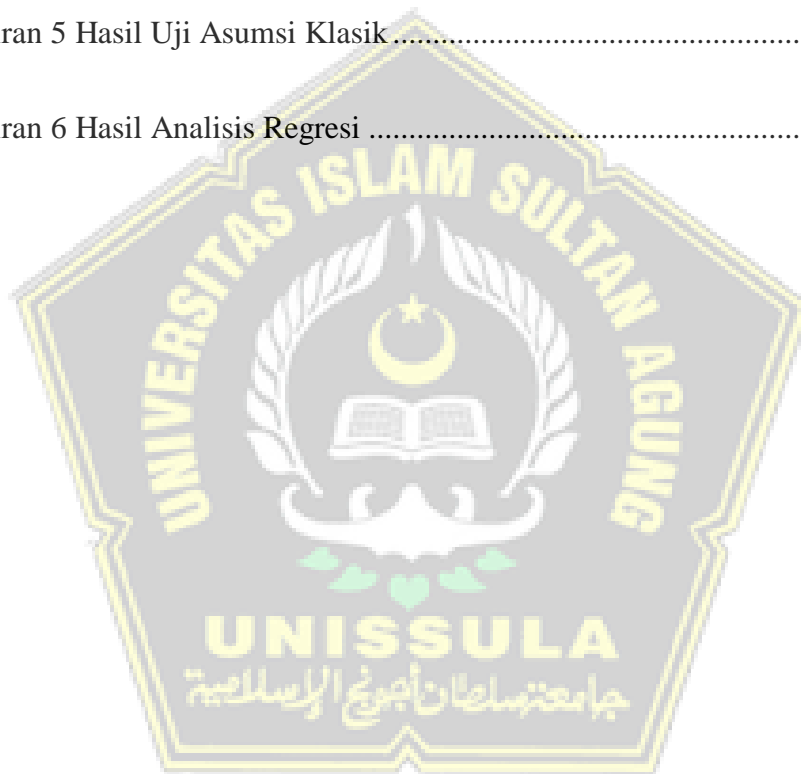
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	31
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

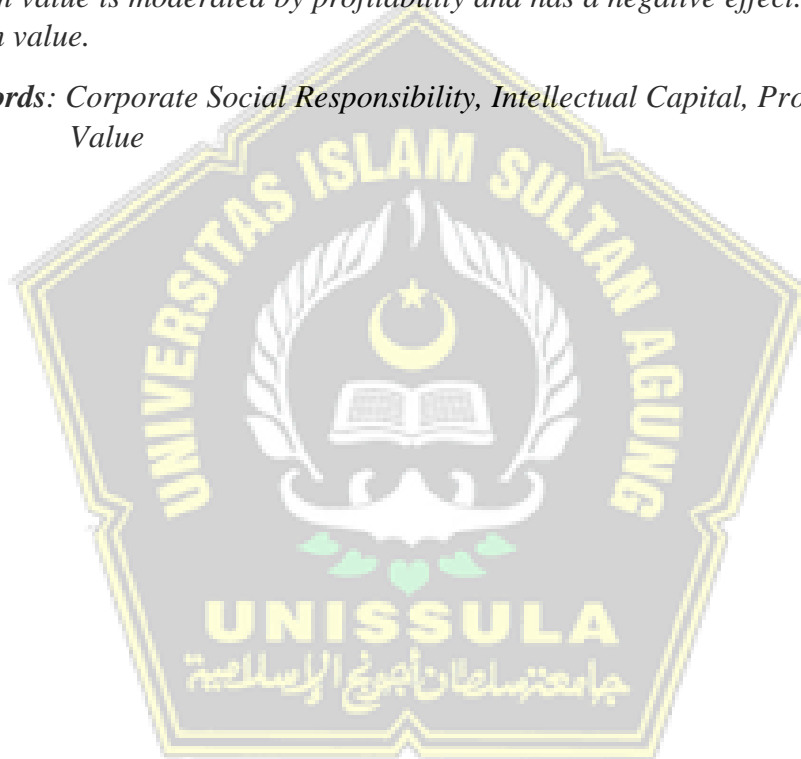
Lampiran 1 Daftar Indikator CSR.....	82
Lampiran 2 Daftar Sampel Perusahaan.....	90
Lampiran 3 Daftar Tabulasi Excel	91
Lampiran 4 Analisis Statistik Deskriptif.....	94
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	95
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi	98



ABSTRACT

The development of the business world is progressing very rapidly. One of the biggest competition in the industry in Indonesia are companies that are included in the LQ45 company index. . For this purpose, this study selected 25 LQ45 companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2020. Sampling using purposive sampling method and obtained 25 samples of companies. Data were analyzed using descriptive and Moderated Regression Analysis (MRA) methods. The findings show that CSR has a negative and insignificant effect on firm value, IC has a negative and insignificant effect on firm value, the effect of CSR on firm value is moderated by profitability and has a positive and significant effect on firm value, the effect of IC on firm value is moderated by profitability and has a negative effect. not significant to firm value.

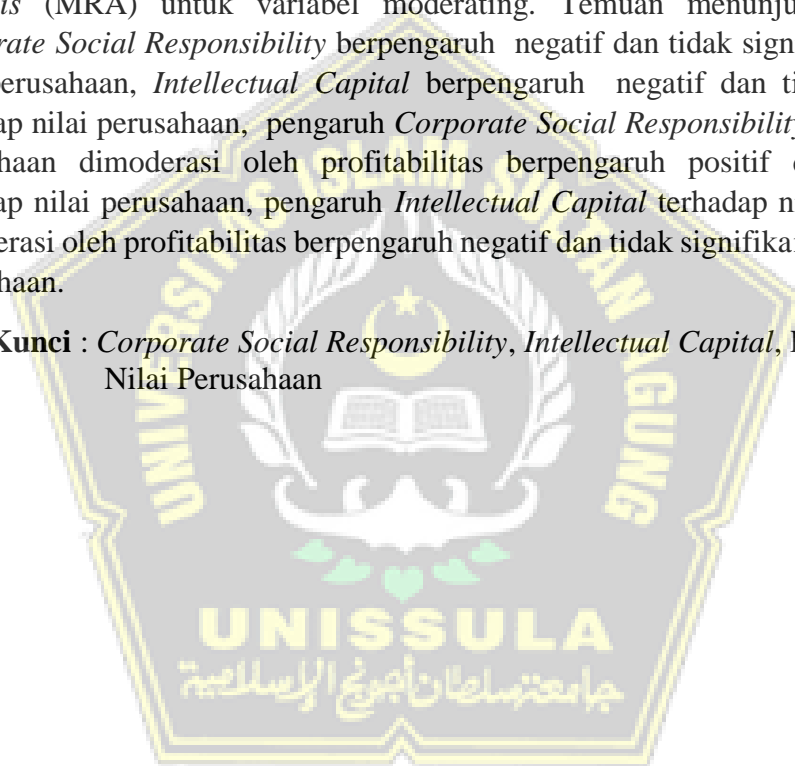
Keywords: *Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, Profitability, firm Value*



ABSTRAK

Perkembangan dunia bisnis mengalami kemajuan yang sangat pesat salah satu persaingan terbesar di dalam industri di Indonesia adalah perusahaan-perusahaan yang masuk ke dalam indeks perusahaan LQ45 Tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki dan menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel *Moderating*. Untuk keperluan tersebut, penelitian ini memilih 25 perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2020. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan diperoleh 25 sampel perusahaan. Data dianalisis menggunakan metode deskriptif dan metode *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk variabel moderating. Temuan menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, *Intellectual Capital* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dimoderasi oleh profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, pengaruh *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan dimoderasi oleh profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, Profitabilitas, Nilai Perusahaan



INTISARI

Penelitian ini mengungkapkan tentang permasalahan utama yaitu nilai perusahaan. pada penelitian ini meneliti 2 variabel independen yang diindikasikan mampu mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital*, serta 1 variabel moderating yaitu profitabilitas. Terdapat 4 hipotesis awal dalam penelitian ini, yaitu : a) *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, b) *Intellectual Capital* dapat berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, c) Profitabilitas dapat memperkuat hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan, d) Profitabilitas dapat memperkuat hubungan antara *Intellectual Capital* dengan Nilai Perusahaan.

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang bersumber dari Bursa Efek Indonesia (BEI) yang terdiri dari perusahaan LQ45 yang konsisten pada tahun 2017-2020. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Dari 45 perusahaan terdapat sebanyak 25 perusahaan yang memenuhi kriteria. Dalam pengujian menggunakan moderated regression analysis (MRA) dengan aplikasi SPSS 26.0.

Berdasarkan pengujian hipotesis dan studi ini, dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, *Intellectual Capital* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dimoderasi oleh profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, pengaruh *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan

dimoderasi oleh profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia bisnis mengalami kemajuan yang sangat pesat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya usaha atau industri yang baru muncul dan tingkat persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat dan kompetitif. Salah satu persaingan terbesar di dalam industri di Indonesia adalah perusahaan-perusahaan yang masuk ke dalam indeks perusahaan LQ45. Indeks LQ45 merupakan indeks yang terdiri dari 45 perusahaan dengan likuiditas tertinggi yang diseleksi melalui beberapa kriteria pemilihan. Selain pemilihan atas *likuiditas*, seleksi atas emiten-emiten tersebut juga mempertimbangkan kapitalisasi pasar (Jogiyanto Hartono 2017:172). Investor jangka panjang biasanya membidik saham di LQ45 sebagai acuan investasi. Bagi perusahaan yang masuk ke dalam indeks LQ45 merupakan suatu kehormatan bagi sebuah perusahaan karena itu berarti pelaku pasar modal sudah mengakui dan percaya bahwa tingkat *likuiditas* dan kapitalisasi pasar dari perusahaan tersebut baik.

Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga saham suatu perusahaan (Adeputra dan Wijaya, 2015). Harga saham yang tinggi akan berpengaruh pada peningkatan nilai pemegang saham yang dapat dinilai dari tingginya return yang akan diperoleh pemegang saham (investor). Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula keuntungan yang diperoleh oleh investor sehingga dapat mempengaruhi para investor untuk menanamkan modalnya pada saham perusahaan tersebut, membuat harga saham dan permintaan saham akan meningkat.

Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar modal percaya, tidak hanya pada kinerja perusahaan tetapi juga akan percaya pada prospek perusahaan di masa mendatang. Mempertahankan nilai perusahaan yang telah *go public* merupakan hal yang sangat penting, dikarenakan tingginya tingkat kesejahteraan pemegang saham dapat digambarkan dari tingginya nilai perusahaan. Tingginya tingkat nilai perusahaan dapat menggambarkan baik buruknya kinerja suatu perusahaan yang akan mempengaruhi persepsi investor pada perusahaan.

Tabel 1.1

Daftar pergerakan harga saham pada perusahaan LQ45 tahun 2017-2020

NO	Kode	Nama Saham	Tahun			
			2017	2018	2019	2020
1	ANTM	Aneka Tambang	625	765	840	1.935
2	BBNI	Bank Negara Indonesia	9.900	8.800	7.850	6.175
3	HMSP	H.M. Sampoerna Tbk.	4.730	3.710	2.100	1.505
4	TLKM	Telekomunikasi Indonesia	4.440	3.750	3.970	3.310
5	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	11.180	9.080	8.400	7.350

Sumber : IDX.co.id 2017-2020

Berdasarkan data dari IDX.co.id, Pada tahun 2017-2020 harga saham perusahaan Aneka Tambang (Persero) Tbk mengalami kenaikan, sedangkan harga saham pada perusahaan Telekomunikasi Indonesia selama tahun 2017-2020 mengalami naik turun. Berbeda pula harga saham pada perusahaan Bank Negara Indonesia, H.M. Sampoerna, dan Unilever Indonesia selalu mengalami penurunan di setiap tahunnya. Perusahaan dalam kegiatan operasinya perlu memperhatikan pembangunan ekonomi, pembangunan sosial dan perlindungan lingkungan untuk dapat mempertahankan keberlangsungan suatu usaha dan pembangunan yang

berkelanjutan. Salah satunya diperlukan adanya tanggung jawab dengan memperhatikan kondisi lingkungan seperti kerusakan lingkungan sekitar serta kesenjangan sosial yang diakibatkan dari adanya kegiatan perusahaan yang tidak terkendali terhadap sumber daya untuk memperoleh laba (Dzikir et al., 2020).

