

**PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL* DAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN YANG DIMEDIASI OLEH *PROFITABILITAS***

**(Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di JII70  
Periode 2019-2022)**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi sebagai Persyaratan Mencapai Gelar  
Sarjana S1 Program Studi Akuntansi**



**Disusun Oleh :**

**AZIS JALU PAMUNGKAS**

**31402000319**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI  
SEMARANG**

**2024**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL* DAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN YANG DIMEDIASI OLEH *PROFITABILITAS***

**(Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di JII70  
Periode 2019-2022)**

**Disusun Oleh :**

**Azis Jalu Pamungkas**

**NIM. 31402000319**

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya  
dapat diajukan ujian skripsi

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Sultan Agung

جامعته سلطان أجوع الإسلامية

Semarang, 23 Februari 2024

Dosen Pembimbing,



**Dr. Sri Anik, S.E., M.Si.**

NIK. 210493033

**PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL DAN ISLAMIC SOCIAL  
REPORTING TERHADAP NILAI PERUSAHAAN YANG DIMEDIASI  
OLEH PROFITABILITAS**

(Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur di JII 70 Tahun 2019-2022)

Disusun Oleh :

**Azis Jalu Pamungkas**

**NIM : 31402000319**

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 26 Februari 2024

**Susunan Dewan Penguji**

**Penguji I**



**Sutapa, SE., M.Si., Akt., CA**

NIK. 211496007

**Penguji II**



**Imam Setijawan, SE., M.Sc., Ak**

NIK. 211403016

**Pembimbing**



**Dr. Sri Anik, S.E., M.Si.**

NIK. 210493033

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

Tanggal, 26 Februari 2024

**Ketua Program Studi**



**Provita Wijayanti, SE., M.Si, Ak., CA, IFP**

NIK. 211403012

**HALAMAN PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Azis Jalu Pamungkas

NIM : 31402000319

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL DAN ISLAMIC SOCIAL REPORTING TERHADAP NILAI PERUSAHAAN YANG DIMEDIASI OLEH PROFITABILITAS (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di JII70 Periode 2019-2022)”** merupakan hasil karya sendiri, bukan berasal dari plagiasi atau duplikasi dari karya orang lain dan juga belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana Akuntansi di Universitas Islam Sultan Agung ataupun di perguruan tinggi lain).

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa pendapat orang lain yang berada dalam usulan penelitian skripsi ini dikutip berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila pada kemudian hari terbukti skripsi ini merupakan hasil dari plagiasi karya tulis orang lain, maka dari itu saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 23 Februari 2024

Yang membuat pernyataan



**Azis Jalu Pamungkas**

NIM. 31402000319

## INTISARI

Saat ini, pertumbuhan sektor manufaktur di Indonesia memberikan kontribusi yang sangat berarti terhadap perekonomian nasional. Meskipun terjadi pelambatan pertumbuhan ekonomi nasional dan kondisi ekonomi global yang lesu, sektor manufaktur berhasil mencatat pertumbuhan yang positif. Hal ini menunjukkan potensi sektor manufaktur untuk terus berkembang secara berkelanjutan. Salah satu faktor kunci dalam pertumbuhan ini adalah kebijakan yang ditetapkan untuk meningkatkan nilai perusahaan, yang mana nilai tersebut didasarkan pada daya saing yang kuat dalam pasar global.

Penelitian ini menggunakan teori *Resource-Based Theory* yang mengemukakan bahwa seluruh kegiatan perusahaan berpusat pada kepemilikan, penciptaan nilai, dan pemanfaatan sumber daya intelektual. Sumber daya ini mendukung perusahaan dalam menciptakan nilai tambah dan meningkatkan daya saingnya di pasar. Dengan demikian, investor cenderung lebih tertarik untuk berinvestasi ketika perusahaan memiliki tingkat *intellectual capital* yang tinggi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan harga saham. Peningkatan harga saham mencerminkan peningkatan nilai perusahaan, merupakan harga yang investor bersedia bayar untuk memiliki bagian dari perusahaan.

Penelitian ini mempunyai lima hipotesis yaitu *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, *islamic social reporting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *islamic social*

*reporting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan data sekunder berupa laporan keuangan dan annual report dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Jakarta Islamic Index 70 periode 2019-2022. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan *path analysis* yang diolah menggunakan aplikasi software SPSS versi 26. Penelitian ini menggunakan model analisis yaitu uji analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji kelayakan model dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, *islamic social reporting* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas, *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *islamic social reporting* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *intellectual capital* dan *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh profitabilitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data penelitian berupa data sekunder melalui annual report. Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) 70 pada periode 2019 hingga 2022. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Berdasarkan hasil teknik tersebut didapatkan data sebesar 56 perusahaan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan *path analysis* yang diolah menggunakan aplikasi software SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. *Islamic social reporting* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas. *Intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Islamic social reporting* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : *Intellectual Capital, Islamic Social Reporting, Profitabilitas, Nilai Perusahaan*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan berkah, rahmat dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Intellectual Capital* dan *Islamic Social Reporting* terhadap Nilai Perusahaan yang dimediasi oleh *Profitabilitas* (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di JII70 Periode 2019-2022).”** Sholawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan petunjuk ke jalan yang benar.

Pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya atas segala bimbingan, motivasi, bantuan serta doa dari semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terimakasih secara khusus kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Heru Sulistyو, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
2. Ibu Provita Wijayanti, SE., M.Si, Ak, CA selaku Ketua Progtam Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
3. Bapak dan Ibu dosen Prodi S1 Akuntansi yang telah membagikan ilmu yang bermanfaat dan kasih sayangnya kepada penulis.
4. Ibu Dr. Sri Anik, S.E., M.Si. selaku pembimbing yang selalu memberikan bimbingan serta arahan hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Kedua orang tuaku dan kakak kandungku, Bapak Agus Dwi Prodo Sugiatno, Ibu Siti Supinah, Mba Tyas, Mba Dita, Mba Anin serta segenap keluarga besar yang selalu memberikan motivasi, semangat, kasih sayang serta doa.
6. Kepada seluruh jajaran perintis dan direksi PT. Sabrina Jaya Sejahtera yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
7. Sahabat dan teman-teman penulis Riko, Ihza, Silvy, Okta, Farah, Adhien, Nabil, Ilham, Bintang, Hasna sebagai tempat saya bertukar pikiran selama proses penyusunan skripsi ini dengan baik.

