

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN MODAL
INTELEKTUAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL SEBAGAI VARIABEL
PEMODERASI PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGE* YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018-2022**

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat Sarjana S1

Program Studi Manajemen



Disusun oleh :

WINDY FRISCA ANGGRAINI

NIM: 30402000368

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEMARANG

2024

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN MODAL
INTELEKTUAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL SEBAGAI VARIABEL
PEMODERASI PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGE* YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018-2022**

Disusun Oleh :

Windy Frisca Anggraini

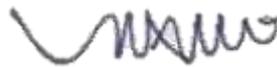
NIM: 30402000368

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat
diajukan dihadapan sidang panitia ujian Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 05 Januari 2024

Dosen Pembimbing



Dr. Sri Hartono, SE, M.Si

NIK. 210495037

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN MODAL INTELEKTUAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGE* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018-2022

Di susun oleh:

Windy Frisca Anggraini

30402000368

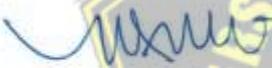
Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 25 Januari 2024

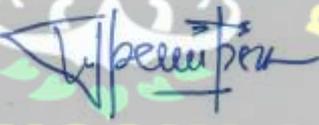
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing

Penguji


Dr. Sri Hartono, SE, M.Si
NIK.210495037


Prof. Ibnu Khajar., S.E, M.Si
NIK.062806630


Zaenudin, SE., MM
NIK 210492031

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Tanggal 26 Januari 2024


Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Luthi Nurcholis, S.T., S.E., M.M
NIK. 210416055

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Windy Frisca Anggraini

NIM 30402000368

Program Studi: Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Universitas : Universitas Islam Sultan Agung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN MODAL INTELEKTUAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGE* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018-2022” merupakan karya peneliti sendiri dan tidak ada unsur plagiarism dengan cara yang tidak sesuai etika atau tradisi keilmuan. Peneliti siap menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran etika akademik dalam skripsi ini.

Semarang, 05 Oktober 2023



Yang menyatakan,

Windy Frisca Anggraini
Windy Frisca Anggraini

NIM.30402000368

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Direndahkan dimata manusia, ditinggikan dimata Tuhan, *Prove Them Wrong*”

“Gonna fight and don’t stop, until you’re proud”

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu lancer. Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan”

(Boy Candra)

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar”

(Q.S Ar-Rum : 60)

UNISSILA
جامعته سلطان أجونغ الإسلامية

PERSEMBAHAN

“Tiada lembar yang paling inti dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orangtua saya tercinta yang tanpa lelah memanjatkan doa yang luar biasa untuk putrinya, serta orang-orang yang telah memberikan support untuk saya dan tak lupa pula untuk almamaterku kampus hijau Universitas Islam Sultan Agung Semarang.”

KATA PENGANTAR

Assalamualikum Wr.Wb

Alhamdulillah rabbi'l' alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, karunia, dan anugerah-Nya sehingga skripsi dengan judul “PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN MODAL INTELEKTUAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGE* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018-2022” ini dapat terselesaikan dalam rangka memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi dan memperoleh derajat Sarjana dari Fakultas Ekonomi Program studi Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari doa dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, terdapat banyak hambatan dan tantangan yang penulis hadapi. Akan tetapi berkat dorongan dan semangat yang diberikan dari berbagai pihak penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Sri Hartono, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, motivasi dan mengarahkan peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

2. Bapak Prof. Dr. Heru Sulisty, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak Dr. Lutfi Nurcholis, ST, SE, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Seluruh Dosen dan Staff serta Karyawan Fakultas Ekonomi Unissula atas kerja sama dan bantuannya selama menempuh perkuliahan.
5. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Wawan Suropto. Beliau memang tidak menyelesaikan pendidikan di bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberi dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
6. Pintu surgaku, Ibunda Sri Endrowati. Beliau sangat berperan penting dalam hidup penulis, motivasi serta do'a yang selalu beliau berikan mampu membuat penulis menyelesaikan studinya sampai sarjana.
7. Untuk satu – satunya adikku, Fahmi Nanda Al-Khaqiqi. Terimakasih sudah menjadi moodboster sekaligus alasan penulis untuk selalu pulang kerumah.
8. Muhammad Nabil Fahmi support system terbaik. Terimakasih atas segala bantuan, sabar mendengarkan keluh kesah, waktu dan kebaikan yang diberikan kepada penulis disaat terasa sulit mengerjakan skripsi ini.
9. Semua keluarga besar yang selalu memberikan semangat dan juga do'a kepada penulis.
10. Sahabatku, Tia Herlina P., Naila Salsabila, Meyca Dwi A., dan Elviolitta Septy L. Terimakasih atas segala bantuan dan kebaikan yang diberikan selama penulis menyelesaikan studinya sampai sarjana.

11. Teman seperjuangan Anik, Ninis, Ajeng, Sofi, Yusrina, Zulfa, dan Putri.
Terimakasih sudah ada dalam setiap perjalanan penulis.
12. Seluruh teman – teman Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
13. Semua pihak yang membantu baik secara langsung maupun tidak langsung
dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
14. Terakhir, Terimakasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras
dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan
diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses
penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal
mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.
Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan serta memberikan
keberkahan. Penulis juga memohon maaf bila dalam penulisan skripsi ini terdapat
kekurangan dan kesalahan karena peneliti hanyalah manusia biasa yang tidak lepas
dari kekhilafan. Penulis berharap semoga apa yang terkandung dalam pra skripsi
ini bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 05 Oktober 2023

Penulis,



Windy Frisca Anggraini

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN MODAL
INTELEKTUAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL SEBAGAI VARIABEL
PEMODERASI PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGE* YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018-2022**

WINDY FRISCA ANGGRAINI

NIM: 30402000368

Mahasiwa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung
Semarang, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* dan modal intelektual terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan institusional sebagai pemoderasi pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2018-2022. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Data populasi penelitian sebanyak 30 perusahaan, dan diperoleh sampel sebanyak 15 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, modal intelektual berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kepemilikan institusional tidak mampu memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, dan kepemilikan institusional mampu memoderasi pengaruh modal intelektual terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : *corporate social responsibility*, modal intelektual, nilai perusahaan, kepemilikan institusional.

***EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND
INTELLECTUAL CAPITAL ON FIRM VALUE WITH INSTITUTIONAL
OWNERSHIP AS A MODERATION VARIABLE IN FOOD AND
BEVERAGE COMPANIES LISTED ON INDONESIAN STOCK EXCHANGE
IN 2018-2022***

WINDY FRISCA ANGGRAINI

NIM: 30402000368

Bachelor of Management student, Faculty of Economics, Sultan Agung Islamic
University, Semarang, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of corporate social responsibility and intellectual capital on company value with institutional ownership as a moderator in food and beverage companies listed on the Indonesian stock exchange in 2018-2022. The sampling technique used was purposive sampling. The study population data were 30 companies, and a sample of 15 companies was obtained. Data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The study results show that corporate social responsibility effect company value, intellectual capital effect company value, institutional ownership is unable to moderate the effect of corporate social responsibility on company value, and institutional ownership is able to moderate the effect of intellectual capital on company value.

Keywords: corporate social responsibility, intellectual capital, company value, institutional ownership.

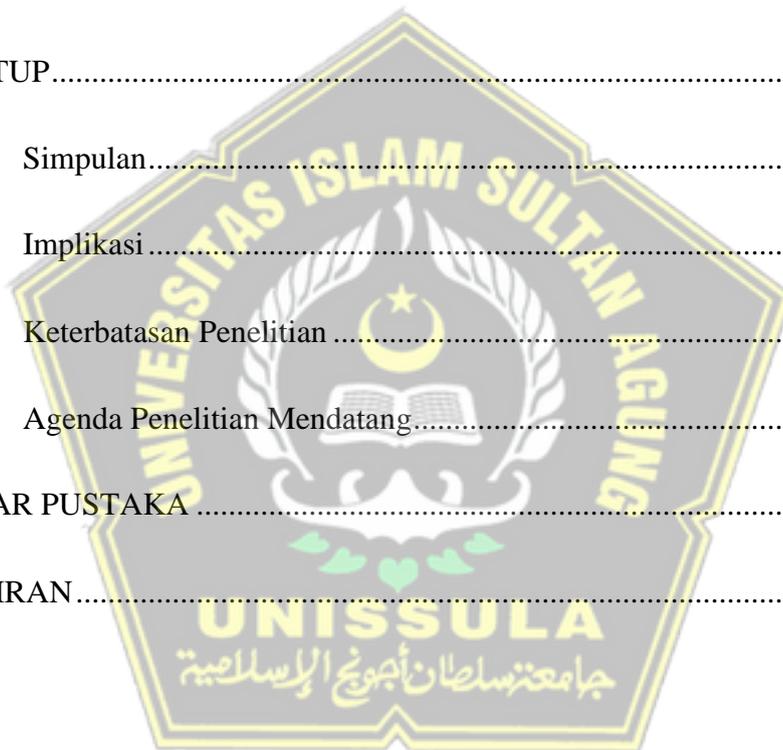
DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN UGGAH KARYA ILMIAH	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11

2.1	Teori Sinyal (Signaling Theory).....	11
2.2	<i>Corporate Social Responsibility</i>	12
2.3	Modal Intelektual.....	14
2.4	<i>Good Corporate Governance</i>	17
2.5	Nilai Perusahaan.....	19
2.6	Pengaruh Antar Variabel.....	21
2.6.1	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan 21	
2.6.2	Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan.....	22
2.6.3	Kepemilikan Institusional Memoderasi Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	23
2.6.4	Kepemilikan Institusional Memoderasi Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan.....	24
2.7	Kerangka Pemikiran.....	26
BAB III.....		27
METODE PENELITIAN.....		27
3.1	Jenis Penelitian.....	27
3.2	Populasi dan Sampel.....	27
3.3	Sumber dan Jenis Data.....	30
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	31
3.5	Variabel dan Indikator.....	31

3.5.1	Variabel.....	31
3.5.2	Indikator Variabel	36
3.6	Teknik Analisis.....	38
BAB IV		44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
4.2	Analisis Data	45
4.2.1	Analisis Statistik Deskriptif	45
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	47
4.2.2.1	Uji Normalitas	47
4.2.2.2	Uji Multikolonieritas.....	48
4.2.2.3	Uji Heterokedastisitas.....	49
4.2.2.4	Uji Autokolerasi	50
4.2.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
4.2.4	Uji Hipotesis	53
4.2.4.1	Uji Parsial (t)	53
4.2.4.2	<i>Uji Goodness Of Fit</i>	58
4.2.4.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	60
4.3.1	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai	