Berdirinya kawasan industri menimbulkan berbagai dampak seperti dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan yang membuat perusahaan wajib untuk bertanggung jawab atas dampak yang ditimbulkan kepada publik khususnya masyarakat di sekitar wilayah perusahaan (Tenriwaru *dkk*, 2018). Sehingga muncul kesadaran untuk mengurangi dampak yang dapat ditimbulkan dari kegiatan bisnis yakni dengan melakukan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR). Aktivitas CSR dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan atas kegiatan operasinya kepada sosial dan lingkungan hidup.

Investor lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang menerapkan program CSR sebagai kegiatan usahanya yang dapat meningkatkan nilai perusahaan, sejalan dengan penelitian Dzikir *dkk* (2020) yang menyatakan bahwa point plus yang didapatkan perusahaan dari melaksanakan aktivitas CSR akan membuat nilai perusahaan naik, sehingga menjadi daya tarik bagi investor. Pasar akan memberikan apresiasi positif pada perusahaan yang melakukan aktivitas CSR yang ditunjukkan dengan meningkatnya harga saham yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan, sehingga pasar akan percaya bahwa perusahaan di masa mendatang akan terus berkembang dan berkelanjutan. Pelaksanaan CSR membuat citra perusahaan akan meningkat sehingga loyalitas konsumen menjadi semakin tinggi (Dzikir et al., 2020). Dengan meningkatnya loyalitas konsumen

yang tinggi dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan meningkat, sehingga dengan adanya pelaksanaan CSR, diharapkan tingkat profitabilitas dan nilai perusahaan juga meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh (Dzikir *dkk*, 2020) menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan serta profitabilitas tidak mampu memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan yang berarti profitabilitas dapat memperlemah hubungan CSR terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Tenriwaru dan Nasaruddin, 2020) menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Namun hasil ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Wahyuni, 2018) bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Berbeda pula dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Ayem dan Ginting, 2020) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas dapat memperkuat pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Tidak hanya melalui aktivitas CSR, investor akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan, tetapi investor juga akan tertarik pada perusahaan yang menerapkan prinsip (*knowledge based-resources*) dimana perusahaan akan menciptakan suatu cara untuk mengelola pengetahuan sebagai sarana untuk memperoleh penghasilannya. *Intellectual Capital* (IC) menjadi salah satu pendekatan yang digunakan dalam penilaian dan pengukuran dari *knowledge asset*.

Sejalan dengan pernyataan dari (Sayyidah dan Saifi, 2017) bahwa pengetahuan berbasis sumber daya manusia (*knowledge based-resources*) menjadi salah satu strategi bersaing yang merupakan kunci kesuksesan dalam persaingan yang terjadi antar perusahaan. *Intellectual Capital* (IC) atau modal intelektual menjadi salah satu hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh pihak investor.

Menurut Lestari dan Sapitri (2016) *Intellectual capital* (IC) merupakan informasi dan pengetahuan yang dapat diterapkan dalam bekerja untuk menciptakan nilai perusahaan. Indikator yang digunakan untuk mengukur *intellectual capital* adalah *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC). VAIC merupakan alat untuk mengukur kinerja *intellectual capital* suatu perusahaan. VAIC ini terdiri dari tiga komponen yaitu VACA (*value added capital employed*), VAHU (*value added human capital*), dan STVA (*structural capital value added*). Ketiga komponen tersebut merupakan aspek penting yang diperlukan oleh perusahaan dikarenakan *intellectual capital* mempunyai nilai atau value yang tinggi sehingga dapat meningkatkan kinerja suatu perusahaan dan menciptakan nilai perusahaan.

Intellectual capital memiliki peran penting dalam kemajuan dan keberhasilan bisnis berbasis pengetahuan, karena berhubungan dengan pengetahuan sebagai sumber daya ekonomi dalam suatu perusahaan. *Intellectual capital* terkait dengan keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan seiring dengan meningkatnya kinerja *intellectual capital* yang dimiliki perusahaan. Modal intelektual dapat dikatakan baik apabila perusahaan dapat mengembangkan kemampuan untuk memotivasi karyawannya agar dapat

berinovasi dan dapat meningkatkan produktivitasnya, serta memiliki sistem dan struktur yang dapat mendukung perusahaan dalam mempertahankan bahkan meningkatkan profitabilitas dan nilai perusahaan (Sayyidah dan Saifi, 2017).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Lestari, Satyawan, 2018), (Sayyidah dan Saifi, 2017) menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Lestari dan Sapitri, 2016) menyatakan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Lestari dan Satyawan, 2018), (Lestari, 2018) menyatakan bahwa profitabilitas dapat memoderasi antara *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sayyidah dan Saifi (2017) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan dalam memoderasi hubungan antara *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi yang diduga dapat berpengaruh memperkuat atau memperlemah hubungan *Corporate Social Responsibility* dan *intellectual capital* dengan nilai perusahaan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi dinilai memiliki prospek yang baik yang dapat memberikan manfaat ekonomi di masa depan membuat investor tertarik untuk meningkatkan permintaan saham yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (fahrany 2021). Pengambilan keputusan investasi oleh calon investor dapat dilakukan dengan mempertimbangkan nilai profitabilitas yang dicapai oleh perusahaan di samping kinerja dan tanggung jawab sosial. Harapannya dapat meningkatkan nilai perusahaan karena banyaknya permintaan investasi oleh para

investor atas tingginya nilai profitabilitas di dalam perusahaan tersebut (Fahrany 2021).

Besarnya tingkat profitabilitas dapat menunjukkan bahwa perusahaan mampu untuk memperoleh laba yang maksimal, sehingga perusahaan dapat meningkatkan kegiatan tanggung jawab sosial serta dapat mengungkapkan tanggung jawab sosialnya lebih luas dalam laporan tahunan (Kalsum, 2017). Dengan pengukuran profitabilitas menggunakan rasio *return on equity* (ROE), maka pemanfaatan aset dan sumber daya yang dikelola perusahaan dapat diketahui keefisienan penggunaannya, sehingga *intellectual capital* perusahaan dapat dikelola secara efektif dengan meminimumkan biaya untuk memperoleh laba yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Lestari dan Satyawan, 2018).

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Ayem dan Ginting, 2020), (Tenriwaru dan Nasariddin, 2020), (Nurhayati dkk, 2021), (Lestari dan Satyawan, 2018), (Sayyidah dan Saifi, 2017), dan (Lestari, 2018) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda halnya dengan hasil penelitian dari (Dzikir dan Tenriwaru, 2020) dan (Rahayu dan Sari, 2018) yang menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Adanya perbedaan dari hasil penelitian-penelitian terdahulu maka penelitian ini mereplikasi penelitian dari Ayem dan Ginting (2020) dengan penambahan variabel independen yaitu *intellectual capital* yang merujuk pada penelitian Lestari dan Satyawan (2018). Penambahan variabel *intellectual capital* ini dikarenakan *Intellectual Capital* dipandang sesuatu yang penting dan dapat memberikan pengaruh positif untuk meningkatkan nilai perusahaan. Pada

penelitian ini akan memfokuskan penelitian pada perusahaan kelompok LQ45 yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2020.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian sebelumnya masih terdapat beberapa hasil yang tidak konsisten mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating, sehingga masih diperlukan penelitian lebih lanjut dan dengan menambahkan variabel baru yakni *intellectual capital* sebagai variabel independennya. Penelitian tersebut sebagai upaya untuk menekankan bahwa dengan menambahkan *intellectual capital* sebagai variabel independen dapat meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Berdasarkan latar belakang yang ada, dapat ditarik beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan?
2. Bagaimana pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan?
3. Bagaimana pengaruh Profitabilitas dalam memperkuat hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan?
4. Bagaimana pengaruh Profitabilitas dalam memperkuat hubungan antara *Intellectual Capital* dengan Nilai Perusahaan?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Studi ini mencoba menempatkan variabel profitabilitas sebagai variabel moderating yang diharapkan dapat menjembatani hubungan *Corporate social responsibility* dan *intellectual capital* dengan nilai perusahaan. Oleh karena itu, pertanyaan penelitian diajukan sebagai berikut :

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah *Intellectual Capital* dapat berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah Profitabilitas dapat memperkuat hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan?
4. Apakah Profitabilitas dapat memperkuat hubungan antara *Intellectual Capital* dengan Nilai Perusahaan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji secara empiris :

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. pengaruh *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan.
3. Peran profitabilitas dalam memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.
4. Peran profitabilitas dalam memperkuat *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan implikasi dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan akan memberi manfaat kepada berbagai pihak:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi tambahan bagi penelitian lanjutan mengenai faktor-faktor yang mengenai nilai perusahaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan LQ45

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk memberikan masukan bagi pengambilan kebijakan dan keputusan peningkatan nilai perusahaan.

b. Bagi Investor

Penelitian ini dapat digunakan investor sebagai referensi dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi yang menguntungkan pada perusahaan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Teori stakeholder pertama kali digagas oleh R. Edward Freeman (1984) yang menyatakan bahwa teori stakeholder adalah teori mengenai organisasional manajemen dan etika bisnis yang membahas moral dan nilai dalam mengatur organisasi. Dinyatakan dalam teori stakeholder bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun juga harus mampu memberikan manfaat bagi para stakeholder-nya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder perusahaan tersebut. Asumsi teori stakeholder dibangun atas dasar pernyataan bahwa perusahaan berkembang menjadi sangat besar dan menyebabkan masyarakat menjadi sangat terkait dan memerhatikan perusahaan, sehingga perusahaan perlu menunjukkan akuntabilitas maupun responsibilitas secara lebih luas dan tidak terbatas hanya kepada pemegang saham.

Adanya teori stakeholder ini memberikan landasan bahwa suatu perusahaan harus mampu memberikan manfaat bagi stakeholder-nya. Manfaat tersebut dapat diberikan dengan cara menerapkan program *corporate social responsibility* (CSR). Adanya program tersebut pada perusahaan diharapkan akan meningkatkan kesejahteraan bagi karyawan, pelanggan, dan masyarakat lokal. Sehingga diharapkan terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan lingkungan sekitar.

2.4.2 2.1.2 Teori Resource Based View (RBV theory)

Teori *Resource Based View* (RBV) dipelopori pertama kali oleh Wernerfelt (1984). Teori RBV memandang bahwa sumber daya dan kemampuan perusahaan penting bagi perusahaan, karena merupakan pokok atau dasar dari kemampuan daya saing serta kinerja perusahaan. Asumsi dari teori RBV yaitu mengenai bagaimana suatu perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain, dengan mengelola sumber daya yang dimiliki perusahaan yang bersangkutan sesuai dengan kemampuan perusahaan dalam mencapai keunggulan kompetitif perusahaan.

Teori *Resource Based View* (RBV) ini memperjelas jika perusahaan dapat mengendalikan *intellectual capital* secara optimal, dalam hal ini semua sumber daya yang ada di perusahaan, baik *structural capital*, *capital employed* maupun karyawan (*human capital*), akan mampu meningkatkan nilai perusahaan.

2.2 Variabel Penelitian

2.2.1 Nilai Perusahaan

Menurut Tenriwaru dan Nasaruddin (2020) menyatakan bahwa nilai perusahaan diartikan sebagai nilai pasar. Nilai perusahaan dapat menggambarkan pandangan terkait kinerja suatu perusahaan. Suatu perusahaan dapat dikatakan memiliki nilai yang baik apabila kinerja perusahaan juga baik. Publik akan menilai bahwa perusahaan memiliki nilai yang tinggi apabila perusahaan tersebut dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham. Tujuan utama perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan dapat dicapai dengan meningkatkan tingkat kemakmuran pemilik atau pemegang saham.

Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga saham suatu perusahaan. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula keuntungan yang akan didapatkan sehingga membuat investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada saham di perusahaan tersebut. Nilai perusahaan yang tinggi akan meyakinkan pasar modal bahwa tidak hanya kinerja perusahaan, tetapi juga prospek masa depan perusahaan. Tingginya tingkat nilai perusahaan dapat menggambarkan kualitas perusahaan yang akan mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan sehingga membuat investor semakin yakin dengan kinerja perusahaan.

Ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan antara lain:

1. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio (PER) merupakan rasio yang menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang rela dikeluarkan oleh para investor guna membayar setiap dolar laba yang dilaporkan perusahaan (*Brigham dan Houston, 2006*). Rasio ini berguna untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh oleh para pemegang saham atau investor.

Adapun kegunaan dari *Price Earning Ratio* itu sendiri untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja sebuah perusahaan yang dicerminkan oleh *earning per share* nya. Rasio ini juga menunjukkan hubungan antara pasar saham dengan *earning per share*.

Adapun rumus dari PER adalah sebagai berikut :

$$\text{PER} = \frac{\text{Market price per share}}{\text{Earning per share}}$$

2. Price to Book Value (PBV)

Price to Book Value adalah sesuatu rasio yang menunjukkan apakah harga saham suatu perusahaan yang diperdagangkan *overvalued* (diatas) atau *undervalued* (dibawah) nilai buku saham perusahaan tersebut (Fakhruddin dan Hadianto, 2001).

Untuk perusahaan-perusahaan yang operasionalnya berjalan dengan baik, maka umumnya rasio ini akan mencapai diatas satu, dimana akan menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai buku perusahaan. Semakin besar rasio PBV ini maka akan semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para investor relative dibandingkan dengan dana yang telah eraka tanakan diperusahaan.

Rumus yang digunakan untuk mengukur *Price to Book Value* (PBV) adalah sebagai berikut :

$$\text{PBV} = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per Share}}$$

3. *Tobin's Q*

Metode *Tobin's Q* yang dikembangkan oleh *James Tobin* dapat menjadi alternatif lain yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan. *Tobin's Q* dapat dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham sebuah perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan (*Weston dan Copeland, 2001*).

Secara konsep Rasio *Q* lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku, hal ini dikarenakan rasio ini berfokus pada beberapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap beberapa biaya yang akan dibutuhkan untuk menggantinya pada saat ini.

Rumus dari *Tobin's Q* adalah sebagai berikut :

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Keterangan:

EMV : Nilai Pasar Ekuitas

D (*Debt*) : Nilai buku dari total hutang

EBV : Nilai buku dari total aktiva

Jika nilai pasar semata-mata merefleksikan asset yang tercatat suatu perusahaan maka *Tobin's Q* akan sama dengan 1. Jika *Tobin's Q* lebih besar dari 1, maka nilai pasar lebih besar dari nilai asset perusahaan yang tercatat. Hal ini menandakan bahwa saham *overvalued*. Apabila *Tobin's Q* kurang

dari 1, nilai pasarnya lebih kecil dari nilai tercatat asset perusahaan. Ini menandakan bahwa saham *undervalued* yang juga dapat diartikan sebagai potensi pertumbuhan investasi investasi.

Penelitian ini menggunakan pengukuran nilai perusahaan Tobin's Q. Pengukuran ini dinilai dapat memberikan informasi terbaik, karena Tobin's Q mengandung semua unsur hutang dan ekuitas perusahaan, tidak hanya saham biasa, tidak hanya ekuitas perusahaan, tetapi juga semua aset perusahaan (Fauzi, Suransi, dan Alamsyah, 2016). Menurut Fahrany (2021) semakin besar nilai Tobin's Q, semakin baik prospek pertumbuhan perusahaan. Hal ini dapat dilihat karena dibandingkan dengan nilai buku aset perusahaan, semakin besar nilai pasar aset perusahaan maka semakin banyak investor yang rela berkorban untuk memiliki perusahaan.

2.2.2 Corporate Social Responsibility

Pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)* menurut *The World Business Council for Sustainable Development* ialah komitmen berkelanjutan dari para pelaku bisnis untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, pada saat yang sama meningkatkan kualitas hidup dari para pekerja dan keluarganya demikian pula masyarakat lokal dan masyarakat secara luas.

Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan akan memiliki berbagai dampak terhadap lingkungan internal maupun lingkungan eksternal perusahaan. Perusahaan dituntut untuk

mengelola dampak kegiatan perusahaan agar memungkinkan terciptanya pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*). Pembangunan berkelanjutan tentunya hanya akan dapat diraih bila perusahaan dapat mengelola dampak operasi mereka pada tiga tataran dampak, yakni ekonomi, sosial dan lingkungan (Solihin, 2009).

Salah satu faktor yang dapat menarik minat investor untuk berinvestasi yakni dengan penerapan CSR dalam perusahaan. Investor lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang menerapkan program CSR sebagai kegiatan usahanya. Didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dzikir dkk., 2020) menunjukkan bahwa keuntungan yang didapat dari adanya kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan yakni akan membuat nilai perusahaan semakin naik, maka investor akan tertarik dan mempertimbangkan untuk berinvestasi.

Menurut Rahardjo (2019) menyatakan bahwa ada 3 prinsip utama CSR, yaitu:

1) *Sustainability*

Prinsip ini berkaitan dengan dampak sebuah tindakan yang diambil saat ini dapat memiliki beberapa kemungkinan ketersediaan sumber daya di masa depan. Apakah sumber daya tersebut cukup atau tidak di masa depan. Apabila sumber daya yang dimiliki terbatas, maka hal ini menjadi perhatian penting.

2) *Accountability*

Prinsip ini berkaitan dengan pengakuan perusahaan dalam melakukan tindakan yang mempengaruhi lingkungan sekitar perusahaan dan karena pengakuan tersebut perusahaan berasumsi untuk bertanggung jawab pada

tindakan yang dilakukan. Prinsip ini berdampak pada perhitungan dari tindakan yang akan diambil perusahaan baik internal organisasi maupun eksternal.

3) *Transparancy*

Transparancy merupakan prinsip dasar mekanisme pelaporan perusahaan, pelaporan yang diungkapkan, diharapkan setiap aktivitas yang dilakukan dipastikan akan dilaporkan secara fakta yang ada dan tidak disembunyikan dalam laporan tersebut.

Pengukuran dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini menggunakan *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI). Informasi mengenai *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI) yang akan digunakan dalam penelitian ini berdasarkan GRI. Perhitungan indeks CSDI dilakukan dengan menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian yang diungkapkan oleh perusahaan diberikan nilai 1 dan nilai 0 jika tidak diungkapkan Hanifa dkk (2005) dalam Sayekti dan Wondabio (2007). Selanjutnya skor dari keseluruhan item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSDI adalah sebagai berikut (Hanifa dkk (2005) dalam Sayekti dan Wondabio (2007).

Rumusnya adalah :

$$\text{CSRI}_j = \sum X_{ij}/n_j$$

Keterangan :

CSRI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan jn

J : Jumlah item untuk perusahaan j , $n_j = 91$ (Skor maksimal)

$\sum X_{ij}$: Jumlah total pengungkapan CSR oleh perusahaan.

1 = jika item diungkapkan

0 = jika item tidak diungkapkan.

Dengan demikian, $0 < CSRI_j < 1$

2.2.3 Intellectual Capital

Intellectual Capital atau modal intelektual didefinisikan sebagai informasi dan pengetahuan yang digunakan dalam pekerjaan untuk menciptakan nilai di suatu perusahaan (Williams, 2001). Menurut Lestari dan Sapitri (2016) *intellectual capital* merupakan kombinasi dari aset tidak berwujud yang terdiri dari pasar, *intellectual property*, sumber daya manusia dan infrastruktur, yang dapat berperan dalam pekerjaan. Kategori pengetahuan dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu pengetahuan terkait karyawan (*human capital*), pengetahuan terkait pelanggan (*customer capital*), dan pengetahuan terkait perusahaan (*structural capital*). Ketiga kategori tersebut dapat membentuk *intellectual capital* untuk perusahaan. Menurut Sukiati, Nuryani, dan Leviany (2015) modal intelektual didefinisikan sebagai kombinasi dari sumber daya tidak berwujud dan aktivitas yang memungkinkan organisasi untuk mengubah materi, keuangan dan sumber daya manusia menjadi sistem keterampilan yang menciptakan nilai bagi para pemangku kepentingan. 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. Nilai

yang diberikan investor kepada perusahaan akan tercermin dari harga saham perusahaan.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa *intellectual capital* merupakan asset tak berwujud yang berupa sumber daya pengetahuan yang digunakan dalam kegiatan untuk menciptakan nilai bagi perusahaan. Sumber daya pengetahuan yang tinggi dapat membuat investor memberikan nilai yang tinggi untuk suatu perusahaan yang tercermin dari harga saham perusahaan tersebut.

Intellectual capital dapat diukur dengan VAIC (*Value Added Intellectual Coefficient*). VAIC merupakan metode yang dikembangkan oleh Pulic pada tahun 1997 untuk memberikan informasi efisiensi nilai tambah (*value creation efficiency*) dari aset berwujud (*tangible asset*) dan aset tidak berwujud (*intangible assets*) yang dimiliki oleh perusahaan. VAIC merupakan alat untuk mengukur kinerja *intellectual capital* perusahaan. Metode ini relatif mudah dan memungkinkan untuk diterapkan karena dibangun berdasarkan akun-akun (neraca, laporan laba rugi) dalam laporan keuangan perusahaan (Ulum, 2008).

Model ini diawali dengan kemampuan perusahaan menciptakan *value added* (VA). *Value added* merupakan merupakan indikator yang paling obyektif untuk mengevaluasi keberhasilan usaha dan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai (*value creation*). VA dihitung antara selisih output dan input. Output (OT) mencakup semua produk dan jasa yang dijual ke pasar, sedangkan input (IN) mencakup semua beban yang digunakan. Poin penting dari

model ini adalah bahwa beban tenaga kerja (*labour expenses*) tidak termasuk dalam IN. Karena peran aktifnya dalam proses penciptaan nilai (*value creation*), potensi intelektual dinyatakan dalam *labour expenses* tidak dihitung sebagai biaya. Oleh karena itu, aspek kunci dari model Pulic adalah memperlakukan tenaga kerja sebagai entitas yang menciptakan nilai. VA dipengaruhi oleh efisiensi *human capital*, *structural capital*, dan *capital employed* (Ulum, 2008).

Berdasarkan metode VAIC pembentuknya terdapat tiga komponen, yaitu:

a. *Value Added Capital Employed (VACA)*

VACA adalah indikator untuk VA yang diciptakan oleh satu unit dari physical capital. Pulic berasumsi bahwa jika memiliki 1 unit *capital employed* (CE) menghasilkan *return* yang lebih besar dibandingkan perusahaan lain, itu berarti perusahaan tersebut lebih baik dalam memanfaatkan CE-nya. Oleh karena itu, pemanfaatan CE yang lebih baik adalah bagian dari *intellectual capital* (IC) perusahaan (Ulum, 2008).

b. *Value Added Human Capital (VAHU)*

Human capital mencerminkan kemampuan kolektif untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh personel internal perusahaan, yang dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan tersebut. *Human capital* merupakan kombinasi dari pengetahuan, keahlian (*skill*), kemampuan berinovasi untuk menyelesaikan tugas yang terdiri dari nilai perusahaan, kultur, dan filsafat (Bontis, 2000).

c. *Structural Capital Value Added (STVA)*.

Menurut Ulum (2008) *structural capital* merupakan jumlah dari *structural capital* yang dibutuhkan untuk menghasilkan 1 rupiah nilai dari nilai tambah (*value added*), dan ini menunjukkan bagaimana mencapai keberhasilan menciptakan nilai dengan *structural capital*. *Structural capital* adalah kemampuan organisasi untuk memenuhi proses rutinitas dan struktur perusahaan. Struktur ini mendukung karyawan dalam upaya mereka untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal dan kinerja bisnis secara keseluruhan, seperti sistem operasi perusahaan, budaya organisasi, filosofi manajemen dan segala bentuk *intellectual property* yang dimiliki oleh perusahaan (Sawarjuwono dan Kadir, 2003).

Menurut Pulic dalam Sayyidah (2017) tahapan perhitungan VAIC adalah sebagai berikut :

1. Langkah pertama menghitung *Value Added* (VA)

$$VA = OUT - IN$$

Keterangan :

VA : *Value added*.

OUT : Output : total penjualan dan pendapatan lain.

IN : Input : beban penjualan dan biaya lain-lain (kecuali beban karyawan).