Semoga Allah SWT memberikan pahala atas segala bantuan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa terdapat keterbatasan serta kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Kritikan dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi yang disajikan oleh penulis dapat bermanfaat bagi diri sendiri maupun pihak lain yang membacanya.

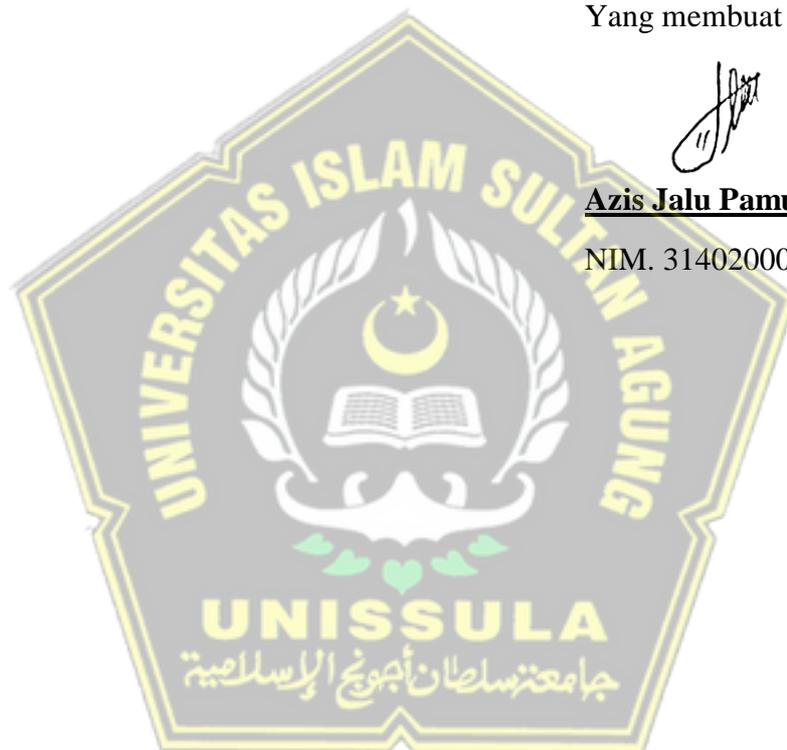
Semarang, 23 Februari 2024

Yang membuat pernyataan



**Azis Jalu Pamungkas**

NIM. 31402000319



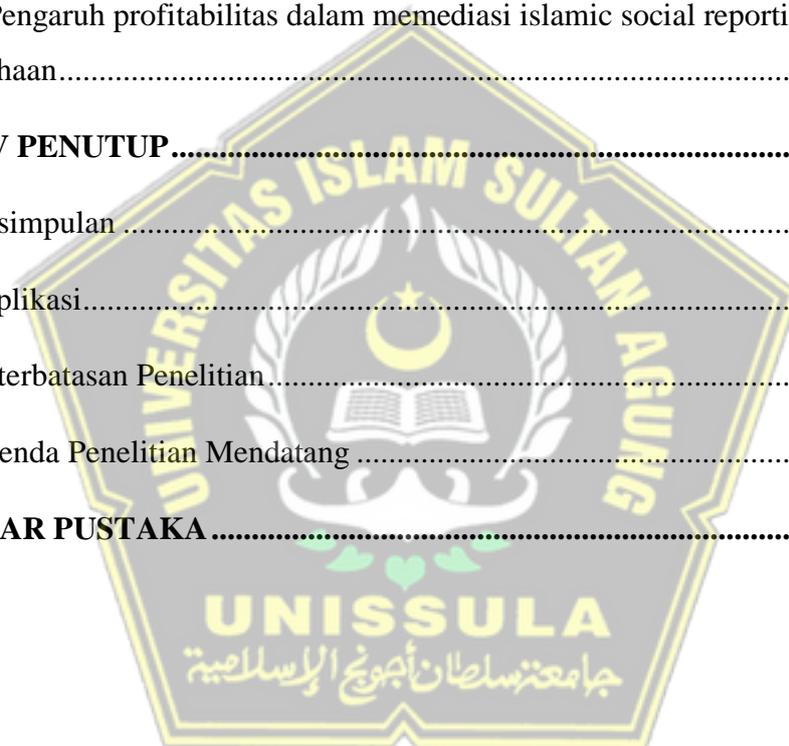
## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR DIAGRAM .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	24
1.3 Tujuan Penelitian .....	24
1.4 Manfaat Penelitian .....	25
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	25
1.4.2 Manfaat Praktis .....	25
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>27</b>
2.1 Landasan Teori.....	27
2.1.1 <i>Resource Based Theory</i> (RBT) .....	27
2.1.2 Teori Sinyal ( <i>Signaling Theory</i> ).....	28

2.1.3 <i>The Value of the Firm</i> .....	29
2.1.4 <i>Intellectual Capital</i> .....	31
2.1.5 <i>Islamic Social Reporting</i> .....	37
2.1.6 <i>Profitability</i> .....	38
2.1.7 <i>Firm Size</i> .....	40
2.2 Riview Penelitian Terdahulu.....	42
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	51
2.3.1 Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap <i>Profitabilitas</i> .....	51
2.3.2 Pengaruh <i>Islamic Social Reporting (ISR)</i> terhadap <i>Profitabilitas</i> .....	52
2.3.3 Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap Nilai Perusahaan .....	53
2.3.4 Pengaruh <i>Islamic Social Reporting (ISR)</i> terhadap Nilai Perusahaan .....	53
2.3.5 Pengaruh <i>Profitabilitas</i> terhadap Nilai Perusahaan .....	54
2.3.6 Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap Nilai Perusahaan melalui <i>Profitabilitas</i> .....	54
2.3.7 Pengaruh <i>Islamic Social Reporting</i> terhadap Nilai Perusahaan melalui <i>Profitabilitas</i> .....	55
2.4 Kerangka Penelitian .....	56
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>57</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	57
3.2 Populasi dan Sampel .....	58
3.3 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data .....	59
3.3.1 Sumber Data.....	59
3.3.2 Metode Pengumpulan Data .....	60