Perusahaan	60
4.3.2 Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan.....	61
4.3.3 Kepemilikan Institusional Memoderasi Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	63
4.3.4 Kepemilikan Institusional Memoderasi Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan.	64
BAB V.....	67
PENUTUP.....	67
5.1 Simpulan.....	67
5.2 Implikasi.....	69
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	70
5.4 Agenda Penelitian Mendatang.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	77



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase Perubahan Harga Saham Tahunan pada Perusahaan Food and Beverage Tahun 2018 – 2022	2
Tabel 3.1 Daftar Perusahaan <i>Food and Beverage</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 – 2022	27
Tabel 3.2 Metode Pengambilan Sampel Penelitian.....	29
Tabel 3.3 Daftar Sampel Penelitian.....	30
Tabel 3.4 Definisi Operasional dan Perhitungan Variabel	36
Tabel 4.1 Metode Pengambilan Sampel Penelitian.....	44
Tabel 4.2 Hasil Statistik Deskriptif.....	45
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolonieritas	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Autokorelasi Run Test.....	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4.7 Hasil Uji t.....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Goodness Of Fit.....	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	60

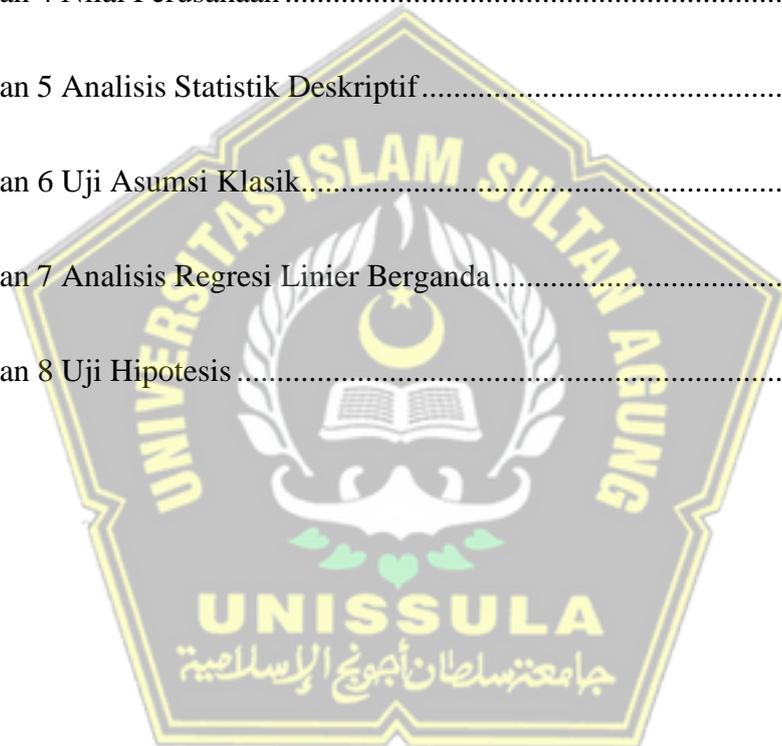
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Pemoderasi Pada <i>Perusahaan Food And Beverage</i> Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022	26
Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Corporate Social Responsibility</i>	77
Lampiran 2 Modal Intelektual.....	79
Lmpiran 3 Kepemilikan Institusional.....	81
Lampiran 4 Nilai Perusahaan	83
Lampiran 5 Analisis Statistik Deskriptif.....	85
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik.....	86
Lampiran 7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	88
Lampiran 8 Uji Hipotesis.....	89



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis yang berkembang begitu cepat membuat banyak pebisnis yang satu dengan yang lainnya bersaing agar perusahaannya lebih dikenal masyarakat dan mampu mengikuti kemajuan pasar dengan baik. Aturan perusahaan yang ketat membuat para pesaing ingin memperoleh citra baik dimata masyarakat, namun setiap perusahaan harus tetap memperhatikan peraturan tersebut agar perusahaannya menjadi lebih baik dan unggul. Salah satu persaingan bisnis yang sangat terlihat yaitu di industri *food and baverage*, dimana setiap dari perusahaan berupaya semaksimal mungkin untuk meningkatkan kinerjanya agar mampu bersaing seiring perkembangannya.

Nilai perusahaan memiliki makna penting bagi sebuah perusahaan karena dengan adanya nilai perusahaan maka sama halnya dengan memaksimalkan tujuan utama suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi merupakan harapan sebuah perusahaan karena semakin tinggi nilai perusahaan menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi (Roy Budiharjo, 2019).

Nilai perusahaan dapat direpresentasikan dengan *Tobin's Q*. Dimana *Tobin's Q* sendiri merupakan rasio dari nilai pasar dari aktiva berwujud sebuah perusahaan terhadap biaya. Pada dasarnya, *Tobin's Q* menunjukkan hubungan antara nilai pasar dan nilai intrinstik dari sebuah perusahaan, dan

dapat mengukur apakah saham sebuah perusahaan tergolong murah (*undervalued*) atau mahal (*overvalued*). *Tobin's Q* dipilih sebagai proksi pada penelitian ini karena perhitungan rasio *Tobin's Q* lebih rasional mengingat unsur – unsur kewajiban juga dimasukkan sebagai dasar perhitungan.

Nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual disaat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai asset perusahaan sesungguhnya. Berikut merupakan data harga saham pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2018 – 2022.

Tabel 2.1

Persentase Perubahan Harga Saham Tahunan pada Perusahaan Food and Beverage Tahun 2018 – 2022

No	Nama Perusahaan	Persentase Perubahan			
		2018 – 2019	2019-2020	2020 - 2021	2021 - 2022
1	PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	-25%	132,14%	-34%	-14,6%
2	PT Tri Banyan Tirta Tbk	-0.02%	-22.61%	-4,7%	-75,7%
3	PT Bumi Teknokultura Unggul Tbk	0%	0%	0%	0%
4	PT Campina Ice Cream Industry Tbk	-0.03%	-19.25%	-5,4%	2,6%
5	PT Delta Jakarta Tbk	-0.10%	-35.29%	-8,1%	1,1%
6	PT Diamond Food Indonesia Tbk	-0.90%	-2.10%	-2,5%	-3,3%
7	PT Sentra Food Indonesia Tbk	0%	-13.45%	12,7%	-9%

8	PT Garudafood Putra putri Jaya Tbk	0.10%	-15.89%	-41,5%	0%
9	PT Buyung Poetra Sembada Tbk	0.12%	6,91%	-69,4%	-27,4%
10	PT Inti Agri Resources Tbk	0%	0%	0%	0%
11	PT Era Mandiri Cemerlang Tbk	-15%	-19.80%	-21,4%	-23,3%
12	PT Indofood Sukses Makmur Tbk	-0.03%	-13.50%	-3,9%	3%
13	PT Magna Investama Mandiri Tbk	0%	0%	0%	0%
14	PT Mayora Indah Tbk	0.12%	32,20%	-14%	-2,8%
15	PT Prima Cakrawala Abadi Tbk	0.65%	-50%	-33%	-53%
16	PT Prasadha Aneka Niaga Tbk	0.11%	-15.03%	8%	-27%
17	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk	-0.04%	4,62%	0%	-1,5%
18	PT Siantar Top Tbk	-0.09%	159.00%	-11,4%	0,65%
19	PT Tunas Baru Lampung Tbk	-0.12%	-6.03%	-8%	-6,7%
20	PT Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk	-0.10%	-4.76%	-0,9%	-3%
Rata-rata		-40%	-58%	-81%	-89%

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa terjadi fluktuasi nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham pada perusahaan *food and beverage* selama tahun 2018 – 2022. Terjadinya fluktuasi tersebut maka menarik untuk diteliti mengenai apa saja faktor – faktor yang mempengaruhi peningkatan dan penurunan nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* di bursa efek Indonesia tahun 2018 – 2022.

Nilai perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Terdapat berbagai faktor yang mampu mempengaruhi dan dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan diantaranya yaitu *corporate social responsibility*, modal intelektual, profitabilitas, likuiditas dan leverage (Tiwi Hernita, 2019).

Corporate Social Responsibility merupakan wujud pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan terhadap masyarakat (Lailatus S., et al., 2020). Selain itu, *Corporate social responsibility* merupakan suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan kepada semua stakeholders (pemangku kepentingan) seperti konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan juga lingkungan dalam segala aspek operasional yang melingkupi aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Desy R., et al., 2023). Dengan kata lain *corporate social responsibility* merupakan bentuk tindakan tanggungjawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan tersebut berada.

Corporate social responsibility sangat penting bagi suatu perusahaan. Dampak positif adanya *corporate social responsibility* ialah mampu meningkatkan citra perusahaan di mata publik, terciptanya lingkungan sosial yang baik, meningkatkan kinerja

karyawan, memperoleh lisensi untuk beroperasi secara sosial, memperluas pasar, dan memperbaiki hubungan baik dengan stakeholder. Apabila suatu perusahaan tidak melakukan *corporate social responsibility* maka konsekuensi yang diperoleh ialah diberlakukannya sanksi administrasi yang terdiri dari peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan atau pencabutan kegiatan usaha maupun fasilitas penanaman modal.

Pada akhirnya jika perusahaan rutin melakukan *corporate social responsibility* yang sesuai dan melakukannya dengan konsisten dan rutin, masyarakat bisnis (investor, kreditor, dll), pemerintah, akademisi, maupun konsumen akan semakin mengenal perusahaan. Hal ini juga akan menjadi signal positif yang menggambarkan kemampuan finansial perusahaan baik dan prospek perusahaan kedepan semakin baik maka keuntungan yang diperoleh kedepan semakin besar, hal itu menyebabkan banyak investor tertarik terhadap perusahaan sehingga nilai perusahaan meningkat.