2. Langkah kedua menghitung *Value Added Capital Employed* (VACA)

VACA merupakan indikator VA yang dibuat oleh satu unit dari *physical capital*. Rasio ini menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap unit CE terhadap *value added* organisasi.

$$\text{VACA} = \text{VA} : \text{CE}$$

Keterangan :

VACA : *Value Added Capital Employed*: rasio VA terhadap CE.

VA : *Value Added*.

CE : *Capital Employed*: dana yang tersedia (ekuitas, laba bersih).

3. Langkah ketiga menghitung *Value Added Human Capital* (VAHU)

VAHU menunjukkan berapa banyak VA dapat dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan dengan tenaga kerja. Rasio ini menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap rupiah yang diinvestasikan untuk HC terhadap value added organisasi.

$$\text{VAHU} = \text{VA} : \text{HC}$$

Keterangan :

VAHU : *Value Added Human Capital*: rasio VA terhadap HC

VA : *Value Added*

HC : *Human Capital* : beban karyawan (jumlah beban gaji dan karyawan)

4. Langkah keempat menghitung *Structural Capital Value Added* (STVA).

Rasio ini mengukur jumlah SC yang dibutuhkan untuk menghasilkan 1 rupiah dari VA, yang menunjukkan indikasi keberhasilan SC dalam penciptaan nilai.

$$\text{STVA} = \text{SC} : \text{VA}$$

Keterangan :

STVA : *Structural Capital Value Added*: rasio SC terhadap VA

SC : *Structural Capital* : VA- HC

VA : *Value Added*

5. Langkah kelima menghitung VAIC (*Value Added Intellectual Coefficient*) digunakan sebagai indikator untuk mengukur kemampuan intelektual perusahaan.

$$VAIC = VACA + VAHU + STVA$$

Keterangan :

VAIC : *Value Added Intellectual Coefficient*

VACA : *Value Added Capital Employed*

VAHU : *Value Added Human Capital*

STVA : *Structural Capital Value Added*

2.2.4 Profitabilitas

Rasio profitabilitas adalah sekumpulan rasio yang menunjukkan pengaruh gabungan dari likuiditas, manajemen aktiva, dan utang pada hasil operasi (Brigham dan Houston, 2010). Rasio yang biasa digunakan untuk mengukur dan membandingkan kinerja dari profitabilitas adalah *gross profit margin*, *operating profit margin*, *net profit margin*, *return on equity* dan *return on assets* (Ahmar dan Kurniawan, 2007).

Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan (*Brigham dan Houston, 2006:107*). Profit dalam kegiatan operasional perusahaan merupakan elemen penting untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan pada masa yang akan datang. Keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan untuk dapat bersaing dipasar. Profitabilitas adalah ukuran kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan baik berdasarkan total aset, total modal ataupun total pembelian (Aulia, Mustikawati, dan Hariyanto, 2020). Profitabilitas memberikan gambaran seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan, tanpa adanya keuntungan sangat sulit untuk menarik para investor (Rahayu dan Sari, 2018). Para investor tentu melihat seberapa besar profit yang dihasilkan suatu perusahaan sehingga bisa melihat keuntungan dimasa depan apabila menanamkan modal di perusahaan tersebut.

Rasio profitabilitas merupakan alat ukur kesuksesan sebuah perusahaan yang utama dan indikator penting dalam mengevaluasi kinerja manajer. Dalam penelitian ini profitabilitas yang dijadikan sebagai variabel moderating adalah ROE. ROE (*return on equity*) merupakan suatu pengukuran dari penghasilan (*income*) yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik pemegang saham biasa maupun saham preferen) atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan, maka semakin tinggi nilai rasio ini maka semakin baik pula bagi pemegang saham perusahaan.

Rumus menghitung ROE secara sistematis menggunakan rumus berikut :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dapat diikhtisarkan sebagai berikut:

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

NO	PENELITI (TAHUN)	VARIABEL, ALAT ANALISIS, SAMPEL	HASIL
1	Sri Ayem, Bunga Hati Br Ginting (2020)	<ul style="list-style-type: none"> • Independen <i>Corporate Social Responsibility</i> • Dependen Nilai perusahaan • Moderating Profitabilitas • Alat ukur <i>Moderated regression analysis (MRA)</i> • Sampel Perusahaan LQ45 yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018 	<ul style="list-style-type: none"> • CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. • Profitabilitas memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan
2	A. Nurul Dzikir, Syahnur, Tenriwaru (2020)	<ul style="list-style-type: none"> • Independen <i>Corporate Social Responsibility</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • CSR berpengaruh positif dan signifikan

		<ul style="list-style-type: none"> • Dependen Nilai perusahaan • Moderating Profitabilitas • Alat ukur <i>Moderated regression analysis (MRA)</i> • Sampel Perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018 	<p>terhadap nilai perusahaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profitabilitas tidak mampu memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan.
3	Sri Fitri Wahyuni (2018)	<ul style="list-style-type: none"> • Independen <i>Corporate Social Responsibility</i> • Dependen Nilai perusahaan • Moderating Profitabilitas • Alat ukur Analisis regresi linear sederhana, <i>Moderated regression analysis (MRA)</i> • Sampel perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015 	<ul style="list-style-type: none"> • CSR secara parsial Tidak mempengaruhi nilai perusahaan • ROA secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan • ROA tidak dapat memoderasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan.
4	Tenriwaru, Fadliah Nasaruddin (2020)	<ul style="list-style-type: none"> • Independen Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengungkapan CSR berpengaruh negatif tidak signifikan

		<ul style="list-style-type: none"> • Dependen Profitabilitas • Moderating nilai perusahaan • Alat ukur Analisis regresi linear berganda • Sampel perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016 	<p>terhadap nilai Perusahaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.
5	Nurhayati, Eliana, Neneng Jusniarti (2021)	<ul style="list-style-type: none"> • Independen Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> • Dependen Profitabilitas • Moderating nilai perusahaan • Alat ukur Analisis regresi linear berganda • Sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2018 	<ul style="list-style-type: none"> • CSR dan Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan • Hasil pengujian profitabilitas berpengaruh terhadap hubungan antara CSR terhadap Nilai Perusahaan.
6	Dyah Ayu Dwi Lestari, Made Dudy Satyawan (2018)	<ul style="list-style-type: none"> • Independen <i>Intellectual capital</i> • Dependen Nilai perusahaan • Moderating Profitabilitas • Alat ukur 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Intellectual Capital</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan • Profitabilitas dapat memoderasi antara <i>intellectual capital</i> dan nilai perusahaan

		<p><i>Moderated regression analysis (MRA)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Sampel perusahaan perbankan dan asuransi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2016 	
7	Ulfah Sayyidah, Muhammad Saifi (2017)	<ul style="list-style-type: none"> • Independen <i>Intellectual capital</i> • Dependen Nilai perusahaan • Moderating Profitabilitas • Alat ukur Analisis regresi linear berganda, <i>Moderated regression analysis (MRA)</i> • Sampel Perusahaan Sub Sektor Property Dan Real Estate Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015 	<ul style="list-style-type: none"> • VAIC berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan • Untuk uji t hanya VAHU yang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan • sedangkan VACA dan STVA tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan • profitabilitas berpengaruh signifikan dalam memoderasi hubungan antara VAIC terhadap nilai perusahaan.
8	Nanik Lestari, Rosi Candra Sapitri (2016)	<ul style="list-style-type: none"> • Independen <i>Intellectual capital</i> • Dependen Nilai perusahaan • Alat ukur Analisis regresi linear berganda, statistik deskriptif 	<ul style="list-style-type: none"> • VAIC tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

		<ul style="list-style-type: none"> • Sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2010-2013 	
9	Dessianti Ayu Astika Lestari (2018)	<ul style="list-style-type: none"> • Independen <i>Intellectual capital</i> • Dependen Nilai perusahaan • Moderating Profitabilitas • Alat ukur Analisis regresi sederhana, <i>Moderated regression analysis (MRA)</i> • Sampel perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Intellectual capital</i> berpengaruh pada nilai perusahaan • profitabilitas dapat memoderasi pengaruh <i>intellectual capital</i> terhadap nilai perusahaan.
10	Muchammad Arie Wibowo, Indah Yuliana (2020)	<ul style="list-style-type: none"> • Independen Profitabilitas • Dependen Nilai perusahaan • Moderating <i>Intellectual Capital</i> • Alat ukur <i>Moderated regression analysis (MRA)</i> • Sampel Perusahaan LQ45 yang terdaftar di 	<ul style="list-style-type: none"> • Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ45 • <i>Intellectual Capital</i> dapat memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ45 periode 2016-2018

		BEI tahun 2016-2018	
--	--	---------------------	--

2.4 Pengembangan Hipotesis

Perumusan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. Berdasarkan pemikiran tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

2.4.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) menurut *The World Business Council for Sustainable Development* merupakan komitmen berkelanjutan dari para pelaku bisnis untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, pada saat yang sama meningkatkan kualitas hidup dari para pekerja dan keluarganya demikian pula masyarakat lokal dan masyarakat secara luas. Apabila perusahaan memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup maka nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara keberlanjutan (*sustainable*), karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup. Ketiga aspek perusahaan dalam penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* tersebut merupakan wujud tanggung jawab perusahaan dan kepedulian terhadap lingkungan sekitar perusahaan (Hutabarat dan Siswantaya, 2017).

Adanya praktik tanggung jawab sosial perusahaan yang baik diharapkan dapat membentuk citra yang baik bagi pihak eksternal sehingga menciptakan nilai perusahaan yang tinggi yang dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Semakin luas atau semakin besar pengungkapan corporate social responsibility maka semakin besar nilai perusahaan karena investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang tingkat pengungkapan tanggung jawab sosialnya tinggi (Atfaliah, 2018).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dzikir dkk (2020) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Fauzi Dkk (2016), Bawafi dan Prasetyo (2015) bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjabaran di atas, maka hipotesis pertama penelitian ini adalah:

H1: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

2.4.2 Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan

Intellectual capital merupakan modal yang sesuai dalam semua organisasi berbasis pengetahuan. *Intellectual capital* merupakan interaksi dari *human capital* (modal manusia), *customer capital* (modal pelanggan) dan *structural capital* (modal struktural) (Sudibya dan Restuti, 2014). Sumber daya perusahaan tidak hanya berupa aset berwujud, ada aset tidak berwujud yang bersifat langka, tidak berujung tidak ternilai harganya dan tidak dapat digantikan (H. S. Lestari, 2017).

Resource based theory menyatakan bahwa perusahaan harus mampu mengelola sumber daya yang dimiliki agar dapat bersaing dengan para kompetitornya. Kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya secara efektif dan efisien dapat menciptakan keunggulan kompetitif. *Intellectual Capital* tergolong dalam keunggulan kompetitif karena sumber daya yang bernilai, langka, tidak mudah ditiru dan tidak tergantikan sehingga dapat diandalkan bagi perusahaan. Keunggulan kompetitif menyebabkan persepsi pasar meningkat sehingga investor akan menempatkan nilai yang lebih tinggi untuk perusahaan yang memiliki *Intellectual Capital* yang besar. Semakin tinggi *Intellectual Capital* maka nilai perusahaan akan meningkat dan sahamnya akan banyak diminati oleh investor sehingga harga saham cenderung naik. Harga saham yang tinggi mengindikasikan kemakmuran bagi para pemegang saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2018), Sayyidah dan Saifi (2017), menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjabaran di atas, maka hipotesis kedua penelitian ini adalah:

H2: *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

2.4.3 Pengaruh Profitabilitas memoderasi Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan

profitabilitas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba melalui semua kemampuan dan sumber yang dimiliki perusahaan seperti kegiatan penjualan, modal, kas, jumlah karyawan dan sebagainya (Sofyan,

2015). Rasio profitabilitas juga digunakan sebagai pengukuran tingkat efektifitas manajemen perusahaan yang dilihat dari pendapatan investasi atau laba hasil penjualan.