3.4 Definisi Operational Variabel .....	60
3.5 Metode Analisis Data .....	63
3.5.1 Uji Asumsi Klasik .....	64
3.5.2 Uji Regresi dengan <i>Path Analysis</i> .....	66
3.5.3 Uji Regresi Berganda .....	68
3.5.3 Uji Statistik.....	69
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>70</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	70
4.2 Analisis Statistik Deskriptif .....	74
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	77
4.3.1 Hasil Uji Normalitas .....	77
4.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	80
4.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	81
4.3.4 Hasil Uji Autokorelasi.....	82
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda dengan <i>Path Analysis</i> .....	84
4.5 Hasil Uji Kelayakan Model.....	90
4.5.1 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) .....	90
4.5.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	91
4.6 Hasil Uji Pengujian Hipotesis .....	92
4.6.1 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t) .....	92
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian .....	96
4.7.1 Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap Nilai Perusahaan .....	97

4.7.2 Pengaruh <i>Islamic Social Reporting</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	99
4.7.3 Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap profitabilitas .....	100
4.7.4 Pengaruh <i>Islamic Social Reporting</i> terhadap profitabilitas.....	102
4.7.5 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan .....	103
4.7.6 Pengaruh profitabilitas dalam memediasi intellectual capital dan nilai perusahaan.....	105
4.7.7 Pengaruh profitabilitas dalam memediasi islamic social reporting dan nilai perusahaan.....	106
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>108</b>
5.1 Kesimpulan .....	108
5.2 Implikasi.....	110
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	111
5.4 Agenda Penelitian Mendatang .....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>113</b>



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Grafik Kinerja Harga Saham.....	3
Gambar 3.1 Model Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	66
Gambar 4.1 <i>Path Analysis</i> .....	84
Gambar 4.2 Hasil <i>Path Analysis</i> .....	88



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perusahaan yang Terdaftar secara konsisten.....	4
Tabel 1.2 Perusahaan Manufaktur yang Konsisten Terdaftar di JII 70.....	5
Tabel 1.3 Nilai Perusahaan (PBV) Perusahaan Manufaktur di JII 70.....	17
Tabel 2.1 Riview Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel 3.1 Definisi Operational Variabel.....	61
Tabel 4.1 Deskripsi Sampel Penelitian .....	73
Tabel 4.2 Hasil Analisis Deskriptif.....	74
Tabel 4.3 Uji Normalitas- <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	78
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas .....	79
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	80
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	82
Tabel. 4.7 Hasil Uji Autokorelasi .....	83
Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Variabel Independen (X) Terhadap Variabel Intervening (Z) .....	85
Tabel 4.9 Hasil Uji R Square .....	85
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Variabel Independen (X) dan Variabel Intervening (Z) Terhadap Variabel Dependen (Y).....	86
Tabel 4.11 Hasil Uji R Square .....	87
Tabel 4.12 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) .....	90
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	91
Tabel 4.14 Hasil Uji Signifikansi t.....	92

**DAFTAR DIAGRAM**

Diagram 1.1 Top 5 Manufacturing Value Addes Se-ASEAN .....	7
Diagram 1.2 <i>Value Added Human Capital</i> Perusahaan Manufaktur .....	10
Diagram 1.3 <i>Structural Capital Value Added</i> Perusahaan Manufaktur.....	12
Diagram 1.4 <i>Value Added Capital Employed</i> Perusahaan Manufaktur .....	13
Diagram 1.5 <i>Value Added Intelletual Coefficient</i> Perusahaan Manufaktur .....	14
Diagram 1.6 <i>Return On Asset</i> Perusahaan Manufaktur .....	21



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pada tahun 2019 perekonomian di Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 5,05%. Hal ini menunjukkan bahwa perekonomian Indonesia berada pada kondisi yang baik meskipun kondisi global dalam keadaan tidak menentu dan sedang mengalami perlambatan dari segi ekonomi (Kemenko Perekonomian, 2019) (Badan Pusat Statistik, 2019). Selanjutnya di tahun 2020 ketika pandemi *covid-19* mulai masuk di Indonesia, pertumbuhan ekonomi mengalami penurunan sebesar 2,07%. Tahun 2021 pertumbuhan ekonomi Indonesia kembali pulih. Adanya peningkatan pertumbuhan perekonomian hingga berada di angka 5,02% pada tahun 2021 yang sebelumnya tahun 2020 hanya sebesar 3,51% menandakan bahwa kondisi perekonomian Indonesia membaik (Bank Indonesia, 2022). Namun, saat ini pertumbuhan sektor manufaktur di Indonesia memberi kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional.

Pertumbuhan ekonomi suatu bangsa dapat terjadi bila terdapat peningkatan investasi diberbagai sektor Industri (Kemensetneg, 2022). Pemerintah menilai sektor manufaktur mampu memperkuat struktur perekonomian nasional. Pada kuartal II tahun 2019 tingkat investasi sektor manufaktur mengalami peningkatan yang signifikan. Tingkat investasi periode April-Juni 2019 mencapai Rp22,2 triliun. Perolehan ini lebih besar dibandingkan dengan periode sebelumnya yang hanya mencapai Rp 16,1 triliun. (Kemenperin, 2019). Berdasarkan data kementerian perindustrian (Kemenperin) realisasi investasi dari sektor industri manufaktur sepanjang tahun 2019 sebesar Rp 216 Triliun (Ichsan, 2022).

Pada tahun 2020 tingkat investasi perusahaan manufaktur pada triwulan 1 (satu) mengalami peningkatan meskipun kondisi perekonomian Indonesia mengalami tekanan akibat dari pandemi *covid-19*. Total penanaman modal perusahaan manufaktur selama tiga bulan pertama di tahun 2020 mencapai angka