Melalui *corporate social responsibility* dapat dibangun komunikasi yang efektif dan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan masyarakat yang mampu membangun *image* suatu perusahaan menjadi lebih baik di mata *stakeholder* sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini dapat ditunjukkan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rifani

Akbar Sulbahri (2021) yang menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian Desy Rahmawati dan Ely Kurniawati (2023) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap perusahaan ditunjukkan dengan kepemilikan kekayaan intelektual perusahaan. Modal intelektual ialah sumber daya, aset, keterampilan berfikir out of the box, informasi, data, pengetahuan, dan kebijakan (Ni Kadek Umi S., *et al.*, 2021). Menurut Ulum dalam (R.A. Illiyin Rahmatika, 2020) Modal intelektual adalah aktivitas yang dilakukan manajer dalam upaya mengelola perusahaan menggunakan pengetahuan yang dimiliki, aktivitas-aktivitas tersebut seringkali terkait dengan pengembangan karyawan, restrukturisasi organisasi, dan pengembangan aktivitas pemasaran. Secara umum modal intelektual merupakan pengetahuan yang memberikan suatu informasi mengenai nilai tak berwujud perusahaan yang mampu mempengaruhi daya tahan dan keunggulan bersaing.

Modal intelektual jika dilakukan dengan baik dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja perusahaan. Namun ada juga resiko modal intelektual yang dapat terjadi, yaitu resiko dalam penerapan teknologi baru pada

perusahaan dan inovasi perusahaan terhadap produk yang kurang memuaskan pelanggan.

Dengan adanya modal intelektual maka suatu perusahaan akan lebih berinovasi dan berada satu tingkat diatas perusahaan yang lain sehingga mampu menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Jika perusahaan memiliki modal intelektual yang tinggi maka menunjukkan signal bahwa prospek perusahaan kedepan akan baik. Apabila modal intelektual baik prospek perusahaan juga baik, investor pasti akan tertarik membeli saham perusahaan. Sehingga pada akhirnya nilai perusahaan akan mengalami peningkatan. Hal ini ditunjukkan dengan hasil penelitian Ni Kadek Umi S. dan Made Arie W. (2021) yang menunjukkan bahwa modal intelektual berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Mitha Christiana G. dan Lamria Sagala (2020) menunjukkan bahwa modal intelektual berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Hasil dari berbagai kajian terkait *corporate social responsibility* dan modal intelektual menunjukkan adanya ketidak konsistenan terhadap nilai perusahaan. Program *corporate social responsibility* jika tidak tepat maka akan berisiko bagi perusahaan. Jika suatu perusahaan gagal memenuhi komitmennya atau jika terdapat persepsi ketidaklulusan, hal ini dapat merusak

reputasi perusahaan dan menurunkan kredibilitasnya secara permanen. Selain itu program modal intelektual juga harus tepat, jika sumber daya manusianya hebat tetapi moralnya tidak baik maka akan berisiko bagi perusahaan. Oleh karena itu dibutuhkan adanya mekanisme control melalui *good corporate governance* dengan proksi kepemilikan institusional. *Good corporate governance* merupakan konsep yang mengatur keselarasan hubungan organ-organ perusahaan, antara pemegang saham, dewan komisaris dan dewan direksi yang mengelola perusahaan (Ni Kadek Muliati, et al., 2021). Sedangkan menurut Khan dalam Farida Farida et al. (2019) *good corporate governance* adalah serangkaian metode, aturan dan proses kegiatan untuk mencapai keseimbangan antara kepentingan organisasi dan pemangku kepentingan. Dengan begitu *good corporate governance* dapat diartikan sebagai upaya perusahaan untuk menciptakan pola hubungan yang kondusif antar pemangku kepentingan dalam perusahaan.

Dengan adanya *good corporate governance* kinerja suatu perusahaan akan baik dan mampu menciptakan nilai tambah, dengan begitu maka akan diikuti dengan meningkatnya nilai perusahaan. Hasil penelitian Ni Kadek Muliati, et al. (2021) dan Lusiana Anggraini (2021) menunjukkan bahwa *good corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka peneliti akan meneliti tentang " Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan *Food And Beverage* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022."

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah :

1. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2018-2022 ?
2. Apakah modal intelektual berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2018-2022 ?
3. Apakah kepemilikan institusional dapat memoderasi pada pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2018-2022 ?
4. Apakah kepemilikan institusional dapat memoderasi pada pengaruh modal intelektual terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2018-2022 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

1. Menguji dan menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2018-2022.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh modal intelektual terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2018-2022.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh moderasi kepemilikan institusional terhadap hubungan antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2018-2022.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh moderasi kepemilikan institusional terhadap hubungan antara modal intelektual dan nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2018-2022.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat, baik manfaat secara praktis maupun secara teoritis.

1. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bermanfaat sebagai masukan dan referensi dalam meningkatkan nilai perusahaan melalui *corporate social responsibility* dan modal intelektual dengan kepemilikan institusional sebagai variabel pemoderasi.

b. Bagi investor

Sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan investasi di bursa efek Indonesia khususnya pada perusahaan *food and beverage*.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini berguna memberikan sumbangan pemikiran dan informasi bagi pihak yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai *corporate social responsibility* dan modal intelektual dengan kepemilikan institusional sebagai pemoderasi terhadap nilai perusahaan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Sinyal (Signaling Theory)

Brigham and Houston dalam (Ni Kadek M., *et all.*, 2021) menyatakan bahwa signalling theory adalah perilaku manajemen perusahaan dalam memberi petunjuk untuk investor terkait pandangan manajemen pada prospek perusahaan untuk masa mendatang. Isyarat atau sinyal adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Informasi yang lengkap dan relevan serta akurat dan tepat waktu diperlukan investor pasar modal sebagai alat untuk menganalisis sebelum mengambil keputusan untuk berinvestasi. Sinyal itu bisa dalam bentuk berbagai kebijakan yang dapat menambah informasi bagi investor, seperti kebijakan investasi, kebijakan pendanaan, maupun kebijakan deviden. Kebijakan investasi dalam bentuk *corporate social responsibility* dapat digunakan sebagai sinyal reputasi perusahaan sedangkan kebijakan investasi dalam bentuk modal intelektual dapat digunakan sebagai sinyal prospek perusahaan kedepan.

2.2 Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility merupakan bentuk tindakan tanggungjawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan tersebut berada.

Menurut Indra Jaya.,(2021) terdapat tujuh kategori yang harus dipenuhi perusahaan dalam melaksanakan CSR yaitu :

a. Lingkungan

Pada bagian lingkungan mencakup faktor lingkup padaprosedur produksi, salah satunya mengendalikan pencemaran (kontaminasi) selama operasi bisnis, pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh pengelolaan sumber daya alam.

b. Energi

Untuk aktivitas perusahaan terdiri dari pemanfaatan energi. Aktivitas pada bagian ini terdiri dari pemanfaatan barang bekas dalam memproduksi energi serta meningkatkan efisiensi energi.

c. Kesehatan dan Keselamatan Kerja

Kegiatan tersebut terdiri dari promosi keselamatan kerja, mental, dan kesehatan fisik, pemebentukan komite keselamatan kerja, pengungkapan statistik keamanan pegawai, dan pengungkapan kegiatan ketenagakerjaan lainnya.

d. Tenaga Kerja

Kategori dalam aktivitas tenaga kerja yaitu rekrutmen, pelatihan kerja, upah serta komisi dan pemberitahuan kegiatan lainnya.

e. Produk

Pada bagian produk menyangkut dengan aspek kualitatif pada suatu produk yang terdiri dari kesenangan konsumen, periklanan, transparansi atau keutuhan isi produk pada kemasan.

f. Keterlibatan Masyarakat

Pada bagian ini meliputi kegiatan masyarakat yang terkait dengan kesehatan, pendidikan dan seni.

g. Umum

Pada kategori ini umumnya melibatkan kewajiban perusahaan kepada warga dan info yang memiliki kaitan dengan Corporate Social Responsibility.

Variabel pengungkapan *corporate social responsibility* dapat diukur dengan cara menghitung indeks pengungkapan *corporate social responsibility* dengan rumus :

$$CSRI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan j

$\sum X_{ij}$:Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j,

$n_j = 91$

N_j :Jumlah item perusahaan j,

1= jika kriteria I diungkapkan;

0 = jika kriteria I tidak diungkapkan.

Setiap item akan dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor perusahaan.

2.3 Modal Intelektual

Modal intelektual merupakan pengetahuan yang memberikan suatu informasi mengenai nilai tak berwujud perusahaan yang mampu mempengaruhi daya tahan dan keunggulan bersaing.

Ada 3 komponen utama modal intelektual yaitu *human capital*, *customer capital* dan *Structural capital* (Lusianah, 2020).

a. *Human Capital*

Human capital mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut.

b. *Customer Capital*

Hubungan yang harmonis yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya, baik yang berasal dari para pemasok yang andal dan berkualitas, berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar.

c. *Structural capital*

Structural capital merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan.

Pengukuran untuk perhitungan modal intelektual dapat menggunakan metode VAIC (*Value Added Intellectual Coefficient*) dengan cara :

a. Menghitung *Value Added*

$$VA = \text{OUTPUT} - \text{INPUT}$$

Keterangan :

OUTPUT = Total Penjualan

INPUT = Beban penjualan kecuali gaji dan tunjangan karyawan.

b. Menghitung *Value Added Capital Employed* (VACA)

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

Keterangan:

VACA= *Value Added Capital Employed*

CE= Jumlah ekuitas dan laba bersih

VA= *Value Added*.

c. Menghitung *Value Added Human Capital* (VAHU)

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

Keterangan:

HC= Beban tenaga kerja

VA= *Value Added*

d. Menghitung *Structural Capital Value Added* (STVA)

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

$$\text{SC} = \text{VA} - \text{HC}$$

Keterangan:

STVA= *Structural capital value added*

SC= Structural capital

VA= *Value Added*

HC= Beban tenaga kerja.

e. Menghitung *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC)

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

Keterangan:

VAIC= *Value Added Intellectual Coefficient*

VACA= *Value Added Capital Employed*

VAHU= *Value added human capital*

STVA= *Structural capital value added.*

2.4 Good Corporate Governance

Good corporate governance ialah upaya perusahaan untuk menciptakan pola hubungan yang kondusif antar pemangku kepentingan dalam perusahaan.