Profitabilitas dapat dihitung dengan ROE (*return on equity*). ROE mencerminkan tingkat hasil pengembalian investasi bagi pemegang saham. Menurut Tenriwaru dan Nasaruddin (2020) menyatakan bahwa semakin banyak pengungkapan CSR akan semakin menimbulkan kepercayaan dari *stakeholders* dan *shareholder* yang akan meningkatkan laba perusahaan, citra perusahaan dan harga saham. Tingginya minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan dan dengan ROE yang tinggi akan meningkatkan harga saham. Maka akan terjadi hubungan positif antara profitabilitas dengan harga saham dimana tingginya harga saham akan mempengaruhi nilai perusahaan.

penelitian yang dilakukan oleh Tenriwaru dan Nasaruddin (2020) dan Bawafi dan Prasetyo (2015) menyatakan bahwa profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjabaran di atas, maka hipotesis ketiga penelitian ini adalah:

H3: Profitabilitas memoderasi *pengaruh Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

2.4.4 Pengaruh Profitabilitas memoderasi *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

Intellectual capital menunjukkan bahwa aset berupa pengetahuan sumber daya manusia berkualitas tinggi yang dimiliki perusahaan mampu mendorong perusahaan untuk mencapai kinerja keuangan yang tinggi, sehingga dapat

meningkatkan nilai perusahaan. Dengan profitabilitas yang diukur menggunakan rasio *return on equity* (ROE), dapat diketahui efisiensi penggunaan aset dan pengelolaan sumber daya perusahaan, sehingga *intellectual capital* perusahaan dapat dikelola secara efektif dengan meminimumkan biaya untuk memperoleh laba yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Lestari dan Satyawan, 2018). Dengan profitabilitas tinggi dapat menggambarkan prospek perusahaan di masa mendatang, sehingga dapat menjadi daya tarik bagi investor untuk berinvestasi pada perusahaan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

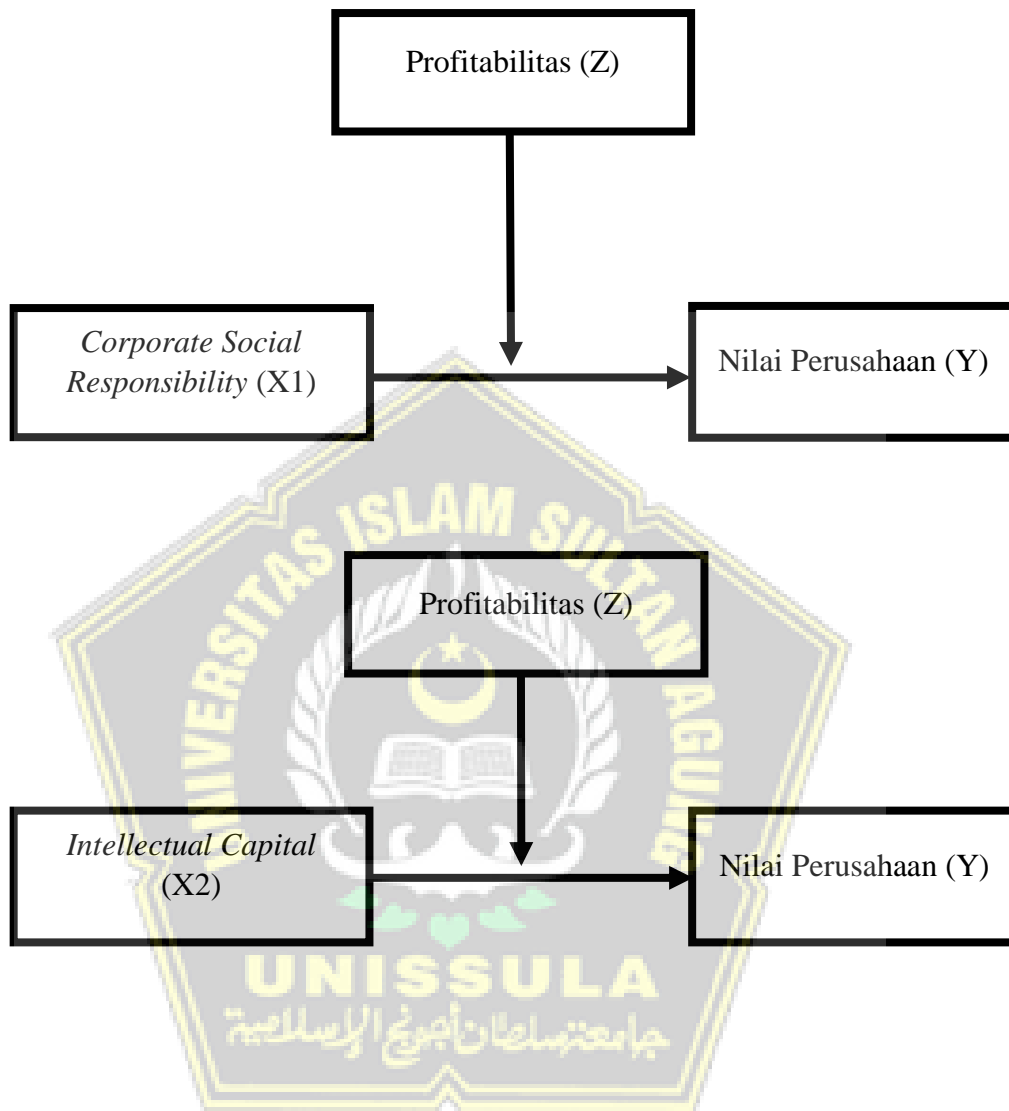
Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sayyidah dan Saifi (2017) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan dalam memoderasi hubungan antara *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjabaran di atas, maka hipotesis keempat penelitian ini adalah:

H4: Profitabilitas memoderasi pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan.

2.5 Kerangka Penelitian

Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis hubungan antara variabel yang akan diteliti. Menurut Uma Sekaran (dalam Sugiyono, 2017:60), mengemukakan bahwa kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting. Sedangkan menurut Suriasumantri (dalam Sugiyono, 2017:60), kerangka pemikiran ini merupakan penjelasan sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi objek permasalahan.

Berikut adalah kerangka berfikir yang diajukan dalam penelitian ini:



Gambar 2. 1

Kerangka Pemikiran Teoritis

“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel *Moderating*”

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Indriantoro dan Supomo, 2014).

3.2 Populasi Dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016), Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang menjadi objek penelitian ini adalah perusahaan kelompok LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2020.

Pemilihan perusahaan Kelompok LQ45 sebagai objek penelitian ini karena perusahaan LQ45 telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap berbagai masalah, seperti polusi, limbah, keamanan produk, dan ketenagakerjaan. Hal ini dapat terjadi karena perusahaan LQ45 lebih banyak berinteraksi dengan masyarakat. Dalam proses produksinya, perusahaan akan menghasilkan limbah produksi yang berkaitan dengan masalah pencemaran lingkungan, serta proses produksi yang dilakukan perusahaan juga membutuhkan tenaga kerja produksi yang sangat erat kaitannya dengan masalah keselamatan kerja (Permana, 2012).

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2016), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling* agar memperoleh sampel yang representative dan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh peneliti. *Purposive sampling* adalah teknik yang digunakan untuk menentukan sampel dengan menggunakan kriteria-kriteria tertentu. Adapun syarat yang dipergunakan antara lain :

1. Perusahaan kelompok LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) secara konsisten pada periode bulan februari-juli dan bulan agustus-januari tahun 2017-2020.
2. Perusahaan kelompok LQ45 yang menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) secara konsisten dan lengkap pada tahun 2017-2020.
3. Perusahaan kelompok LQ45 yang tidak mengalami kerugian selama periode 2017-2020.
4. Perusahaan kelompok LQ45 yang menerbitkan laporan keuangan tahunan menggunakan mata uang rupiah di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2020.
5. Perusahaan kelompok LQ45 yang memiliki kelengkapan data terkait variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini selama tahun 2017-2020.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, Data sekunder adalah data yang dikumpulkan melalui pihak kedua, biasanya diperoleh melalui instansi yang bergerak dibidang pengumpulan data (Arikunto, 2013). Data diambil dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang sudah diaudit yang memenuhi kriteria pengambilan sampel yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020. Data diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.co.id dan website perusahaan.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi adalah metode yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data. Data-data tersebut diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) (www.idx.go.id). Dari sumber tersebut diperoleh data kuantitatif berupa laporan keuangan perusahaan (*annual report*) yang telah diterbitkan oleh perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

3.5 Variabel dan Indikator

Pada penelitian ini digunakan dua variabel independen, yaitu *Corporate Social Responsibility* (X1), *Intellectual Capital* (X2), variabel *moderating* Profitabilitas (Z) dan variabel dependen Nilai Perusahaan (Y).

3.5.1 Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2016), Variabel dependen merupakan variabel yang nilainya bergantung pada nilai variabel lain. Riset ini mempergunakan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen. Nilai perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan yang telah melalui proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak dimulainya perusahaan tersebut didirikan hingga saat ini (Noerirawan, 2012). Acuan yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah riset Weston dan Copeland, (2001) dengan proksi Tobin's Q.

Rumusnya adalah :

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Keterangan :

EMV = Nilai Pasar Ekuitas

EBV = Nilai Akuntansi dalam Jumlah Neraca

D (Debt) = Nilai buku dari total hutang

Q = Nilai Perseroan / Perusahaan

3.5.2 Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2016) variabel independen (variabel bebas) adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen (variabel terikat). Adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital*.

a. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Menurut Untung (2009) *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.

Pengukuran dari *Corporate Social Responsibility (CSR)* ini menggunakan *Corporate Social Disclosure Index (CSDI)*. Informasi mengenai *Corporate Social Disclosure Index (CSDI)* yang akan digunakan dalam penelitian ini berdasarkan GRI. Perhitungan indeks CSDI dilakukan dengan menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian yang diungkapkan oleh perusahaan diberikan nilai 1 dan nilai 0 jika tidak diungkapkan (Hanifa dkk, (2005) dalam Sayekti dan Wondabio (2007). Selanjutnya skor dari keseluruhan item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSDI adalah sebagai berikut (Hanifa dkk,(2005) dalam Sayekti dan Wondabio (2007).

Rumusnya adalah :

$$CSRI_j = \sum X_{ij}/n_j$$

Keterangan :

CSRI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan

j_n

J : Jumlah item untuk perusahaan j , $n_j = 91$ (Skor maksimal)

$\sum X_{ij}$: Jumlah total pengungkapan CSR oleh perusahaan.

1 = jika item diungkapkan

0 = jika item tidak diungkapkan.

Dengan demikian, $0 < CSRI_j < 1$

b. *Intellectual Capital*

Dalam penelitian ini *Intellectual Capital* diukur menggunakan *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC). VAIC terdiri dari tiga unsur komponen diantaranya VACA (*physical capital*), VAHU (*human capital*), dan STVA (*structure capital*). Menurut Pulic dalam Sayyidah (2017) tahapan perhitungan VAIC adalah sebagai berikut :

1. Langkah pertama menghitung *Value Added* (VA)

$$VA = OUT - IN$$

Keterangan :

VA : *Value added*.

OUT : Output : total penjualan dan pendapatan lain.

IN : Input : beban penjualan dan biaya lain-lain (kecuali beban karyawan).

2. Langkah kedua menghitung *Value Added Capital Employed* (VACA)

VACA merupakan indikator VA yang dibuat oleh satu unit dari *physical capital*.

Rasio ini menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap unit CE terhadap *value added* organisasi.

$$\text{VACA} = \text{VA} : \text{CE}$$

Keterangan :

VACA : *Value Added Capital Employed*: rasio VA terhadap CE.

VA : *Value Added*.

CE : *Capital Employed*: dana yang tersedia (ekuitas, laba bersih).