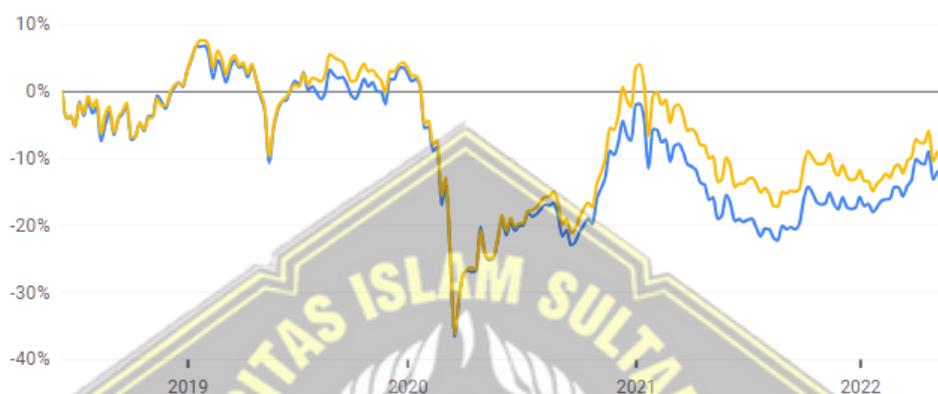
Rp. 64 triliun atau mengalami peningkatan sebesar 44,7% dibandingkan pada triwulan 1 (satu) tahun 2019 yang hanya mencapai angka Rp 44,2 triliun. Total tingkat investasi perusahaan manufaktur Indonesia pada tahun 2020 mencapai angka Rp272,9 triliun. Tahun 2021 perusahaan manufaktur di Indonesia kembali mengalami peningkatan investasi yang signifikan. Capaian investasi tahun 2021 melebihi target yang ditetapkan oleh pemerintah. Pada tahun 2021 pemerintah menetapkan target investasi sektor manufaktur sebesar Rp280 triliun hingga Rp290 triliun, sedangkan tingkat investasi mampu mencapai angka Rp 325,4 triliun. (Kemenperin, 2019)

Para investor akan tertarik untuk berinvestasi bila perusahaan memiliki kinerja keuangan yang baik. Selain itu, tingkat likuiditas dari saham yang diterbitkan oleh perusahaan juga menjadi bahan pertimbangan bagi investor. Index saham syariah di Indonesia yang memiliki kriteria mengenai tingkat likuiditas dari saham adalah JII dan JII70. Adapun kriteria dari JII dan JII70 ialah selama 6 bulan terakhir saham syariah telah tercatat sebagai anggota Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI), memiliki rata-rata kapitalisasi pasar paling tinggi dalam 1 tahun terakhir serta rata-rata nilai transaksi harian paling tinggi dipasar regular. (IDX, 2022)

Menurut Raharjo, kapitalisasi pasar menunjukkan harga dari sebuah saham secara keseluruhan. Makna lain dari kapitalisasi pasar ialah harga yang harus dibayar investor untuk membeli seluruh perusahaan. Tingkat kapitalisasi pasar dapat digunakan sebagai indikator dari kegagalan ataupun keberhasilan perusahaan terbuka (Alfin & Dhea, 2015). Perbedaan dari JII dan JII70 ini ialah jumlah dari perusahaan yang menjadi anggota index tersebut. Pada JII terdiri dari 30 perusahaan sedangkan JII70 terdiri dari 70 perusahaan yang paling likuid (IDX, 2022).

Adapun kinerja harga saham dari perusahaan yang terdaftar di JII dan JII70 periode 2019-2022 :

**Gambar 1.1**  
**Grafik Kinerja Harga Saham dari Sekuritas yang Terdaftar di JII dan JII70**  
**Tahun 2019 – 2022**



Sumber : Google *Finance*, data diolah

Sesuai grafik 1.1 dapat diketahui bahwa selama periode 2019-2022 pergerakan harga saham mengalami pergerakan yang fluktuatif. Selama 4 tahun berturut-turut kinerja dari harga saham emiten JII70 lebih baik dibandingkan dengan emiten yang terdaftar di JII. Kinerja JII70 mengalami penurunan sebesar 21,75% sedangkan JII mengalami penurunan sebesar 31,55% di tanggal 13 Maret 2020. Pada tanggal 1 April 2021 JII mengalami penurunan sebesar 19,26% sedangkan JII70 hanya mengalami penurunan sebesar 2,99%. Dan pada 1 Juli 2022 JII mengalami penurunan sebesar 17,10% sedangkan JII70 mengalami penurunan sebesar 14,27%. Berdasarkan uraian data tersebut dapat diketahui bahwa penurunan kinerja harga saham dari sekuritas yang terdaftar di JII lebih signifikan dibandingkan dengan JII70.

Terdapat 2 kali review dalam satu tahun untuk menentukan sekuritas yang layak menjadi anggota JII70. Review dilakukan pada bulan Mei dan November. Setiap diadakan review pasti terdapat perusahaan yang keluar dan masuk dari keanggotaan JII70. Bila perusahaan tidak memenuhi kriteria yang ditetapkan maka

akan dikeluarkan dari anggota JII70. Sebaliknya, bila terdapat perusahaan yang sesuai dengan kriteria yang ditetapkan, maka dapat menjadi anggota dari JII70.

Adapun Perusahaan yang konsisten terdaftar sebagai anggota dari JII70 periode 2019-2022 :

**Tabel 1.1**  
**Perusahaan yang Terdaftar Secara Konsisten**  
**di JII70 Tahun 2019 - 2022**

Manufacturer	Agriculture	Trade, Service and Investment	Materials	Syariah Banking	Property and Construction	Infrastructure and Transportation
1. BRPT	1. AALI	1. ACES	1. ADRO	1. BRIS	1. CTRA	1. EXCL
2. CPIN	2. LSIP	2. AKRA	2. ANTM	2. BTPS	2. DMAS	2. ISAT
3. ICBP		3. BMTR	3. INCO		3. PTPP	3. PGAS
4. INDF		4. ERAA	4. ITMG		4. PWON	4. TINS
5. INKP		5. HRUM	5. PTBA		5. SMRA	5. TLKM
6. INTP		6. IPTV			6. WIKA	
7. JPFA		7. LPPF				
8. KLBF		8. MAPI				
9. MYOR		9. MIKA				
10. SIDO		10. MNCN				
11. SGMR		11. SCMA				
12. TKIM		12. UNTR				
13. TPIA						
14. UNVR						

Sumber : IDX, data diolah

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur menjadi sektor usaha yang paling banyak terdaftar secara konsisten di JII70. Terdapat 14 perusahaan manufaktur yang terdaftar secara terus-menerus dalam rentang waktu 2019-2022. Berdasarkan hal tersebut maka dapat diasumsikan bahwa 14 perusahaan manufaktur tersebut memiliki kapitalisasi pasar yang paling tinggi dibandingkan dengan sektor usaha lain yang ketika dilakukan review oleh Dewan Efek Syariah (DES) harus dikeluarkan dari anggota JII70 karena tidak selaras dengan kriteria yang ditetapkan.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di JII70 tahun 2019-2022 sebagai populasi yang akan diteliti. Berikut daftar perusahaan manufaktur yang secara konsisten menjadi anggota JII70 periode 2019-2022:

**Tabel 1.2**  
**Perusahaan Manufaktur yang Konsisten Terdaftar di JII 70**  
**Periode 2019 – 2023**

No	Kode	Nama Perusahaan
1	BRPT	Barito Pacific Tbk.
2	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk.
3	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
4	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
5	INKP	Indah Kiat Pulp & Paper Tbk.
6	INTP	Indocement Tunggal Prakarsa Tbk.
7	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk.