Menurut Rinitami N. et al. (2019) suatu tata kelola perusahaan yang baik mengandung lima prinsip utama yaitu :

a. **Transparancy (Keterbukaan Informasi)**

Mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Selain menjaga obyektivitas, transparansi mengungkapkan tidak hanya masalah yang disyaratkan oleh peraturan perundang-undangan, tetapi juga hal yang penting untuk pengambilan keputusan oleh pemegang saham, kreditur dan pemangku kepentingan lainnya secara benar dan tepat waktu. Dengan tidak mengurangi kewajiban untuk melindungi informasi rahasia.

b. **Accountability (Akuntabilitas)**

Asas pertanggungjawaban kinerja secara transparan dan wajar, dengan pengelolaan secara benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan Perseroan dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lain (Check and Balances System) dan kejelasan pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab masing-masing organ perusahaan. Asas akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan.

c. Responsibility (Pertanggungjawaban)

Asas mengemban tanggung jawab, termasuk dalam mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan (kewajiban sosial) sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai good corporate citizen.

d. Independency (Kemandirian)

Asas pengelolaan Perseroan secara independen sehingga masing-masing organ dalam aktivitasnya tidak saling mendominasi dan tidak diintervensi pihak lain supaya tercapai prinsip korporasi yang sehat, setiap keputusan diambil berdasarkan objektivitas menghindari konflik kepentingan.

e. Fairness (Kesetaraan dan Kewajaran)

Asas dimana dalam melaksanakan kegiatannya, Perseroan harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan; termasuk kesempatan yang sama dalam penerimaan karyawan, berkarir dan melaksanakan tugasnya secara profesional tanpa membedakan suku, agama, ras, golongan, gender, dan kondisi fisik.

Good corporate governance dapat diproksikan menggunakan kepemilikan institusional. Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham perusahaan yang mayoritas dimiliki oleh institusi atau lembaga. Kepemilikan saham ialah pemegang saham terbesar sehingga merupakan sarana untuk monitor manajemen. Dalam penelitian ini kepemilikan institusional dapat diukur menggunakan rumus :

$$\text{Kepemilikan Institusional} = \frac{\text{Jumlah Saham Institusional}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}} \times 100\%$$

2.5 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan ialah keberhasilan suatu perusahaan yang dikaitkan dengan nilai harga saham dari para investor. Kenaikan harga saham yang melunjak tinggi mengakibatkan harga saham pada perusahaan mengalami kenaikan dan peningkatan. Nilai perusahaan memiliki arti penting bagi suatu perusahaan karena

dengan adanya nilai untuk memaksimalkan suatu nilai perusahaan maka sama halnya dengan memaksimalkan tujuan utama suatu perusahaan.

Menurut Christiawan dan Tarigan dalam Elsa Mayori (2019), ada beberapa konsep yang menjelaskan nilai perusahaan yaitu nilai nominal, nilai intrinsik, nilai likuidasi, nilai buku, nilai pasar dan nilai intrinsik.

1. Nilai nominal

Nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan.

2. Nilai likuidasi

Nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi.

3. Nilai buku

Nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi.

4. Nilai pasar

Harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di pasar.

5. Nilai intrinsik

Saham konsep yang paling representatif untuk menentukan nilai suatu perusahaan.

Pengukuran nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan *Tobins' Q* yang rumusnya sebagai berikut:

$$Tobins' Q = \frac{\text{Total Market Value} + \text{Total Book Value Of Liabilities}}{\text{Total Book Value Of Asset}}$$

2.6 Pengaruh Antar Variabel

2.6.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate social responsibility merupakan bentuk tindakan tanggungjawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan tersebut berada. Rifani Akbar Sulbahri (2021) dan Ni Luh Laksmi Rahmawati. (2021) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan beberapa penelitian di atas disimpulkan bahwa perusahaan yang melakukan *corporate social responsibility* yang lebih luas akan berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan dengan teori sinyal yang memaparkan bahwa perusahaandapat memberikan sinyal kepada pihak eksternal melalui pelaporan informasi terkait kinerja perusahaan dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan. Pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan sebagai upaya mengirimkan sinyal reputasi positif di mata stakeholder terkait kepedulian perusahaan terhadap kelangsungan hidup dan prospek kinerja perusahaan di masa mendatang. Sinyal tersebut ditanggapi secara positif oleh investor dengan kenaikan harga saham serta nilai perusahaan yang mengalami peningkatan. Pengungkapan

CSR yang lebih luas akan membuat perusahaan memperoleh dukungan atas keberpihakan stakeholder terhadap segala keputusan yang diambil dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan. Sehingga bisa ditarik hipotesis bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H1 : *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.6.2 Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan

Modal intelektual merupakan pengetahuan yang memberikan suatu informasi mengenai nilai tak berwujud perusahaan yang mampu mempengaruhi daya tahan dan keunggulan bersaing. Ni Kadek Umi S. dan Made Arie W. (2021) dan Dinda Indira Subagio dan Indira Januarti (2022) menyatakan bahwa modal intelektual berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan beberapa penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa perusahaan melakukan pengungkapan modal intelektual lebih luas mampu meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan teori sinyal modal intelektual akan meningkatkan prospek perusahaan sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan. Sehingga bisa ditarik

hipotesis bahwa modal intelektual berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H2 : Modal intelektual berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.6.3 Kepemilikan Institusional Memoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan.

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham perusahaan yang mayoritas dimiliki oleh institusi atau lembaga. Wijaya dan Wirawati (2019) menyatakan bahwa GCG mampu memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Diah Budhiani H. dan R. Bambang B. (2020) juga menyatakan bahwa GCG mampu memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Hal ini berarti pelaksanaan *good corporate governance* akan mendorong timbulnya tanggung jawab perusahaan pada masyarakat dan lingkungan yang bertujuan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan dengan tetap memperhatikan pemangku kepentingan lainnya. Dengan demikian, semakin baik tata kelola perusahaan maka akan semakin tinggi pula pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan sehingga nilai perusahaan

yang dicapai akan semakin tinggi. Sehingga dapat ditarik hipotesis bahwa kepemilikan institusional memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

H3 : Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi Kepemilikan Institusional.

2.6.4 Kepemilikan Institusional Memoderasi Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan.

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham perusahaan yang mayoritas dimiliki oleh institusi atau lembaga. Astina E. dan Sri Ayem (2020) menyatakan bahwa *good corporate governance* mampu memperkuat pengaruh modal intelektual terhadap nilai perusahaan. Dwi Febriana T. dan Siti I. (2021) juga menyatakan bahwa *good corporate governance* mampu memperkuat pengaruh modal intelektual terhadap nilai perusahaan.

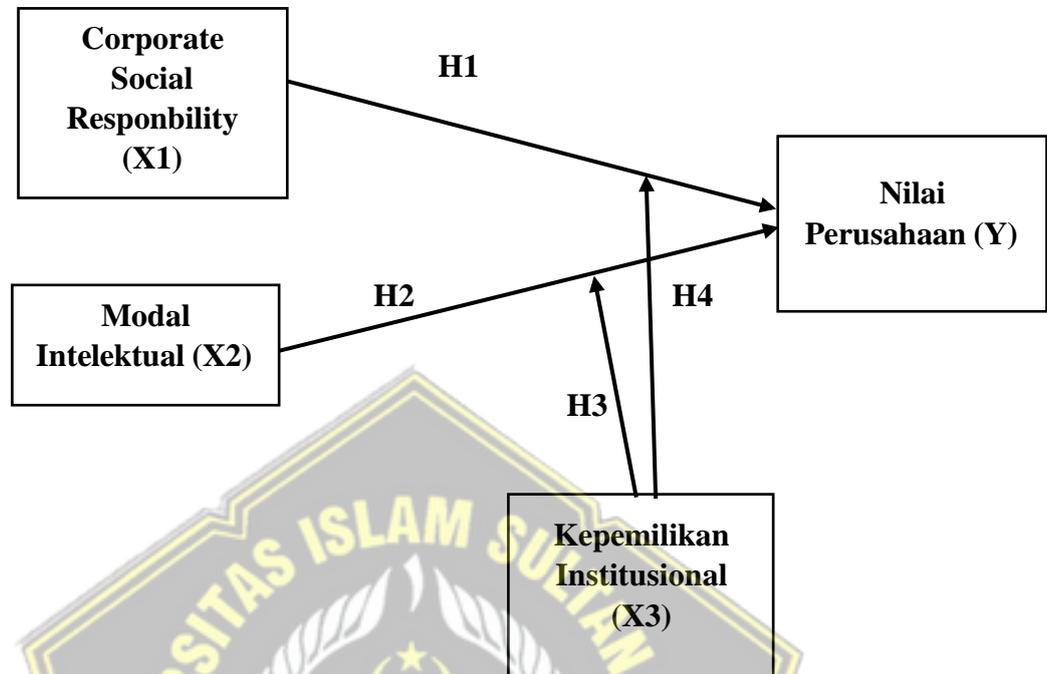
Hal ini menunjukkan bahwa untuk menciptakan suatu nilai tambah bagi *stakeholders* dapat dilakukan dengan cara pengungkapan sukarela perusahaan yaitu pengungkapan modal intelektual sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Sehingga bisa ditarik hipotesis bahwa

kepemilikan institusional memperkuat pengaruh modal intelektual terhadap nilai perusahaan.

H4 : Pengaruh modal intelektual terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi Kepemilikan Institusional.



2.7 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Penelitian Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Pemoderasi Pada *Perusahaan Food And Beverage* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini ialah jenis penelitian pustaka (library research) dengan menggunakan sumber perpustakaan untuk memperoleh data penelitiannya. Salah satu ciri dari penelitian pustaka ialah peneliti berhadapan langsung dengan teks atau data angka dan bukan pengetahuan langsung dari lapangan atau sanksi mata berupa kejadian, orang, atau benda-benda lainnya.

3.2 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2018-2022 yang terdiri dari 30 perusahaan atau sebanyak 150 observasi.