3. Langkah ketiga menghitung *Value Added Human Capital* (VAHU)

VAHU menunjukkan berapa banyak VA dapat dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan dengan tenaga kerja. Rasio ini menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap rupiah yang diinvestasikan untuk HC terhadap *value added* organisasi.

$$\text{VAHU} = \text{VA} : \text{HC}$$

Keterangan :

VAHU : *Value Added Human Capital*: rasio VA terhadap HC

VA : *Value Added*

HC : *Human Capital* : beban karyawan (jumlah beban gaji dan

karyawan)

4. Langkah keempat menghitung *Structural Capital Value Added* (STVA). Rasio ini mengukur jumlah SC yang dibutuhkan untuk menghasilkan 1 rupiah dari VA, yang menunjukkan indikasi keberhasilan SC dalam penciptaan nilai.

$$\text{STVA} = \text{SC} : \text{VA}$$

Keterangan :

STVA : *Structural Capital Value Added*: rasio SC terhadap VA

SC : *Structural Capital* : VA- HC

VA : *Value Added*

5. Langkah kelima menghitung VAIC (*Value Added Intellectual Coefficient*) digunakan sebagai indikator untuk mengukur kemampuan intelektual perusahaan.

$$\text{VAIC} = \text{VACA} + \text{VAHU} + \text{STVA}$$

Keterangan :

VAIC : *Value Added Intellectual Coefficient*

VACA : *Value Added Capital Employed*

VAHU : *Value Added Human Capital*

STVA : *Structural Capital Value Added*

3.5.3 Variabel Moderating

Variabel moderasi merupakan variabel yang mempengaruhi yakni dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Barlian, 2016). Variabel moderasi pada penelitian ini adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan dengan *Return On Equity (ROE)*. Rasio *Return On Equity* merupakan suatu ukuran untuk menilai seberapa besar tingkat pengembalian dari aset yang dimiliki. Semakin besar nilai dari ROE, semakin baik kinerja perusahaan, karena memiliki nilai return yang semakin besar (Wahyuni, 2018). Hal ini akan membuat investor tertarik terhadap perusahaan dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Rasio *Return On Equity* dapat dirumuskan sebagai berikut (Bawafi dan Prasetyo, 2015) :

3.6 Teknik Analisis

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda dengan menggunakan software SPSS 26.0 untuk mengolah data. Uji lainnya yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji analisis deskriptif, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran atau deskripsi seperti maksimum, minimum, rata-rata (*mean*), standar deviasi, dan median Ghozali (2018). Statistik deskriptif merupakan bentuk penyajian berbagai ukuran angka yang sangat penting bagi sampel penelitian. Tujuannya adalah memudahkan memahami variabel yang digunakan dalam penelitian.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik diperlukan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi berganda. Adapun uji asumsi klasik yang digunakan meliputi:

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Salah satu cara untuk mengetahui apakah data tersebut terdistribusi secara normal atau tidak yaitu dengan uji statistik non parametrik Kolmogorov Smirnov. Data terdistribusi normal apabila hasil *Kolmogorov Smirnov* menunjukkan nilai signifikan diatas 0,05 (Ghozali, 2018).

2. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2018) Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dalam suatu model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi diantara variabel independennya. Untuk mengetahui ada atau tidaknya

korelasi antar variabel independen dalam model regresi, dapat dilihat dengan melihat nilai tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*), (Ghozali, 2018):

- a) Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan $VIF < 10$, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut.
- b) Jika nilai *tolerance* $\leq 0,10$ dan $VIF \geq 10$, maka terjadi gangguan multikolinearitas pada penelitian tersebut.

3. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Menurut Ghozali (2018) Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Hal yang sering ditemukan pada data runtut waktu (time series) karena “gangguan” pada individu atau kelompok yang sama pada periode berikutnya. Pada data cross section (silang waktu), masalah autokorelasi relatif jarang terjadi karena gangguan pada observasi yang berbeda berasal dari individu atau kelompok yang berbeda. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi (Ghozali, 2018).

Pendekatan yang sering digunakan untuk menguji ada atau tidaknya autokorelasi adalah uji Run Test yang memiliki kriteria jika hasil uji nilai $Aymp. Sig$ di atas 0.05 maka hasilnya tidak terjadi autokorelasi (Ghozali, 2018).

4. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) menjelaskan Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari

residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance residual* satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah Homokedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Menurut Ghozali (2018) Salah satu pengujian untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji *Glejser*.

Uji *Glejser* dapat dilakukan dengan meregresi nilai absolut terhadap variabel independen. Apabila variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka terdapat indikasi adanya heteroskedastisitas. Kriteria yang digunakan untuk menyatakan bahwa penelitian terbebas dari gangguan heteroskedastisitas salah satunya dengan menggunakan koefisien signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 5% (0,05).

Apabila tingkat signifikansi > 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas atau terjadi homoskedastisitas. Model regresi yang lebih baik adalah yang tidak terjadi heterokedestisitas.

3.6.3 Moderated Regression Analysis (MRA)

Moderated Regression Analysis (MRA) atau sering disebut uji interaksi. Tujuan dari analisis ini untuk mengetahui apakah variabel moderasi akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus dari regresi linear berganda, dalam persamaan regresinya mengandung unsur-unsur

$$NP = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 Z + \beta_3 X_2 Z + e$$

interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) (Ghozali, 2007) dengan rumus persamaan sebagai berikut:

Keterangan :

NP = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi *corporate social responsibility*

β_2 = Koefisien regresi *intellectual capital*

β_3 = Koefisien regresi Profitabilitas

X1 = *Corporate social responsibility*

X2 = *Intellectual capital*

Z = Profitabilitas

X1 Z = Interaksi antara *corporate social responsibility* dengan Profitabilitas

X2 Z = Interaksi antara *intellectual capital* dengan Profitabilitas

e = Standar Error

Keterangan :

Jika interaksi *corporate social responsibility* (X1) dan Profitabilitas (Z) signifikan, maka profitabilitas (Z) terbukti sebagai variabel *moderating* antara *corporate social responsibility* (X1) terhadap nilai perusahaan (Y). Demikian juga jika Interaksi *intellectual capital* (X2) dan Profitabilitas (Z) signifikan, maka profitabilitas (Z) terbukti sebagai variabel *moderating* antara *intellectual capital* (X2) terhadap nilai perusahaan (Y).

3.6.3.1 Uji kebaikan model

1. Uji F

Uji statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen dalam (Ghozali, 2018).

Hipotesis yang hendak di uji adalah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis statistiknya
 - a. $H_0 : \beta_i =$ Suatu variabel bebas bukan merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel terikat.
 - b. $H_a : \beta_i \neq$ Suatu variabel bebas merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel terikat.
2. Menentukan tingkat signifikansi
Menggunakan significant level 0,05 atau $\alpha = 5\%$.
3. Kriteria Keputusan
 - a. Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Ini berarti bahwa secara simultan keempat variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
 - b. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Ini berarti bahwa secara simultan keempat variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (*Adjusted R-Squared*) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen. Nilai *Adjusted R-Squared* kecil yaitu mendekati 0 artinya kemampuan variasi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya jika nilai *Adjusted R-Squared* mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018).

3.6.3.2 Uji hipotesis

1. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen (Ghozali, 2007).

a. Hipotesis yang akan diuji :

$H_0 : \beta_i = 0$, artinya bahwa semua variabel independen secara parsial bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

$H_a : \beta_i \neq 0$, artinya bahwa semua variabel independen secara parsial merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

b. Tingkat Signifikansi

Uji t ini dapat dilihat melalui nilai signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan standard $\alpha = 5\%$ (0,05).

c. Kriteria pengambilan keputusan

- Jika probabilitas $< 5\%$ (0,05) dan arah koefisien β sesuai dengan arah hipotesis, maka H_0 ditolak, H_a diterima.
- Jika probabilitas $> 5\%$ (0,05), maka H_0 diterima, H_a ditolak.



BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual capital* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *moderating*. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan LQ45 yang konsisten selama tahun 2017-2020, sebanyak 25 perusahaan per satu tahun digunakan sebagai sampel penelitian. Berikut adalah perincian sampel penelitian

Tabel 4.1
Perincian sampel penelitian

	Jumlah
Perusahaan IQ 45	45
Perusahaan LQ 45 kontinyu selama tahun 2017 – 2020	25
Tidak ada <i>annual report continue</i>	(0)
Sampel	25
Total pengamatan 4 tahun	100

4.2 Deskripsi Variabel

4.2.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini ditunjukkan sebagai berikut.

Tabel 4.2
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	100	,04	,67	,3319	,16065
VAIC	100	1,22	8,96	3,8357	1,61099
Profitabilitas	100	,01	1,43	,1917	,25159
NP	100	,83	23,29	2,6637	3,69825
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Data statistik yang telah diolah di SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa n atau jumlah data pada setiap variabel yaitu 100 data yang berasal dari sampel perusahaan terindeks LQ 45 yang terdaftar di BEI mulai tahun 2017 hingga 2020. Penjelasan dari masing-masing variabel sesuai dengan tabel adalah sebagai berikut :

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diukur menggunakan rumus GRI item diperoleh nilai minimum 0,04 yang artinya CSR perusahaan relatif rendah. Sedangkan nilai maksimum 0,67 yang artinya CSR perusahaan relatif tinggi. Nilai mean sebesar 0,3319 artinya rata-rata perusahaan pada penelitian ini mempunyai CSR relatif tinggi. Nilai standar deviasi menunjukkan tingkat penyimpangan dari variabel penelitian sebesar 0,16065. Terlihat bahwa nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata, hal ini menunjukkan nilai yang baik karena tingkat penyimpangan data pada penelitian ini relatif kecil.

Variabel *Intellectual capital* yang diukur menggunakan rumus VAIC, diperoleh nilai minimum sebesar 1,22 yang artinya kinerja intelektual kapital oleh perusahaan relatif rendah. Sedangkan nilai maksimum 8,96 yang artinya *intellectual capital* di perusahaan relatif tinggi. Nilai *mean* sebesar 3,8357 artinya rata-rata perusahaan pada penelitian ini mempunyai *intellectual capital* yang relatif tinggi. Nilai standar deviasi yang menunjukkan tingkat penyimpangan data dari variabel penelitian sebesar 1,61099. Terlihat bahwa nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata, hal ini menunjukkan nilai yang baik karena tingkat penyimpangan pada data penelitian ini relatif kecil.

Variabel profitabilitas perusahaan diukur dengan menggunakan *Return on Equity* (ROE) yang menunjukkan rasio antara laba bersih terhadap ekuitas yang dimiliki perusahaan. Menunjukkan bahwa terdapat rata-rata sebesar 0,1917. Hal ini menunjukkan bahwa ekuitas perusahaan adalah sebesar 19% maka dapat dikatakan bahwa perusahaan-perusahaan sampel masih tergolong rendah dalam menghasilkan profit atau keuntungan dari total asetnya. Nilai ROE terendah adalah sebesar 0,01 dan nilai tertinggi adalah sebesar 1,43 dengan standar deviasi sebesar 0,25159. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata lebih kecil dibandingkan dengan nilai standar devisinya, hal ini menunjukkan tingginya variabilitas data antara nilai minimum dan maksimum, sehingga semakin tinggi tingkat variabilitas data maka dapat dikatakan penyebaran data tidak normal.

Variabel nilai perusahaan yang diukur dengan menggunakan *Tobins Q* yang menunjukkan rasio antara nilai pasar dengan nilai buku aset yang dimiliki perusahaan. Tabel 4.2 menunjukkan bahwa terdapat rata-rata *Tobins Q* sebesar

2,6637. Hal ini menunjukkan bahwa nilai pasar aset adalah sebesar 2,6637 kali dibanding dengan nilai buku aset. Nilai *Tobins Q* terendah adalah sebesar 0,83 dan nilai *Tobins Q* tertinggi adalah sebesar 23,29. Nilai standar deviasi diperoleh sebesar 3,69825 yang menunjukkan adanya variasi distribusi data *Tobins Q* yang cukup menyebar. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata lebih kecil dibandingkan dengan nilai standar devisinya, hal ini menunjukkan tingginya variabilitas data antara nilai minimum dan maksimum, sehingga semakin tinggi tingkat variabilitas data maka dapat dikatakan penyebaran data tidak normal.

4.3 Hasil Analisis

4.3.1 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk mengetahui apakah suatu data terdistribusi secara normal atau tidak, dapat dilakukan dengan melihat *Kolmogorov Smirnov*. Model regresi mensyaratkan data residual yang berdistribusi normal, namun demikian secara univariate juga tidak memiliki data-data ekstrim (outlier).

Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,39704906
Most Extreme Differences	Absolute	,076
	Positive	,076
	Negative	-,064
Test Statistic		,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		,160 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data statistik yang telah diolah di SPSS (2022)

Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa *Asymp Sig. (2-tailed)* untuk residual model regresi adalah sebesar 0,160 yang menunjukkan lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel independen dalam suatu model regresi,. Untuk

mengetahui apakah terjadi multikolinieritas dapat dilihat dari nilai VIF yang terdapat pada masing – masing variabel seperti terlihat pada tabel 4.4 berikut :

Tabel 4.4
Hasil Pengujian Multikolinieritas dengan VIF

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
CSR	,299	3,345
IC	,300	3,329
Profitabilitas	,186	5,388
CSR.Profitabilitas	,199	5,015
IC.Profitabilitas	,182	5,482

a. Dependent Variable: NP

Sumber : Data statistik yang telah diolah di SPSS (2022)

Suatu model regresi dinyatakan model bebas dari multikolinieritas adalah jika mempunyai nilai VIF dibawah 10. Dari tabel tersebut diperoleh bahwa semua variabel bebas memiliki nilai VIF yang rendah berada di bawah angka 10. Dengan demikian diperoleh tidak adanya masalah multikolinieritas dalam model regresi.

3. Hasil Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan

kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Menurut Ghozali (2018) Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Hal yang sering ditemukan pada data runtut waktu (time series) karena “gangguan” pada individu atau kelompok yang sama pada periode berikutnya. Pada data *cross section* (silang waktu), masalah autokorelasi relatif jarang terjadi karena gangguan pada observasi yang berbeda berasal dari individu atau kelompok yang berbeda. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi (Ghozali, 2018).

Tabel 4.5
Hasil Uji *Runs Test*

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-,09702
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	39
Z	-2,412
Asymp. Sig. (2-tailed)	,016

a. Median

Sumber : Data statistik yang telah diolah di SPSS (2022)

Pendekatan yang sering digunakan untuk menguji ada atau tidaknya autokorelasi adalah uji *Run Test* yang memiliki kriteria jika hasil uji nilai *Aymp. Sig* di atas 0.05 maka hasilnya tidak terjadi autokorelasi (Ghozali, 2018). Hasil

perhitungan uji autokorelasi menunjukkan nilai *Asymp. Sig* adalah 0,016. Dengan demikian tidak diperoleh adanya masalah autokorelasi dalam penelitian ini.

4. Hasil Uji Heterokedastisitas

Pengujian Heterokedastisitas digunakan untuk melihat apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heterokedastisitas. Untuk mendeteksi adanya Heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan Uji *Glejser*. Hasil pengujian heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Hasil Uji *Glejser*
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,294	,286		1,026	,308
	CSR	-,185	,068	-,448	-2,744	,007
	IC	-,153	,104	-,247	-1,474	,144
	Profitabilitas	,055	,056	,210	,991	,324
	CSR.Profitabilitas	2,972	1,272	,889	2,336	,022
	IC.Profitabilitas	-,090	,035	-,770	-2,538	,013

a. Dependent Variable: abs_res1

Sumber : Data statistik yang telah diolah di SPSS (2022)

Hasil pada tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai residual model regresi memiliki nilai residual yang tidak berkorelasi dengan variabel-variabel bebasnya. Hasil uji *Glejser* menunjukkan tidak memiliki masalah heteroskedastisitas.

4.3.2 *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel moderasi akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus dari regresi linear berganda, dalam persamaan regresinya mengandung unsur-unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) (Ghozali, 2007).

Berikut ini merupakan hasil uji MRA untuk menguji Profitabilitas dapat memoderasi *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan.

Tabel 4.7
Hasil Uji MRA

Coefficients^a

Keterangan	Unstandardized		t	Sig.
	Coefficients			
	B	Std. Error		
(Constant)	,537	,484	1,109	,270
CSR	-,652	,114	-5,707	,000
IC	-,507	,175	-2,890	,005
Profitabilitas	,275	,095	2,908	,005

	CSR.Profitabilitas	7,506	2,150	3,491	,001
	IC.Profitabilitas	-,017	,060	-,286	,776

Sumber : Data statistik yang telah diolah di SPSS (2022)

Persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut :

$$NP = 0,537 - 0,652 X1 - 0,507 X2 + 0,275 Z + 7,506 X1.Z - 0,017 X2.Z + e$$

Arti dari persamaan regresi linier diatas adalah sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta adalah sebesar 0,537 dan Signifikansi konstanta adalah sebesar 0,270 menjelaskan bahwa variabel CSR (X1), IC (X2) nilainya dianggap konstan atau tetap, maka nilai dari Nilai perusahaan adalah sebesar 0,537 dengan signifikansi sebesar 0,270.
- 2) Nilai koefisien CSR (X1) adalah sebesar – 0,652 bernilai negatif dan nilai signifikansinya sebesar 0,000, artinya variabel CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Apabila CSR (X1) naik satu satuan maka akan menurunkan nilai dari nilai perusahaan (Y) sebesar – 0,652 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
- 3) Nilai koefisien IC (X2) adalah sebesar – 0,507 bernilai negatif dan nilai signifikansinya sebesar 0,005, artinya apabila IC (X2) naik satu satuan maka akan menurunkan nilai dari nilai perusahaan (Y) sebesar – 0,652 dan nilai signifikansi sebesar 0,005 dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
- 4) Nilai koefisien Profitabilitas (Z) adalah sebesar 0,275 bernilai positif dan nilai signifikansinya sebesar 0,005, artinya apabila Profitabilitas (Z) naik

satu satuan maka akan menaikkan Nilai Perusahaan (Y) sebesar 0,275 dan signifikansi sebesar 0,005 dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

- 5) Nilai koefisien CSR*Profitabilitas (X1.Z) adalah sebesar 7,506 bernilai positif dan nilai signifikannya sebesar 0,001, artinya apabila CSR*Profitabilitas (X1.Z) naik satu satuan maka akan menaikkan Nilai Perusahaan (Y) sebesar 7,506 dan nilai signifikan sebesar 0,001 dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
- 6) Nilai koefisien IC*Profitabilitas (X2.Z) adalah sebesar – 0,017 bernilai negatif dan nilai signifikansinya sebesar 0,776, artinya apabila IC (X2) naik satu satuan maka akan menurunkan nilai dari Nilai Perusahaan (Y) sebesar – 0,017 dan signifikansi sebesar 0,776 dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

4.3.2.1 Hasil Uji Kebaikan Model

1. Hasil Uji F

Hasil pengujian model regresi ditunjukkan dengan nilai F dari hasil pengujian.

Tabel 4.8
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38,437	5	7,687	46,301	,000 ^b
	Residual	15,607	94	,166		

	Total	54,045	99			
--	-------	--------	----	--	--	--

a. Dependent Variable: NP

b. Predictors: (Constant), CSR, IC, Profitabilitas, CSR.Profitabilitas, IC.Profitabilitas

Sumber : Data statistik yang telah diolah di SPSS (2022)

Hasil pengujian diperoleh nilai F sebesar 46,301 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa model nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh CSR, IC dan dimoderasi oleh Profitabilitas.

2. Koefisien determinasi

Hasil nilai *adjusted R-Square* dari regresi digunakan untuk mengetahui besarnya manajemen laba yang dipengaruhi oleh variabel-variabel bebasnya.

Tabel 4.9
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,843 ^a	0,711	0,696	0,40747

a. Predictors : (Constant), CSR, IC, CSR.Profitabilitas, IC.Profitabilitas

b. Dependent Variable : NP

Sumber : Data statistik yang telah diolah di SPSS (2022)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,696 atau sebesar 69,6%. Hal ini berarti variabel dalam penelitian ini yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Intellectual capital*, dan di moderasi oleh profitabilitas secara keseluruhan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sebesar 69,6%, sedangkan sebesar 30,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

4.3.2.2 Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji statistik t bertujuan untuk mengetahui kemampuan variabel kinerja lingkungan, pengungkapan lingkungan, ukuran perusahaan, margin laba dan kinerja komite audit menjelaskan pengaruhnya secara individu (parsial) terhadap variabel financial distress. Uji t dapat dilihat dengan cara membandingkan nilai signifikansi dengan $\alpha = 0,05$. Berikut adalah tabel dari hasil uji t :

Tabel 4.10

Hasil Uji t

Variabel	T	Sig.	Keterangan
CSR	-5,707	,000	Ditolak
IC	-2,890	,005	Ditolak
Profitabilitas	2,908	,005	Diterima
CSR.Profitabilitas	3,491	,001	Diterima
IC.Profitabilitas	-,286	,776	Ditolak

Sumber : Data statistik yang telah diolah di SPSS (2022)

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Pengujian hipotesis pertama adalah untuk menguji apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa nilai koefisien sebesar -5,707 dengan arah negatif dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh negatif dan

signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu hipotesis pertama yang berbunyi “CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan” ditolak.

2. Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

Pengujian hipotesis kedua adalah untuk menguji apakah *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa nilai koefisien sebesar -2,890 dengan arah negatif dan signifikansi sebesar 0,005 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa IC berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu hipotesis kedua yang berbunyi “IC berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan” ditolak.

3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dimoderasi oleh Profitabilitas

Pengujian hipotesis ketiga adalah untuk menguji apakah profitabilitas dapat memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa nilai koefisien sebesar 3,491 dengan arah positif dan signifikansi sebesar 0,01 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan dalam memoderasi hubungan antara CSR terhadap NP. Oleh karena itu hipotesis ketiga yang berbunyi “Profitabilitas dapat memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan” diterima.

4. Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan dimoderasi oleh Profitabilitas

Pengujian hipotesis keempat adalah untuk menguji apakah profitabilitas dapat memoderasi hubungan antara *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa nilai koefisien sebesar -0,286 dengan arah negatif dan signifikansi sebesar 0,776 lebih besar 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan dalam memoderasi hubungan IC terhadap NP. Oleh karena itu hipotesis keempat yang berbunyi “profitabilitas dapat memoderasi hubungan *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan” ditolak.

4.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian diatas tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel *moderating*. Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan yang terindeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia periode 2017, 2018, 2019, 2020 diperoleh hasil penelitian dengan pembahasan sebagai berikut :

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Pernyataan hipotesis pertama bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan tidak terbukti. Hal ini menjelaskan bahwa tingginya pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan tidak menjadi daya tarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan dikarenakan CSR juga memerlukan pengeluaran kas dan menjadi salah satu sumber pengeluaran perusahaan sehingga dapat menurunkan nilai perusahaan. Kebiasaan para pelaku pasar di Indonesia yang merespon informasi pasar secara berlebihan dan selalu reaktif terhadap informasi pasar yang terjadi sehingga mereka tidak memperhatikan kondisi yang lain terutama kondisi dari perusahaan.

Teori *stakeholder* digunakan untuk mengukur pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. Penggunaan teori *stakeholder* memberikan informasi yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang beroperasi hanya semata-mata untuk keuntungannya sendiri, melainkan harus memberikan manfaat kepada stakeholder-nya. Hal ini dapat menjadi pedang bermata dua bagi perusahaan. Adanya pengungkapan CSR yang besar berarti bahwa pengeluaran kas perusahaan juga. Hal ini bisa berdampak pada adanya arus kas keluar yang harus dilakukan oleh perusahaan, dan ini dinilai dapat merugikan investor pemegang saham yang berharap dapat mendapatkan return dari investasinya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayem dan Ginting (2020), Dzikir dkk (2020), Nurhayati dkk (2021), yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni (2018), Tenriwaru dan Nasaruddin (2020), yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan.

2. Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

Pernyataan hipotesis kedua bahwa *Intellectual Capital* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan tidak terbukti. Hal ini dapat dijelaskan bahwa investor kurang mempertimbangkan *intellectual capital* dalam menilai atau mengukur kinerja perusahaan, mungkin investor lebih melihat faktor lain dalam mengukur nilai perusahaan seperti harga saham perusahaan. Pasar di Indonesia biasanya kurang memperhatikan apa yang dilakukan perusahaan, dan hanya memperhatikan bagaimana kondisi perusahaan didalam pasar apakah menguntungkan atau tidak untuk berinvestasi.

Teori RBV digunakan untuk mengukur pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan. Teori ini memandang bahwa sumber daya dan kemampuan perusahaan penting bagi perusahaan karena merupakan pokok atau dasar dari kemampuan daya saing serta kinerja perusahaan. Tidak adanya pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan dikarenakan *intellectual capital* adalah urusan manajemen perusahaan yang tidak ada hubungan secara langsung terhadap investor. Apabila *intellectual capital* telah memenuhi standar maka bagi investor sudah memenuhi syarat dan tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan. Hal ini bisa terjadi karena para pelaku pasar di Indonesia kurang mempertimbangkan segala sesuatunya didalam mengambil keputusan tetapi hanya sebatas langsung merespon informasi yang ada.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh lestari dan satyawan (2018), sayyidah dan saifi (2017), Lestari (2018) yang menyatakan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari dan sapitri (2016), yang menyatakan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan.