8	KLBF	Kalbe Farma Tbk.
9	MYOR	Mayora Indah Tbk.
10	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.
11	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk.
12	TKIM	Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk.
13	TPIA	Chandra Asri Petrochemical Tbk.
14	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.

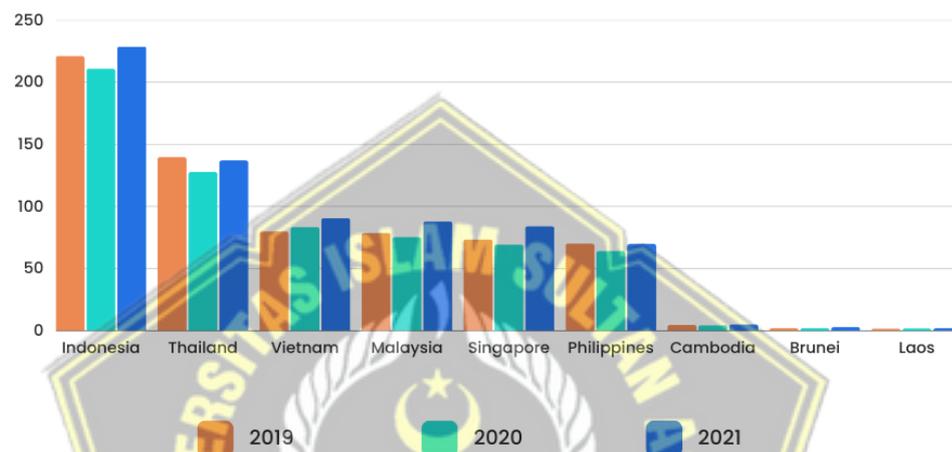
Sumber : IDX, data diolah

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang dalam operasionalnya bertujuan untuk menciptakan nilai tambah yang optimal. Arti dari nilai tambah (*value added*) ialah suatu pertambahan nilai komoditas tertentu yang diakibatkan dari proses pengolahan, pengangkutan, penyimpanan pada suatu proses produksi. Selain itu, nilai tambah juga dimaknai sebagai pertambahan nilai atas bahan yang dibeli oleh perusahaan dengan melalui proses produksi (Faried, 2018).

Nilai tambah dapat dijadikan sebagai tolak ukur paling objektif untuk menilai keberhasilan serta menunjukkan kecakapan dari perusahaan dalam menciptakan nilai. Perhitungan dari nilai tambah ialah pengurangan antara *input* dan *output* perusahaan. *Output* (OUT) menggambarkan keseluruhan dari laba bersih serta mencakup keseluruhan produk maupun jasa yang dipasarkan oleh perusahaan. Sedangkan *input* (IN) ialah keseluruhan beban yang ditanggung perusahaan untuk memperoleh laba bersih (*revenue*). Perlu diperhatikan bahwa dalam penghitungan nilai tambah, beban karyawan tidak termasuk dalam *input* karena karyawan diperlakukan sebagai pencipta dari nilai tambah (Elvie, 2021).

Berikut 5 Negara ASEAN dengan tingkat *manufacturing value added* paling baik pada tahun 2019-2021:

**Diagram 1.1**  
**Top 5 Manufacturing Value Added Se-ASEAN**  
**Tahun 2019-2021**



Sumber : *The Global Economy*, data diolah

Berdasarkan diagram 1.1 menunjukkan bahwa nilai tambah perusahaan manufaktur Indonesia berada di peringkat pertama se-ASEAN dalam periode tahun 2019-2021. Bahkan nilai MVA Indonesia memiliki selisih yang sangat besar dengan Thailand sebagai negara dengan peringkat kedua se-ASEAN pada tahun 2020. Selisih ini mencapai angka 83,8 miliar US dolar (*The Global Economy*, 2022). Perusahaan dengan *value added* yang tinggi menunjukkan bahwa pengelolaan bahan baku menjadi barang yang memiliki nilai tambah dengan melalui tahapan pengolahan, pengangkutan, penyimpanan pada proses produksi berjalan dengan optimal. Nilai tambah perusahaan manufaktur akan berjalan dengan optimal bila *intellectual capital* dikelola dengan baik (Nikmah & Hera 2016).

*Intellectual capital* dapat diartikan sebagai aset tidak berwujud perusahaan yang memberi manfaat bagi peningkatan nilai serta daya saing (Denny, 2014).

*Intellectual capital* juga memiliki makna sebagai aset tidak berwujud yang dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan agar menjadi lebih unggul dan kompetitif dengan para pesaing bisnis. Aset ini terdiri dari faktor manusia, proses serta pelanggan (Vitalis, 2018). Stewart berpendapat bahwa *intellectual capital* merupakan segala sesuatu yang terdapat di perusahaan dan memiliki tujuan untuk membantu perusahaan dalam berkompetisi di pasar yang meliputi *intellectual material* (pengetahuan), informasi, pengalaman dan *intellectual property* yang dapat menyaingi perusahaan. (Ihyaul Ulum, 2017).

Elemen dari *intellectual capital* menurut Bontis mencakup tiga hal, yakni *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*. Pada perusahaan, *human capital* dapat diartikan sebagai aset tidak berwujud yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen baik berupa barang ataupun jasa serta memiliki peran dalam memberikan solusi dari permasalahan pelanggan (Ghosh, 2019). Makna lain dari *human capital* ialah aset tidak berwujud yang berasal dari sumber daya manusia atau karyawan dengan kompetensi, komitmen, motivasi serta loyalitas tinggi terhadap perusahaan (Budiarso, 2014).