Tabel 3.1

Daftar Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 – 2022

No	Kode	Nama Perusahaan
1.	ADES	PT Akasha Wira International Tbk
2.	AISA	PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk
3.	ALTO	PT Tri Banyan Tirta Tbk
4.	BTEK	PT Bumi Teknokultura Unggul Tbk

5.	BUDI	PT Budi Starch & Sweetener Tbk
6.	CAMP	PT Campina Ice Cream Industry Tbk
7.	CEKA	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
8.	CLEO	PT Sariguna Primatirta Tbk
9.	DLTA	PT Delta Djakarta Tbk
10.	DMND	PT Diamond Food Indonesia Tbk
11.	FOOD	PT Sentra Food Indonesia Tbk
12.	GOOD	PT Garudafood Putra putri Jaya Tbk
13.	HOKI	PT Buyung Poetra Sembada Tbk
14.	ICBP	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
15.	IIKP	PT Inti Agri Resources Tbk
16.	IKAN	PT Era Mandiri Cemerlang Tbk
17.	INDF	PT Indofood Sukses Makmur Tbk
18.	KEJU	PT Mulia Boga Raya Tbk
19.	MGNA	PT Magna Investama Mandiri Tbk
20.	MLBI	PT Multi Bintang Indonesia Tbk
21.	MYOR	PT Mayora Indah Tbk
22.	PANI	PT Pratama Abadi Nusa Industri Tbk
23.	PCAR	PT Prima Cakrawala Abadi Tbk
24.	PSDN	PT Prasadha Aneka Niaga Tbk
25.	ROTI	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk
26.	SKBM	PT Sekar Bumi Tbk
27.	SKLT	PT Sekar Laut Tbk
28.	STTP	PT Siantar Top Tbk
29.	TBLA	PT Tunas Baru Lampung Tbk
30.	ULTJ	PT Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk

b. Sampel

Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* yaitu teknik pemilihan sampel dengan menggunakan kriteria atau pertimbangan tertentu. Adapun kriteria tersebut yaitu:

1. Perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2018 - 2022.
2. Menerbitkan laporan keuangan berturut – turut tahun 2018 – 2022 di bursa efek Indonesia yang sudah diaudit dan dipublikasikan.
3. Tidak mengalami kerugian atau laba negatif selama periode penelitian yaitu tahun 2018 – 2022.

Tabel 3.2

Metode Pengambilan Sampel Penelitian

No	Kriteria	Sampel
1.	Perusahaan <i>food and beverage</i> yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2018 – 2022.	30
2.	Perusahaan <i>food and beverage</i> yang tidak menerbitkan laporan keuangan berturut – turut tahun 2018 – 2022 di bursa efek Indonesia.	(3)
3.	Perusahaan <i>food and beverage</i> di bursa efek Indonesia yang mengalami kerugian tahun 2018 – 2022.	(12)
	Jumlah sampel perusahaan	15

Tabel 3.3
Daftar Sampel Penelitian

No	Kode	Nama Perusahaan
1.	ADES	PT Akasha Wira International Tbk
2.	BUDI	PT Budi Starch & Sweetener Tbk
3.	CAMP	PT Campina Ice Cream Industry Tbk
4.	CEKA	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
5.	CLEO	PT Sariguna Primatirta Tbk
6.	DLTA	PT Delta Djakarta Tbk
7.	ICBP	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
8.	INDF	PT Indofood Sukses Makmur Tbk
9.	MLBI	PT Multi Bintang Indonesia Tbk
10.	MYOR	PT Mayora Indah Tbk
11.	ROTI	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk
12.	SKLT	PT Sekar Laut Tbk
13.	STTP	PT Siantar Top Tbk
14.	TBLA	PT Tunas Baru Lampung Tbk
15.	ULTJ	PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Co Tbk

3.3 Sumber dan Jenis Data

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan yang diterbitkan perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2018-2022. Data kemudian diolah dan dianalisis menggunakan SPSS

(*Statistical Package for Social Sciences*) sehingga menghasilkan data yang dapat menjawab permasalahan penelitian.

3.4 Metode Pengumpulan Data

a. Studi Dokumentasi

Dokumentasi adalah kumpulan dari dokumen – dokumen yang dapat memberikan keterangan atau bukti yang berkaitan dengan proses pengumpulan dan pengolahan dokumen secara sistematis serta menyebarluaskan kepada pemakai informasi tersebut (Surnita Sandi W. Dan Yofi Syarkani,2021).

b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan untuk mendapatkan landasan teori yang mendukung penelitian yang diambil dari literatur, buku-buku, peraturan-peraturan, artikel ilmiah, jurnal, laporan-laporan atau terbitan lainnya serta penelitian sebelumnya yang dapat menjawab pertanyaan penelitian (Irma Yuliani,2019).

3.5 Variabel dan Indikator

3.5.1 Variabel

a. Variabel Independen

1. *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility indeks dihitung berdasarkan jumlah item pengungkapan CSR yang

diungkapkan suatu perusahaan. Daftar pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dibagi menjadi tujuh kategori yaitu : lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$CSRI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan j

$\sum X_{ij}$: Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j,

$n_j = 91$

N_j : Jumlah item perusahaan j,

1 = jika kriteria I diungkapkan;

0 = jika kriteria I tidak diungkapkan.

Setiap item akan dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor perusahaan.

2. Modal Intelektual

Pengukuran modal intelektual dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode VAIC (*Value Added Intellectual Coefficient*) yang rumusnya sebagai berikut:

1) Menghitung Nilai tambah atau *Value Added* (VA)

Value Added adalah indikator paling rasional untuk menilai keberhasilan bisnis dan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam penciptaan nilai (*value creation*).

Rumus:

$$VA = OUTPUT - INPUT$$

Keterangan :

OUTPUT = Total Penjualan

INPUT = Beban penjualan kecuali gaji dan tunjangan karyawan.

2) Menghitung *Value Added Capital Employed* (VACA)

Value Added of capital employed adalah indikator untuk VA yang diciptakan oleh unit dari *physical capital*. Rumus:

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

Keterangan:

VACA= *Value Added Capital Employed*

CE= Jumlah ekuitas dan laba bersih

VA= *Value Added*.

3) Menghitung *Value Added Human Capital* (VAHU)

Value added human capital menunjukkan beberapa banyak VA yang menghasilkan dengan data yang dikeluarkan untuk tenaga kerja. Hubungan antara VA dengan HC mengidentifikasi kemampuan HC untuk menciptakan nilai di dalam perusahaan. Rumus:

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

Keterangan:

HC= Beban tenaga kerja

VA= *Value Added*

4) Menghitung *Structural Capital Value Added* (STVA)

Structural Capital Value Added menunjukkan kontribusi structural capital (SC) dalam penciptaan nilai. STVA mengukur sejumlah SC yang dibutuhkan untuk menghasilkan 1 rupiah dari VA dan merupakan indikasi bagaimana keberhasilan SC dalam penciptaan nilai. SC bukanlah ukuran yang independen bagaimana HC dalam proses penciptaan nilai. Artinya, semakin besar kontribusi HC dalam *value creation*, maka akan semakin kecil kontribusi SC dalam hal tersebut. Rumus:

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

$$SC = VA - HC$$

Keterangan:

STVA= *Structural capital value added*

SC= Structural capital

VA= *Value Added*

HC= Beban tenaga kerja.

5) Menghitung *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC)

Metode *value added intellectual coefficient* merupakan alat untuk mengukur kinerja *intellectual capital* perusahaan. Pendekatan ini relative mudah dan sangat mungkin untuk dilakukan karena konstruksi dari akun-akun dalam laporan keuangan. Rumus:

$$VAIC = VACA + VAHU + STVA$$

Keterangan:

VAIC= *Value Added Intellectual Coefficient*

VACA= *Value Added Capital Employed*

VAHU= *Value added human capital*

STVA= *Structural capital value added.*

b. Variabel Dependen

1. Nilai Perusahaan

Pengukuran nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan *Tobins'Q* yang rumusnya sebagai berikut:

$$Tobins'Q = \frac{Total\ Market\ Value + Total\ Book\ Value\ Of\ Liabilities}{Total\ Book\ Value\ Of\ Asset}$$

c.

Variabel Moderating

1. *Good Corporate Governance*

Variabel pemoderasi dalam penelitian ini adalah *good corporate governance* yang diproksikan menggunakan kepemilikan institusional yang diukur dengan rumus :

$$\text{Kepemilikan Institusional} = \frac{\text{Jumlah Saham Institusional}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}} \times 100\%$$

3.5.2 Indikator Variabel

Berikut masing – masing definisi operasional dan indikator variabel akan dijelaskan pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.4

Definisi Operasional dan Perhitungan Variabel

Definisi Operasional Variabel	Perhitungan
<i>Corporate Social Responsibility</i>	$CSRI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$

<p>merupakan bentuk tindakan tanggungjawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan tersebut berada.</p>	
<p>Modal Intelektual</p> <p>Modal intelektual merupakan pengetahuan yang memberikan suatu informasi mengenai nilai tak berwujud perusahaan yang mampu mempengaruhi daya tahan dan keunggulan bersaing.</p>	<p>VAIC = VACA + VAHU + STVA</p>
<p>Good Corporate Governance</p> <p><i>Good corporate governance</i> ialah upaya perusahaan untuk menciptakan pola hubungan yang kondusif antar pemangku kepentingan dalam perusahaan.</p> <p>Kepemilikan institusional</p> <p>Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham</p>	<p>Kepemilikan Institusional = $\frac{\text{Jumlah Saham Institusional}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}} \times 100\%$</p>

perusahaan yang mayoritas dimiliki oleh institusi atau lembaga.	
<p>Nilai perusahaan</p> <p>Nilai perusahaan ialah keberhasilan suatu perusahaan yang dikaitkan dengan nilai harga saham dari para investor.</p>	<p><i>Tobins' Q =</i></p> $\frac{\text{Total Market Value} + \text{Total Book Value Of Liabilities}}{\text{Total Book Value Of Asset}}$

3.6 Teknik Analisis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis dengan menggunakan bantuan SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*).

a. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan salah satu metode statistik yang berkaitan dengan pengumpulan, peringkasan, penyajian suatu kumpulan data sehingga memberikan informasi yang berguna.

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistic yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linier berganda. Uji

asumsi klasik yang biasa digunakan adalah uji normalitas, multikolinieritas, heterokedastisitas, dan autokolerasi.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak (Ce Gunawan, 2020). Model regresi yang baik ialah memiliki nilai residual terdistribusi normal. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan uji *kolmogorof-smirnov* $> 0,05$ maka normalitas terpenuhi.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terdapat korelasi, maka terdapat masalah multikolinieritas. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen (Nikolaus Duli, 2019). Multikolinieritas dapat dilihat dari (1) nilai *tolerance* (2) *variance inflation factor* (VIF). Nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai $VIF <$

10 adalah nilai batas yang digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidakpastian varians dari residu satu

ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homokedastisitas. Pengujian heterokedastisitas dapat dilihat menggunakan *scatterplot* dengan asumsi apabila titik – titik menyebar di atas dan di bawah sumbu dan tidak membentuk suatu pola maka tidak terjadi heterokedastisitas.

4. Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi digunakan untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t-1$). Secara sederhana analisis regresi digunakan untuk melihat pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen, jadi tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya. Ada tidaknya autokorelasi dapat dilihat dari hasil perhitungan uji *run test*. Dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai *Asymp. Sig. (tailed)* lebih kecil $<$ dari 0,05, maka terdapat gejala autokolerasi.
- b. Jika nilai *Asymp. Sig. (tailed)* lebih besar $>$ dari 0,05, maka tidak terdapat gejala autokolerasi.

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk melihat hubungan antar variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu dewan direksi, dewan komirsasi, modal intelektual, corporate social responsibility, dan kinerja keuangan sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, rumus persamaan regresi lincer berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 M + \beta_4 X_{1M} + \beta_5 X_{2M} + e$$

Keterangan:

Y: Nilai Perusahaan

β_1 - β_5 : Koefisinsi regresi

X1: *Corporate Social Responsibility*

X2: Modal Intelektual

M: Kepemilikan Institusional

e: Kesalahan (error)

d. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (t)

Uji t (t-test) digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individu dalam

menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan uji parsial dapat dilihat dari nilai signifikansi dan membandingkan antara t hitung dengan t tabel.

a. Berdasarkan nilai signifikansi (sig)

1. Jika nilai signifikansi $<$ probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atau hipotesis diterima.

2. Jika nilai signifikansi $>$ probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atau hipotesis ditolak.

b. Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel

1. Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atau hipotesis diterima.

2. Jika t hitung $<$ t tabel maka tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atau hipotesis ditolak.

2. Uji *Goodness Of Fit*

Uji Goodness Of Fit bertujuan untuk melihat apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen (Surnita Sandi W. dan Yofi Syarkani, 2021).

3. Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan varian dari variabel dependen (Surnita Sandi W. dan Yofi Syarkani,2021).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini yaotu seluruh perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2022. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 15 perusahaan yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu. Proses pemilihan sampel dapat dilihat dalam tabel 4.1.

Tabel 4.1

Metode Pengambilan Sampel Penelitian

No	Kriteria	Sampel
1.	Perusahaan <i>food and beverage</i> yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2018 – 2022.	30
2.	Perusahaan <i>food and beverage</i> yang tidak menerbitkan laporan keuangan berturut – turut tahun 2018 – 2022 di bursa efek Indonesia.	(3)
3.	Perusahaan <i>food and beverage</i> di bursa efek Indonesia yang mengalami kerugian tahun 2018 – 2022.	(12)
	Jumlah sampel perusahaan	15

4.2 Analisis Data

4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui informasi suatu data yang dilihat dari nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi. Hasil olah data deskriptif dapat dilihat pada tabel

4.2 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.2
Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Corporate Social Responsibility</i>	75	0.03	2.13	0.4636	0.53370
Modal Intelektual	75	0.01	3.83	1.1927	0.73509
Kepemilikan Institusional	75	0.10	2.12	0.7065	0.39341
Nilai Perusahaan	75	0.00	5.48	1.1871	0.95950
Valid N (listwise)	75				

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa jumlah data dalam penelitian ini yaitu sebanyak 75 data yang diambil dari Bursa Efek Indonesia melalui situs www.idx.co.id. Berikut adalah deskripsi yang diperoleh dari tabel 4.2:

1. *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai rata-rata sebesar 0,4636 atau 46,36% (relatif rendah). Nilai rata-rata yang kecil menunjukkan bahwa sebagian item *corporate social responsibility* tidak diungkapkan. Artinya perusahaan rata-rata hanya mengungkapkan sebesar 46,36% dari 91 item *index* pengungkapan *corporate social responsibility*.
2. Modal Intelektual memiliki nilai rata-rata sebesar 1,1927. Hal ini menunjukkan bahwa range modal intelektual sangat baik karena lebih dari 0,505 (Nia Fitriani, 2019). Artinya bahwa perusahaan mengalokasikan dananya untuk kegiatan pengembangan sumber daya manusia secara efisien.
3. Kepemilikan Institusional memiliki nilai rata-rata sebesar 0,7065 atau 70,65%. Hal ini menunjukkan bahwa saham di perusahaan *food and beverage* dominan dimiliki oleh institusi.
4. Nilai Perusahaan memiliki nilai rata-rata sebesar 1,1871. Hal ini menunjukkan bahwa range nilai perusahaan relatif rendah. Artinya, harga pasar saham perusahaan pada posisi 1,1871 kali nilai bukunya.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.2.1 Uji Normalitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui distribusidata. Jika nilai signifikasi lebih besar dari 0,05 maka data terdistribusi dengan normal dan jika kurang dari 0,05 maka data terdistribusi dengan tidak normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan teknik uji *one sample kolmogorof-smirnov*.

Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas

Tests of Normality			
	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Statistic	Df	Sig.
Unstandardized Residual	0.081	75	0.200*
*. This is a lower bound of the true significance.			
a. Lilliefors Significance Correction			

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa hasil uji normalitas memiliki nilai signifikasi sebesar 0,200 yang nilainya lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data terdistribusi dengan normal.

4.2.2.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau tidak. Dalam hal ini model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Multikolonieritas dapat dilihat dari (1) nilai *tolerance* (2) *variance inflation factor* (VIF).

Nilai *tolerance*

> 0,10 dan nilai VIF < 10 adalah nilai batas yang digunakan untuk menunjukkan adanya multikolonieritas. Berikut hasil uji multikolonieritas.

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolonieritas

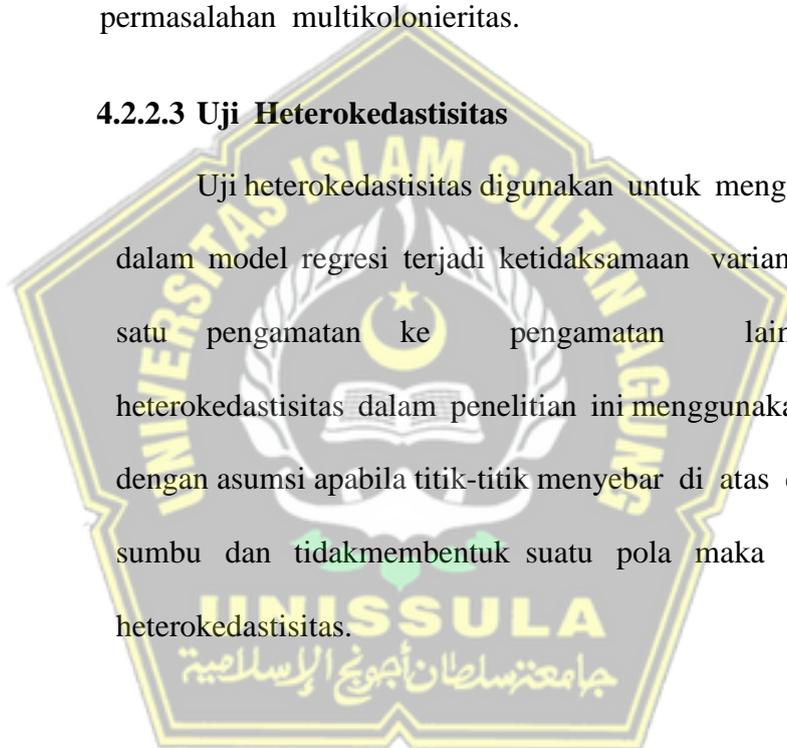
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-0.285	0.451		-0.632	0.529		
	<i>Corporate Social Responsibility</i>	0.850	0.387	0.473	2.199	0.031	0.236	4.244
	Modal Intelektual	0.953	0.272	0.730	3.501	0.001	0.251	3.989
	Kepemilikan Institusional	1.305	0.671	0.535	1.945	0.056	0.144	6.936
	X1M	-0.868	0.550	-0.404	-1.577	0.119	0.166	6.029
	X2M	-0.825	0.394	-0.615	-2.096	0.040	0.127	7.883

a. Dependent Variable: NP

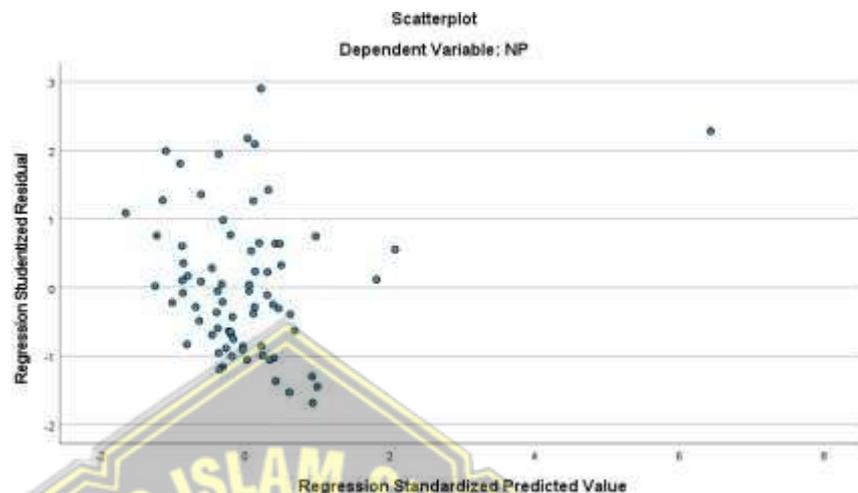
Berdasarkan hasil uji multikolonieritas tabel 4.4 menunjukkan bahwa masing – masing variabel memiliki nilai *tolerance* > 0,10. Hal ini menunjukkan tidak ada korelasi antar variabel independen. Selain itu, hasil uji multikolonieritas yang ditunjukkan dengan nilai VIF < 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi permasalahan multikolonieritas.

4.2.2.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Pengujian heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan *scatterplot* dengan asumsi apabila titik-titik menyebar di atas dan dibawah sumbu dan tidak membentuk suatu pola maka tidak terjadi heterokedastisitas.



Gambar 4.1
Hasil Uji Heterokedastisitas



Dari gambar 4.1 menunjukkan bahwa titik-titik menyebar diatas dan di bawah sumbu dan tidak membentuk pola, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gangguan heterokedastisitas.

4.2.2.4 Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ada korelasi antara kesalahan periode t dengan periode $t-1$ (sebelumnya). Model regresi linier yang baik adalah yang bebas autokorelasi. Ada tidaknya autokorelasi dapat dilihat dari hasil perhitungan uji *run test*. Dasar pengambilan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai *Asymp. Sig. (tailed)* lebih kecil < dari 0,05, maka terdapat gejala autokolerasi.