3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dimoderasi oleh Profitabilitas

Pernyataan hipotesis ketiga bahwa profitabilitas adalah variabel yang signifikan dalam memoderasi pengaruh *Corporate social Responsibility* terhadap nilai perusahaan terbukti. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi profitabilitas yang dimiliki oleh perusahaan yang terdaftar di LQ45 maka akan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Jika CSR semakin besar dan di dukung profitabilitas besar maka dapat meningkatkan nilai perusahaan

Teori stakeholder mendasari pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dimoderasi oleh Profitabilitas, dimana semakin banyak pengungkapan *corporate social responsibility* dapat menimbulkan kepercayaan *stakeholder* dan *shareholder* yang akan meningkatkan laba perusahaan, citra perusahaan, dan harga saham. Harga saham yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pengambilan keputusan investasi oleh calon investor dapat dilakukan dengan mempertimbangkan nilai profitabilitas yang dicapai oleh perusahaan di samping kinerja dan tanggung jawab sosial, dengan harapan dapat meningkatkan nilai perusahaan karena banyaknya permintaan investasi oleh para investor atas tingginya nilai profitabilitas di dalam perusahaan

tersebut. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin banyak pula pengungkapan corporate social responsibility yang dilakukan perusahaan, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati dkk (2021) Ayem dan Ginting (2020), Tenriwaru dan Nasaruddin (2020), wahyuni (2018), yang menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dalam memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni (2018), yang menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dalam memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

4. Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan dimoderasi oleh Profitabilitas

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. Hal ini menjelaskan bahwa pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan tidak menunjukkan perbedaan untuk perusahaan dengan nilai profitabilitas yang rendah maupun pada profitabilitas yang tinggi.

Teori RBV dalam mendasari pengungkapan pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan dimoderasi oleh Profitabilitas. Teori ini memandang bahwa sumber daya dan kemampuan perusahaan penting bagi perusahaan karena merupakan pokok atau dasar dari kemampuan daya saing serta kinerja perusahaan. Hal ini akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Tidak adanya efek moderasi dari Profitabilitas dalam hubungan antara *intellectual capital* terhadap

nilai perusahaan menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur menggunakan rasio *return on equity* (ROE) belum mampu memberikan efektivitas dalam pemanfaatan aset dan sumber daya perusahaan, sehingga perusahaan tidak dapat mengelola *intellectual capital* secara efektif dalam meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas tinggi yang dimiliki oleh perusahaan tidak menjadi daya tarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan, sehingga profitabilitas belum mampu memperkuat hubungan antara *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh lestari dan satyawan (2018), sayyidah dan saifi (2017), Lestari (2018) yang menyatakan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari dan sapitri (2016), yang menyatakan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan.



BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji adanya pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel *moderating*. Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan yang terindeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia periode 2017, 2018, 2019, 2020, sehingga diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. *corporate social responsibility* mempunyai pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan aktivitas *corporate social responsibility* yang besar berarti bahwa pengeluaran kas perusahaan juga besar. Hal ini bisa berdampak pada adanya arus kas keluar yang harus dilakukan oleh perusahaan, dan ini dinilai dapat merugikan investor pemegang saham yang berharap dapat mendapatkan return dari investasinya sehingga dapat menurunkan nilai perusahaan.
2. *intellectual capital* mempunyai pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, Hal ini menunjukkan bahwa investor kurang mempertimbangkan *intellectual capital* dalam menilai atau mengukur kinerja perusahaan, mungkin investor lebih melihat faktor lain dalam mengukur nilai perusahaan seperti harga saham perusahaan. Pasar di Indonesia biasanya kurang memperhatikan apa yang dilakukan perusahaan, dan hanya memperhatikan bagaimana kondisi perusahaan didalam pasar apakah menguntungkan atau tidak untuk berinvestasi.

3. Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pengambilan keputusan investasi oleh calon investor dapat dilakukan dengan mempertimbangkan nilai profitabilitas yang dicapai oleh perusahaan di samping kinerja dan tanggung jawab sosial, dengan harapan dapat meningkatkan nilai perusahaan karena banyaknya permintaan investasi oleh para investor atas tingginya nilai profitabilitas di dalam perusahaan tersebut. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin banyak pula pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.
4. Profitabilitas tidak dapat memoderasi hubungan antara *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan, Tidak adanya efek moderasi dari profitabilitas menunjukkan bahwa profitabilitas belum mampu memberikan efektivitas dalam pemanfaatan aset dan sumber daya perusahaan, dalam meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas tinggi yang dimiliki oleh perusahaan tidak menjadi daya tarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan, sehingga profitabilitas tidak dapat memoderasi hubungan antara *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan.

5.2 Implikasi

Implikasi yang dapat diambil berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Implikasi Teoritis

Bagi Akademisi, penelitian ini diharapkan menjadi referensi dan kontribusi kepada pengembangan ilmu akuntansi, khususnya mengenai *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel *moderating* pada perusahaan yang terindeks LQ45, serta dapat dijadikan bahan bacaan dan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Implikasi Praktis

a) Bagi perusahaan

Perusahaan sebaiknya terus bekerja secara maksimal dan melakukan evaluasi berkala terhadap kinerja tiap divisi yang ada agar dapat mengendalikan faktor-faktor dominan yang akan mempengaruhi nilai perusahaan.

b) Bagi investor

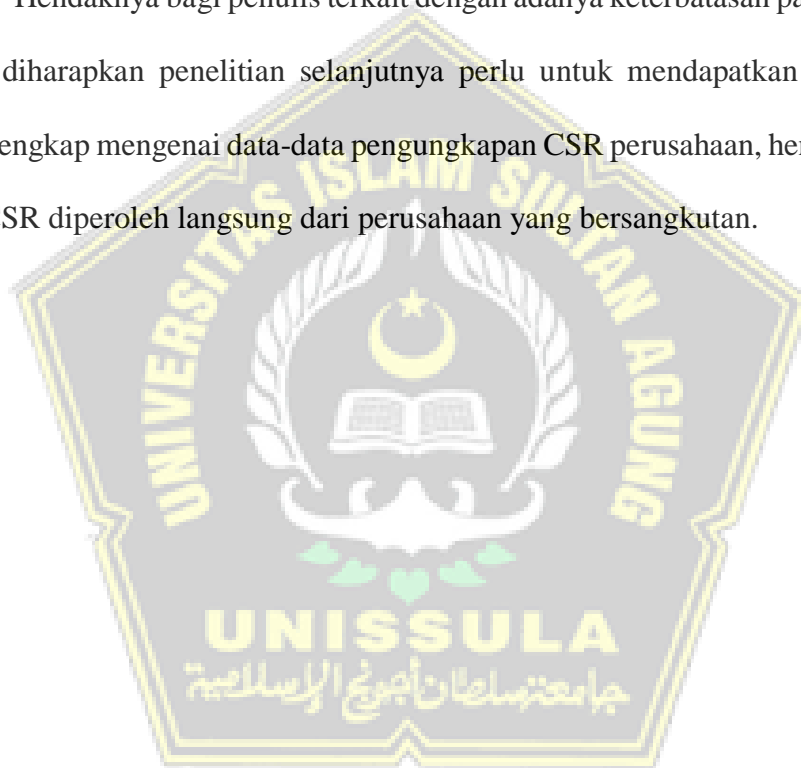
Investor, kreditor dan para pengguna laporan keuangan hendaknya berhati-hati dalam pengambilan keputusan bisnis jangan terlalu berfokus terhadap informasi yang diperoleh seperti laba yang dihasilkan tetapi juga perlu memperhatikan informasi non keuangan sehingga para pengguna laporan keuangan terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan. Investor ataupun para pengguna laporan keuangan juga dituntut dapat memilih perusahaan yang baik dari segi keuangan perusahaan maupun dari segi pengelolaan dan mekanisme internal perusahaan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian tersebut yaitu penilaian Corporate Social Responsibility bersifat subjektif dari peneliti, sehingga dapat terjadi perbedaan skor Corporate Social Responsibility dari peneliti satu ke peneliti lainnya.

5.4 Agenda Penelitian Mendatang

Hendaknya bagi penulis terkait dengan adanya keterbatasan pada penelitian, maka diharapkan penelitian selanjutnya perlu untuk mendapatkan rincian yang lebih lengkap mengenai data-data pengungkapan CSR perusahaan, hendaknya data-data CSR diperoleh langsung dari perusahaan yang bersangkutan.



DAFTAR PUSTAKA

- Barlian, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Padang: Sukabina Press.
- Bawafi, M. H., dan Prasetyo, A. (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi.
- Brigham, dan Houston. (2010). *Financial Manajemen Dasar Dasar Manajemen Keuangan. Edisi terjemah*. Jakarta: Salemba Empat.
- Chariri, A., dan Ghozali, I. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Daniri, M. A. (2014). *Lead By GCG*. Jakarta: Gagasan Bisnis Indonesia.
- Devi, S., Budiasih, I. N., dan Badera, I. N. (2017). Pengaruh Pengungkapan Enterprise Risk Management dan Pengungkapan *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia, 14 Nomor 1*.
- Dzikir, A. N., Syahnur, dan Tenriwaru. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018). *AJAR VOL. 03 NO. 02*
- Fauzi, A. S., Suransi, N. K., dan Alamsyah. (2016, Juni). Pengaruh GCG dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal InFestasi, Vol. 12, No.1*, 1 - 19.
- Ghozali, I. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. (2012). *Standar Akuntansi Keuangan PSAK. Cetakan keempat, Buku Satu*. Jakarta: Salemba Empat.
- Junaidi. (2014). *Membaca dan Menggunakan Tabel Distribusi F dan Tabel Distribusi T*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi: Seri Tutorial Analisis Kuantitatif.
- Lestari, D. A., dan Satyawan, M. D. (2018). Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi*, Vol 7, No 1.
- Lestari, N., dan Sapitri, R. C. (2016, Juli). Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis, 4, No 1*.

- Permana, R. V. (2012). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *Diponegoro Journal of Accounting, Vol.1, 2*.
- Rahardjo, S., K. D. A., dan Mangoting, Y. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Financial Performance dengan Tax Avoidance dan Earning Management sebagai Variabel Mediasi. *Petra Business dan Management Review, Vol. 5 No.1*.
- Sayyidah, U., dan Saifi, M. (2017, Mei). Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Property Dan Real Estate Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015). *Jurnal Administrasi Bisnis, 46 No. 1*.
- Siyoto, S., dan Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian 1st ed. Ayup, ed.* Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sudana, dan I, M. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan; Teori dan Praktik.* Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RnD)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukiati, W., Nuryani, N., dan Levianny, T. (2015). Pengaruh Modal Intelektual, Kinerja Keuangan, Investasi pada Riset dan Pengembangan Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI) . *Jurnal Aset (Akuntansi Riset)*.
- Tandelilin, E. (2010). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Tenriwaru, dan Nasaruddin, F. (2020, Februari). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Vol. 3 No.01* .
- Tenriwaru, Sudarma, M., dan Said, D. (2018). Economic Motives : To Dominate The Corporate Social Responsibility. *International Journal of Innovative Science and Research Technology ISSN No. -2456-2165, Volume 3, Issue 8*.
- Ulum, I. (2008, November). *Intellectual Capital* Performance Sektor Perbankan di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 10, No. 2, 77-84*.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas
- Wahyuni, S. F. (2018, September). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, Vol. 1, No.1*.
- Widarjo, W. (2011, Desember). Pengaruh Modal Intelektual dan Pengungkapan Modal Intelektual pada Nilai Perusahaan yang Melakukan Initial Public Offering. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia, Vol. 8, No. 2*.

- Wijaya, B. I., dan I., B. P. (2015). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(12), hal.4477-4500.
- Williams. (2001). *Intellectual Capital Performance and Disclosure Practised Related*. *Journal of Intellectual Capital*, 192-203.
- Wulandari, R., DN, S. W., dan Yunanto, A. (2020). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA)*, 22 No 2.
- Y, F. F., dan Amanah, L. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*.