*Structural capital* dimaknai sebagai struktur beserta kecakapan perusahaan maupun organisasi dalam memenuhi operasional perusahaan yang dapat mendukung karyawan guna mengoptimalkan hasil dari kinerja intelektual serta kinerja bisnis secara menyeluruh. *Structural capital* mencakup budaya organisasi, proses manufaktur, sistem operasional perusahaan dan filosofi manajemen perusahaan (Taufiqurrochman, 2016). *Customer capital* atau *relation capital* dimaknai sebagai hubungan baik perusahaan dengan para mitranya (*stakeholder*). Hubungan ini dapat berasal dari pemerintah, masyarakat, pelanggan yang merasa puas sehingga loyal terhadap perusahaan serta dari pemasok yang berkualitas (Ihyaul Ulum, 2017).

Pada laporan keuangan, *intellectual capital* menjadi salah satu elemen penting untuk di paparkan karena seiring dengan perkembangan zaman pengetahuan menjadi hal yang krusial bagi keberlangsungan perusahaan. (Isnailita,

2019). *Intellectual capital (IC)* di Indonesia menjadi perhatian dari akademisi dan pelaku bisnis setelah di keluarkannya PSAK No.19 (revisi 2010) tentang aset yang tidak berwujud. Menurut Ikatan Akuntan Indonesia aset tak berwujud diakui apabila perusahaan mendapatkan manfaat ekonomis dari aset dimasa depan dan biaya perolehan aset tersebut dapat diukur secara profesional (Ibid., 4).

Adanya keterbatasan standar akuntansi mengenai *intellectual capital (IC)* memacu para ahli untuk merumuskan model pengukuran dan pelaporan IC. Di berbagai negara model pengukuran IC yang paling populer adalah *value added intelletual coefficient (VAIC™)*. Model ini dirumuskan oleh Pulic pada tahun 1998. Pulic mengklaim bahwa fokus dari VAIC™ adalah penciptaan nilai tambah pada perusahaan. Menurutnya, penciptaan nilai pada sebuah perusahaan harus diukur dan alat ukur tersebut harus memantau efisiensi dari sumber daya dalam menciptakan nilai.

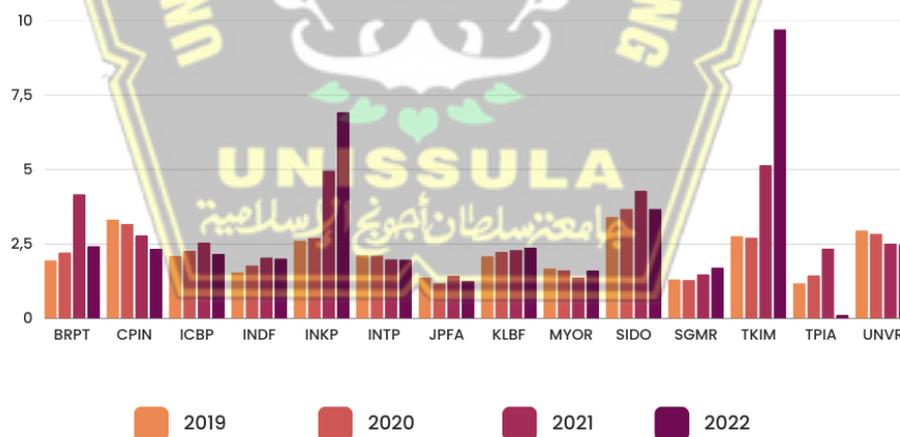
VAIC™ didesain untuk menyajikan informasi mengenai *value creation efficiency* dari aset yang dimiliki perusahaan. Instrumen ini berfungsi untuk mengukur kinerja dari intellectual capital sehingga VAIC™ secara eksplisist tidak mengukur IC, namun mengukur dampak dari pengelolaan *intellectual capital*. Pendekatan ini relatif mudah dan sangat mungkin untuk dilakukan, karena diskonstruksi dari akun-akun dalam laporan keuangan perusahaan (Ibid., 120).

Keunggulan dari metode VAIC™ adalah data yang digunakan untuk penghitungan kinerja intellectual capital relatif mudah diperoleh dari berbagai sumber dan jenis perusahaan. Data yang dibutuhkan untuk menghitung rasio tersebut adalah angka-angka keuangan yang standar dan umumnya tersedia pada laporan keuangan perusahaan. Sedangkan alternatif lain untuk mengukur IC hanya terbatas pada indikator keuangan dan non keuangan yang unik dan hanya bersifat sebagai pelengkap dari profil sebuah perusahaan secara individu. Indikator dari alternative penghitungan IC, khususnya indikator nonkeuangan tidak tersedia dan tidak tercatat oleh perusahaan lain. Sehingga kemampuan untuk menerapkan

pengukuran IC Alternatif tersebut menjadi tidak konsisten terhadap sampel yang besar (Ibid., 122)

Adapun komponen untuk menghitung koefisien *intellectual capital* (VAIC™) yang dikembangkan oleh Pulic mencakup *value added human capital* (VAHU), *structural capital value added* (STVA), *value added capital employed* (VACA). Arti dari *value added human capital* ialah indikator yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai tambah dari dana yang dikeluarkan untuk tenaga kerja. Sehingga VAHU dapat mengindikasikan kemampuan modal manusia dalam menghasilkan nilai tambah pada sebuah perusahaan (Ihyaul Ulum, 2007). Adapun *value added human capital* (VAHU) dari perusahaan manufaktur yang terpilih menjadi sampel penelitian:

**Diagram 1.2**  
**Value Added Human Capital (VAHU) Perusahaan Manufaktur**  
**di JII70 Periode 2019 - 2022**



Sumber : Laporan Keuangan, data diolah

Pada diagram 1.2 menunjukkan kinerja dari *human capital* yang mencerminkan kecakapan dari sumber daya manusia dalam menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Diagram 1.2 menggambarkan bahwa terdapat 3 (tiga) perusahaan yang mengalami peningkatan dari sisi *value added human capital*