- b. Jika nilai *Asymp. Sig. (tailed)* lebih besar > dari 0,05, maka tidak terdapat gejala autokorelasi.

Hasil pengujian autokorelasi dalam penelitian ini ialah:

Tabel 4.5

Hasil Uji Autokorelasi Run Test

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-0.09348
Cases < Test Value	37
Cases >= Test Value	38
Total Cases	75
Number of Runs	35
Z	-0.812
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.417
a. Median	

Berdasarkan hasil uji autokorelasi menggunakan run test pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu sebesar 0,417. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi.

4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Model statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah dengan menggunakan regresi linier berganda. Analisis regresi penelitian ini bertujuan menguji pengaruh *corporate social responsibility* dan modal

intelektual dengan kepemilikan institusi sebagai moderasi pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2018-2022. Hasil analisis data untuk persamaan regresi dapat dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4.6
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-0.285	0.451		-0.632	0.529		
	<i>Corporatex Social Responsibility</i>	0.850	0.387	0.473	2.199	0.031	0.236	4.244
	Modal Intelektual	0.953	0.272	0.730	3.501	0.001	0.251	3.989
	Kepemilikan Institusional	1.305	0.671	0.535	1.945	0.056	0.144	6.936
	X1M	-0.868	0.550	-0.404	-1.577	0.119	0.166	6.029
	X2M	-0.825	0.394	-0.615	-2.096	0.040	0.127	7.883

a. Dependent Variable: NP

Berdasarkan tabel 4.6 maka persamaan regresi yang didapatkan dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = 0,473X_1 + 0,730X_2 + 0,535M - 0,404X_{1M} - 0,615X_{2M}$$

Keterangan:

Y: Nilai Perusahaan

β_1 - β_5 : Koefisien regresi

X1: *Corporate Social Responsibility*

X2: Modal Intelektual

M : Kepemilikan Institusional

Persamaan regresi linier berganda di atas diterjemahkan secara statistik sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* memiliki koefisien regresi 0,473 yang menunjukkan bahwa setiap penambahan *corporate social responsibility* akan menaikkan nilai perusahaan sebesar 0,473.
2. Modal Intelektual memiliki koefisien regresi sebesar 0,730 menunjukkan bahwa setiap penambahan modal intelektual akan menaikkan nilai perusahaan sebesar 0,730.
3. Kepemilikan institusional memiliki koefisien regresi sebesar 0,535 yang menunjukkan bahwa setiap penambahan kepemilikan institusional akan menaikkan nilai perusahaan sebesar 0,535.

4.2.4 Uji Hipotesis

4.2.4.1 Uji Parsial (t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen

secara individu dalam mempengaruhi variabel dependen. Pengambilan keputusan uji parsial dapat dilihat dari nilai signifikansi dan membandingkan antara t hitung dengan t tabel.

a. Berdasarkan nilai signifikansi (sig)

1. Jika nilai signifikansi $<$ probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atau hipotesis diterima.

2. Jika nilai signifikansi $>$ probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atau hipotesis ditolak.

b. Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel

1. Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atau hipotesis diterima.

2. Jika t hitung $<$ t tabel maka tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atau hipotesis ditolak.

Tabel 4.7
Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0.285	0.451		-0.632	0.529
	<i>Corporate Social Responsibility</i>	0.850	0.387	0.473	2.199	0.031
	Modal Intelektual	0.953	0.272	0.730	3.501	0.001
	Kepemilikan Institusional	1.305	0.671	0.535	1.945	0.056
	X1M	-0.868	0.550	-0.404	-1.577	0.119
	X2M	-0.825	0.394	-0.615	-2.096	0.040
	a. Dependent Variable: NP					

Cara mencari t_{tabel} dalam penelitian ini ialah $df =$

$$n - k$$

Dimana:

n = banyaknya data sampel yang digunakan

k = jumlah variabel yang diteliti

Sehingga dalam penelitian ini $n = 75$ dan $k = 4$, $df = 75 - 4 = 71$, dengan tingkat signifikansi 0,05 ditemukan t_{tabel} sebesar 1,66571.

Berdasarkan hasil uji t tersebut uraiannya yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui nilai t hitung dari *corporate social responsibility* sebesar 2,199 dengan probabilitas (sig) 0,031 . Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,199 > 1,66571$) dan nilai probabilitas (sig) lebih kecil dari α ($0,031 < 0,05$). Sehingga *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan diterima.

2. Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui nilai t hitung dari modal intelektual sebesar 3,501 dengan probabilitas (sig) 0,001 . Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,501 > 1,66571$) dan nilai probabilitas (sig) lebih kecil dari α ($0,001 < 0,05$). Sehingga modal intelektual berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis kedua

(H2) yang menyatakan bahwa modal intelektual berpengaruh terhadap nilai perusahaan diterima.

3. Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa variabel kepemilikan institusional signifikan terhadap nilai perusahaan, karena tingkat signifikansi kurang dari 10% yaitu sebesar 0,056 atau 5,6%.

4. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Kepemilikan Institusional.

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui nilai t hitung dari *corporate social responsibility* yang dimoderasi oleh kepemilikan institusional sebesar

-1,577 dengan probabilitas (sig) 0,119 . Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($|-1,577| < 1,66571$) dan nilai probabilitas (sig) lebih besar dari α ($0,119 > 0,05$). Sehingga

corporate social responsibility yang dimoderasi oleh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan (H3) ditolak.

5. Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Kepemilikan Institusional.

Berdasarkan tabel diketahui nilai t hitung dari modal intelektual yang dimoderasi oleh kepemilikan institusional sebesar $-2,096$ dengan probabilitas (sig) $0,040$. Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($|-2,096| < 1,66571$) dan nilai probabilitas (sig) lebih kecil dari α ($0,040 < 0,05$). Sehingga modal intelektual yang dimoderasi oleh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan (H_4) diterima, namun dengan arah negatif.

4.2.4.2 Uji Goodness Of Fit

Uji *Goodness Of Fit* bertujuan untuk menguji apakah variabel independen dalam penelitian ini mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen. Berikut merupakan hasil uji *goodness of fit* :

Tabel 4.8
Hasil Uji Goodness Of Fit

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.872	5	3.374	4.543	0.001 ^b
	Residual	51.255	69	0.743		
	Total	68.128	74			
a. Dependent Variable: NP						
b. Predictors: (Constant), X2M, CSR, MI, X1M, KI						

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan f_{hitung} sebesar 4,543 $> f_{tabel}$ sebesar 3,12 ($df_1 = 2$ dan $df_2 = 75 - 2 - 1 = 72$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility*, modal intelektual, kepemilikan institusional dapat menjelaskan variasi variabel nilai perusahaan.

4.2.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan varian dari variabel dependen (Surnita Sandi W. dan Yofi Syarkani, 2021).

Tabel 4.9
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.498 ^a	0.248	0.193	0.86187	2.162
a. Predictors: (Constant), X2M, CSR, MI, X1M, KI					
b. Dependent Variable: NP					

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,193. Hasil *adjusted R square* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* dan modal intelektual mampu menjelaskan pengaruh variabel dependen yaitu nilai perusahaan sebesar 19,3%.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

4.3.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate social responsibility merupakan bentuk tindakan tanggungjawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan tersebut berada. Sedangkan nilai perusahaan ialah keberhasilan suatu perusahaan yang dikaitkan dengan nilai harga saham dari para investor. Perusahaan yang melakukan *corporate social responsibility* yang lebih luas akan berdampak baik terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan sebagai upaya mengirimkan sinyal reputasi

positif di mata stakeholder terkait kepedulian perusahaan terhadap kelangsungan hidup dan prospek kinerja perusahaan di masa mendatang. Informasi ini bisa menjadi sinyal positif bagi pasar, sehingga mampu direspon oleh pasar dibuktikan dengan kecenderungan harga saham serta nilai perusahaan yang mengalami peningkatan. Pengungkapan CSR yang lebih luas akan membuat perusahaan memperoleh dukungan atas keberpihakan stakeholder terhadap segala keputusan yang diambil dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil data menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Corporate social responsibility berhasil menaikkan nilai perusahaan sesuai dengan tujuannya.

Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Rifani Akbar Sulbahri (2021) dan Ni Luh Laksmi Rahmawati. (2021) yang menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4.3.2 Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan

Modal Intelektual merupakan pengetahuan yang memberikan suatu informasi mengenai nilai tak berwujud perusahaan yang mampu mempengaruhi daya tahan dan

keunggulan bersaing. Sedangkan nilai perusahaan ialah keberhasilan suatu perusahaan yang dikaitkan dengan nilai harga saham dari para investor.

Perusahaan yang melakukan pengungkapan modal intelektual lebih luas mampu meningkatkan nilai perusahaan. Modal intelektual sebagai prospek perusahaan di masa mendatang mampu menjadi sinyal positif bagi pasar sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil data menunjukkan modal intelektual berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Modal intelektual memberikan keunggulan kompetitif untuk mengembangkan dan menerapkan strategi perusahaan. Semakin baik perusahaan dalam mengelola komponen modal intelektual menunjukkan semakin baik pula perusahaan dalam mengelola asetnya. Maka modal intelektual menjadi sinyal prospek perusahaan kedepan sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan

Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni Kadek Umi S. dan Made Arie W. (2021) dan Dinda Indira Subagio dan Indira Januarti (2022) yang menunjukkan bahwa modal intelektual berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4.3.3 Kepemilikan Institusional Memoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan.

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham perusahaan yang mayoritas dimiliki oleh institusi atau lembaga. Kepemilikan institusional sendiri akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih efektif, maka memiliki arti penting dalam pengelolaan pengawasan. Pengawasan seperti itu pasti akan memastikan kemakmuran pemegang saham, karena investasi pasar modal kepemilikan institusional yang signifikan meningkatkan kemampuan kontrol yang lebih baik, sehingga meningkatkan kinerja perusahaan.

Tata kelola perusahaan dan pengawasan yang baik menggambarkan usaha manajemen dalam mengelola aset dan modal perusahaan agar menarik para investor. Ketika perusahaan menerapkan pengawasan diharapkan kinerjanya akan meningkat menjadi lebih baik sehingga dapat meningkatkan aktivitas *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan.

Penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan institusional tidak memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Artinya

kepemilikan institusional tidak dapat menjadi mekanisme kontrol yang efektif sehingga tidak mampu mendorong peningkatan pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wijaya dan Wirawati (2019) dan Diah Budhiani H. dan R. Bambang B. (2020) yang menyatakan bahwa GCG mampu memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

4.3.4 Kepemilikan Institusional Memoderasi Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan.

Struktur kepemilikan seringkali menimbulkan masalah keagenan karena adanya penyatuan kepentingan pemegang saham terhadap tujuan perusahaan. Perbedaan kepentingan antara manajer dan pihak institusional dapat mempengaruhi kebijakan perusahaan yang menuntut manajemen untuk lebih efektif dan efisien dalam mengelola perusahaan guna meningkatkan nilai perusahaan. Kebijakan tersebut salah satunya berupa keputusan pengelolaan modal intelektual yang dimiliki oleh perusahaan. Sehingga, pada akhirnya pengelolaan tersebut

juga akan menghasilkan kinerja modal intelektual yang berbeda pula.

Pengelolaan modal intelektual yang optimal dapat meningkatkan nilai pasar perusahaan karena investor cenderung akan memberikan harga yang lebih tinggi atas saham perusahaan yang memiliki kemampuan modal intelektual yang lebih.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan institusional memoderasi pengaruh modal intelektual terhadap nilai perusahaan, namun arahnya negatif. Artinya dengan keberadaan kepemilikan institusional berdampak negatif terhadap peningkatan nilai perusahaan. Ketika saham yang dimiliki institusi bisa mayoritas maka kepentingan pribadinya lebih menonjol dibandingkan untuk kepentingan para pemegang saham, sehingga kehadirannya bisa menurunkan pengaruh intellectual capital terhadap nilai perusahaan. Adanya dominasi kepemilikan ini menyebabkan institusi mementingkan kepentingan pribadi sehingga membatasi perusahaan dalam investasi dalam intellectual capital.

Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Astina E. dan Sri Ayem (2020) dan

Dwi Febriana T. dan Siti I. (2021) yang menyatakan bahwa *good corporate governance* mampu memperkuat pengaruh modal intelektual terhadap nilai perusahaan, namun hasil penelitian ini berbeda arah.



BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah ada atau tidak pengaruh *corporate social responsibility*, modal intelektual terhadap nilai perusahaan, dan kepemilikan institusional mampu atau tidak memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan maupun kepemilikan institusional mampu atau tidak memoderasi pengaruh modal intelektual terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan hasil pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan dengan menggunakan model regresi linier berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini *corporate social responsibility* mampu meningkatkan nilai perusahaan sesuai dengan tujuannya. Semakin baik penerapan *corporate social responsibility* oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. *Corporate social responsibility* juga dianggap sebagai sinyal reputasi perusahaan. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran perusahaan untuk

melakukan aktivitas *corporate social responsibility* dan pengungkapannya. Sehingga dalam jangka panjang perusahaandapat menikmati kinerja pasar yang baik yang nantinya akan dinikmati oleh masyarakat secara umum.

2. Modal intelektual berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang mampu menciptakan efisiensi nilai tambah (value added) terhadap pengelolaan aset yang dimiliki, baik aset fisik, maupun aset tidak berwujud, atau dengan kata lain perusahaan yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan nilai tambah yang lebih besar, akan mampu meningkatkan penilaian pasar (investor) terhadap perusahaan yang akan bermuara pada peningkatan nilai perusahaan secara keseluruhan. Dengan kata lain modal intelektual dianggap sebagai sinyal prospek perusahaan kedepan.
3. Kepemilikan institusional tidak mampu memoderasi pengaruh *corporate social responsibiity* terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, variabel kepemilikan institusional kurang menunjukkan pembeda yang efektif dalam mempengaruhi hubungan antara *corporate social responsibiity* terhadap nilai perusahaan.
4. Kepemilikan institusional mampu memoderasi pengaruh modal intelektual terhadap nilai perusahaan. Pengelolaan modalintelektual yang optimal dapat meningkatkan nilai pasar

perusahaan karena investor cenderung akan memberikan harga yang lebih tinggi atas saham perusahaan yang memiliki kemampuan modal intelektual yang lebih. Oleh karena itu, variabel kepemilikan institusional mampu menunjukkan kontribusi dalam mempengaruhi hubungan antara modal intelektual terhadap nilai perusahaan, namun arahnya negatif.

5.2 Implikasi

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

1. Implikasi Teoritis

Pada penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi sisi akademis yaitu dapat menambah wawasan terkait *corporate social responsibility*, modal intelektual, kepemilikan institusional, dan nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* dan modal intelektual dapat menjadi sinyal bagi para investor yang ingin menanamkan sahamnya di perusahaan.

2. Implikasi Praktis

a) Perusahaan

Pada penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi perusahaan *food and beverage* dalam meningkatkan nilai

perusahaan melalui kebijakan *corporate social responsibility*, dan modal intelektual.

b) Investor

Pada penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi para investor yang akan menanamkan modalnya pada perusahaan *food and beverage*. Para investor harus lebih memperhatikan keadaan perusahaan, *index corporate social responsibility* yang diungkapkan, investasi pada modal intelektual, dan kepemilikan institusional, terutama terkait dengan investasi modal intelektual sehingga tidak salah mengambil keputusan untuk berinvestasi di perusahaan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian terdapat beberapa keterbatasan yang ditemukan peneliti, diantaranya ialah :

1. Kepemilikan institusional yang tidak memoderasi dan memoderasi negatif.
2. Adanya angka koefisien determinasi (R^2) yang kecil.

5.4 Agenda Penelitian Mendatang

Berdasarkan keterbatasan yang telah dipaparkan pada penelitian ini, maka agenda bagi penelitian mendatang, yaitu :

1. Bagi peneliti selanjutnya perlu adanya mekanisme control yang lain seperti, dewan direksi, dewan komisaris, kepemilikan manajerial, maupun kepemilikan asing.
2. Bagi peneliti selanjutnya perlu mengeksplorasi variabel determinan yang lain yang mampu meningkatkan nilai perusahaan, seperti profitabilitas, leverage, maupun likuiditas.



DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L. 2021. Pengaruh *Good Corporate Governance* Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan *Property and Real Estate* Yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Budiharjo, Roy. 2019. *Effect of Environmental Performance and Financial Performance on Firm Value*. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences* Vol. 9, No.2, April 2019, pp. 65–73.
- Duli, Nikolaus. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Emar, Astina. E. S. dan Sri Ayem. 2020. Pengaruh Pengungkapan Enterprise Risk Management dan Pengungkapan *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Moderasi. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi)* Volume 19, Nomor 2, 2020; pp. 78–90.
- Farida, F., Adhika Ramadhan, dan Ratih Wijayanti. 2019. *The Influence of Good Corporate Governance and Corporate Social Responsibility on Firm Value: Evidence from Indonesia*. *International Journal of Economics and Financial Research* ISSN(e): 2411-9407, ISSN(p): 2413-8533 Vol. 5, Issue. 7, pp: 177-183, 2019.

- Fitriani, Nia. 2019. Analisis Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kinerja Intellectual Capital. <http://repo.darmajaya.ac.id>.
- Ginting, M.C., dan Lamria Sagala. 2020. Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2019). *Jurnal Manajemen* Volume 6 Nomor 2 (2020) Juli – Desember 2020.
- Gunawan, Ce. 2020. Mahir Menguasai SPSS. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Hastuti, Diah B. dan R. Bambang B. 2020. Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, Leverage, CSR, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Periode 2012-2017. ISSN: 2460-8114 .
- Hernita, Tiwi. 2019. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 22 No. 3 / 2019.
- Jaya, Indra. 2021. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Semen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Mayori, E. 2019. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017. Eprints.mercubuana-yogya.ac.id.

- Muliati, N.K., I Ketut Sunarwijaya, dan Made Santana Putra Adiyandnya. 2020. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Kharisma* Vol. 3 No. 1, Februari 2021.
- Njatrijani, R., Bagus R., dan Reyhan D. S. 2019. Hubungan Hukum dan Penerapan Prinsip *Good Corporate Governance* dalam Perusahaan. *Jurnal Gema Keadilan* (ISSN: 0852-011) Volume 6, Edisi III, Oktober - November 2019.
- Rahmantari, Ni Luh L. 2021. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ganec Swara* Vol. 15, No.1, Maret 2021 ISSN 2615-8116.
- Rahmatika, R.A.I. 2020. Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel *Intervening* Pada Perusahaan *Food And Beverage*. *E-Jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi STIEPS*.
- Rahmawati, D. dan Ely Kurniawati. 2023. Pengaruh *Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, Dan Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Food And Beverage* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode (2017-2021). *Zona Keuangan : Program Studi Akuntansi (S1) Universitas Batam* Vol. 13 No. 1, April 2023.

- Sawitri, N. K.U., dan Made Arie Wahyuni. 2021. *Pengaruh Good Corporate Governance Dan Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan. JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, Vol : 12 No : 02 Tahun 2021 e-ISSN: 2614 – 1930.
- Shofia, L. dan Nur Anisah. 2020. Kinerja Lingkungan dan *Corporate Social Responsibility* Mempengaruhi Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Dewantara* Vol. 3 No. 2, Juli (2020) - Desember (2020).
- Subagio, Dinda I. dan Indira Januarti. 2022. Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Moderasi. *Journal Of Applied Managerial Accounting* Vol. {6}, No. {1}, {2022}, {102-114} Issn: {2548-9917}
- Sulbahri, R. A. 2021. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntansi dan Manajemen* Vol. 16, No. 2, 2021.
- Trisanti, Dwi. F. Dan Dra. Siti Istikhoroh, M.Si. 2021. Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan Melalui *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi. *Journal Of Sustainability Business Research* Issn : 2746 – 8607 Vol 2 No 4 Desember 2021.
- Wijaya, I. P., & Wirawati, N. G. (2019). Good Corporate Governance Sebagai Pemoderasi Pengaruh Profitabilitas dan Corporate Social

Responsibility pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol.26, 1436- 1463.

Wiranata, Surnita Sandi dan Yofi Syarkani. 2021. Inovasi Produk (Orientasi Pelanggan, Orientasi Pesaing, Koordinasi Lintas Fungsi). Jawa Barat: CV Jejak.

www.idx.co.id

Yuliani, Irma. 2019. Pengaruh Belanja Dan Investasi Terhadap Kemandirian dan Pertumbuhan Ekonomi Daerah. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.