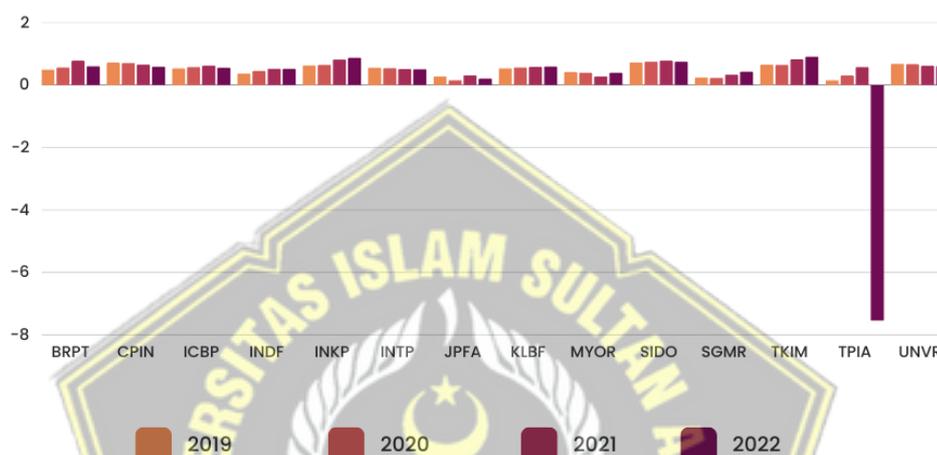
(VAHU) dalam rentang waktu empat tahun berturut-turut. Perusahaan tersebut meliputi INKP, KLBF serta TKIM. Di tahun 2019 VAHU pada perusahaan INKP sebesar 2.6040. Selanjutnya di tahun 2020 mengalami peningkatan VAHU hingga mencapai angka 2.6959. VAHU pada perusahaan INKP kembali mengalami peningkatan di tahun 2021 berada di angka 4.9493. Puncaknya pada tahun 2022 VAHU pada perusahaan INKP meningkat hingga berada angka 6.9036.

Adanya peningkatan yang signifikan pada VAHU menunjukkan bahwa biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk karyawan lebih kecil dibandingkan dengan nilai tambah yang dihasilkan. Hal ini mencerminkan bahwa pengelolaan sumber daya manusia berjalan dengan efektif dan efisien sehingga dapat menghasilkan nilai tambah yang optimal (Ihyaul Ulum, 2007). Tak sekedar itu, nilai VAHU yang selalu meningkat juga menyiratkan bahwa sumbangsih pemikiran dari *human capital* berjalan dengan optimal karena mampu menciptakan atau memenuhi kebutuhan konsumen dengan selalu berinovasi mengikuti kebutuhan pasar. Selain *human capital*, nilai tambah perusahaan juga bergantung pada *structure capital* perusahaan.

*Structural capital value added* dimaknai sebagai indikator keberhasilan dari struktur capital yang meliputi sistem maupun operasional perusahaan dalam menciptakan nilai tambah. STVA juga dapat dimaknai sebagai indikator untuk menilai keberhasilan dari structure capital dalam menciptakan nilai (Listiya, 2018). *Structural capital* menyediakan fasilitas pendukung agar karyawan dapat menghasilkan kinerja yang maksimal. Berdasarkan hal tersebut *structur capital* dapat menunjang *human capital* perusahaan. Bila tidak terdapat dukungan dari sistem perusahaan yang memadai, maka seorang karyawan dengan intelektualitas yang tinggi sulit mencapai kinerja yang optimal (Sawarjuwono, 2003). STVA mengukur jumlah structure capital yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk menghasilkan 1 rupiah nilai tambah perusahaan. Sehingga STVA dapat digunakan sebagai indikator dari keberhasilan *struktur capital* dalam menciptakan nilai tambah.

Berikut STVA perusahaan manufaktur pada JII70 dengan rentang waktu 2019-2021 yang terpilih sebagai sampel penelitian:

**Diagram 1.3**  
**Structural Capital Value Added (STVA) Perusahaan Manufaktur**  
**di JII 70 Periode 2019 – 2022**



Sumber : Laporan Keuangan, data diolah

Data yang tercermin pada diagram 1.3 menggambarkan *Structural Capital Value Added* (STVA) perusahaan manufaktur di JII70 yang terdaftar secara konsisten pada tahun 2019-2021. Pada diagram 1.3 dapat diketahui bahwa terdapat perusahaan yang nilai STVA-nya selama tahun 2019 hingga 2022 mengalami penurunan. Hal ini menjelaskan bahwa sistem operasional perusahaan dan manajemen perusahaan belum diciptakan secara baik sehingga nilai tambah dari perusahaan belum optimal.

Pada data yang tertera di diagram 1.3 juga menunjukkan bahwa terdapat perusahaan yang nilai STVA-nya mengalami peningkatan. Tahun 2019-2022 pada perusahaan INKP dan KLBF mengalami peningkatan STVA secara berturut-turut. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan budaya organisasi dan sistem operasional yang mendukung kinerja sumber daya manusia atau karyawan (*human capital*) selalu mengalami perbaikan dari tahun 2019 hingga 2022. Peningkatan STVA dapat

mendukung kinerja dari human capital sehingga mampu menciptakan nilai tambah yang optimal (Gita & Tri, 2021).

Pada pengukuran kinerja IC juga menghitung tentang cara pengelolaan modal oleh perusahaan. Penghitungan tersebut menggunakan *value added capital employed* (VACA). *Value added capital employed* mencerminkan tingkat kecakapan dari perusahaan dalam mengelola modal guna menghasilkan nilai tambah yang optimal. VACA juga dapat diartikan sebagai ukuran dari kecakapan perusahaan dalam mengelola capital asset. Apabila perusahaan mampu mengelola capital asset dengan baik, maka kinerja keuangan pada perusahaan akan mengalami peningkatan. Menurut Pulic, bila perusahaan dapat menghasilkan keuntungan atau return yang semakin besar maka dapat diasumsikan bahwa dalam memanfaatkan capital employed (CE) telah berjalan dengan baik dan optimal (Febrianty, 2018).

Berikut VACA perusahaan manufaktur yang menjadi anggota JII70 tahun 2019-2022:

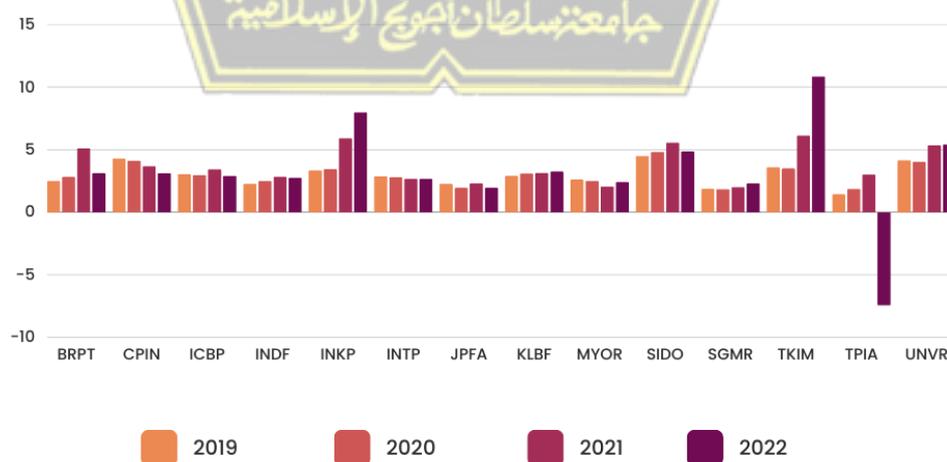


Sumber : Laporan Keuangan, data diolah

Diagram 1.4 menunjukkan bahwa pengelolaan aset atau modal yang dimiliki perusahaan menggunakan aset tak berwujud (IC) paling baik dilakukan oleh perusahaan Unilever. VACA pada perusahaan unilever di tahun 2021 mencapai angka 2,2 dan di tahun 2022 mengalami kenaikan hingga berada di angka 2,3. Sementara pada perusahaan CPIN dalam kurun waktu 2019 hingga 2022 selalu mengalami penurunan. Pada tahun 2019, VACA perusahaan CPIN sebesar 0,2487, selanjutnya di tahun 2020 mengalami penurunan mejadi 0.2392, lalu pada tahun 2021 mengalami penurunan kembali menjadi 0,2260, kemudian pada tahun 2022 VACA pada perusahaan CPIN mengalami penurunan hingga 0.1963.

Berdasarkan penghitungan *intellectual capital* melalui *value added human capital* (VAHU), *structural capital value added* (STVA), *value added capital employed* (VACA) dapat diketahui *value added intelletual coefficient* (VAICTM). Hal ini karena penghitungan dari *value added intelletual coefficient* merupakan penjumlahan dari VAHU, STVA serta VACA. Berikut VAICTM pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di JII70 periode 2019 hingga 2022 :

**Diagram 1.5**  
**Value Added Intelletual Coefficient (VAICTM) Perusahaan Manufaktur**  
**di JII 70 Periode 2019 - 2022**



Sumber : Laporan Keuangan, data diolah

Pada diagram 1.5 menunjukkan 2 (dua) perusahaan mengalami peningkatan dari kinerja intellectual capital. Perusahaan tersebut mencakup INKP dan KLBF. Sedangkan pada perusahaan JPFA mengalami pergerakan fluktuatif pada kinerja aset tak berwujud. Di tahun 2019 nilai IC perusahaan JPFA sebesar 2,22 kemudian di tahun 2020 mengalami penurunan hingga berada di angka 1,91 selanjutnya di tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 0,36 sehingga nilai VAIC<sup>TM</sup> mencapai angka 2,27 dan pada tahun 2022 kembali mengalami penurunan hingga berada di angka 1,91. Peningkatan nilai VAIC<sup>TM</sup> menunjukkan bahwa pengelolaan aset tak berwujud yang mencakup sumber daya manusia, teknologi, sistem operasional perusahaan serta pengelolaan aset berwujud dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

Menurut Wernerfelt perusahaan dengan sumber daya yang baik dan mempunyi akan lebih unggul dan kompetitif dengan para kompetitornya sehingga akan meningkatkan nilai dari perusahaan. Arti dari nilai perusahaan ialah penilaian dari investor mengenai kinerja perusahaan di masa yang akan datang maupun saat ini (Silvia, 2019). Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi pandangan dari investor terhadap perusahaan. Sehingga dapat dimaknai bahwa nilai perusahaan dijadikan sebagai tolak ukur oleh investor maupun pelanggan untuk menilai kondisi suatu perusahaan. Setiap perusahaan akan berusaha untuk memiliki kinerja yang baik agar para investor berminat untuk berinvestasi (Endah, 2020).

Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Apabila harga saham mengalami peningkatan maka nilai perusahaan juga meningkat. Meningkatnya harga saham menunjukkan bahwa kepercayaan investor terhadap perusahaan baik, sehingga investor mau membayar atau berinvestasi dengan harga yang lebih tinggi dengan harapan mendapatkan return yang lebih tinggi pula. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sangat diharapkan oleh para *stakeholder*. Bila perusahaan mampu memaksimalkan nilai perusahaan, maka kemakmuran dari para *stakeholder* yang merupakan tujuan utama sebuah perusahaan akan tercapai (Suwandi, 2022).

Rasio yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan meliputi *Price Earning Ratio* (PER), *Tobin's Q* serta *Price to Book Value* (PBV). (Silvia, 2019). Penghitungan dari *Price Earning Ratio* (PER) ialah membandingkan harga pasar per lembar saham dengan laba per lembar saham (Irham, 2013). *Tobin's Q* dimaknai sebagai rasio yang menggambarkan tingkat efektifitas perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki (Jauza, 2020). Sedangkan *Price to Book Value* (PBV) diartikan sebagai rasio yang menghitung atau membandingkan *market value* (nilai pasar) dengan *book value* (nilai buku) suatu saham (Anindhita, 2021).

Peneliti ini menggunakan *Price to Book Value* (PBV) sebagai indikator dari nilai perusahaan karena nilai buku merupakan ukuran yang stabil bila di bandingkan dengan harga pasar. Selain itu, nilai buku memberikan penilaian yang konsisten sehingga dapat digunakan untuk membandingkan nilai perusahaan pada perusahaan yang sejenis. Perusahaan dengan laba yang bernilai negatif yang tidak bisa di ukur menggunakan PER dapat dievaluasi menggunakan PBV.

Perusahaan dengan nilai *price to book value* (PBV) lebih dari 1 dapat diartikan bahwa nilai perusahaan berada pada kondisi yang baik. Hal ini dikarenakan nilai pasar saham lebih besar dibandingkan dengan nilai buku perusahaan. Semakin tinggi nilai *price to book value* (PBV) menunjukkan bahwa investor memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap prospek perusahaan dimasa mendatang (Darmadji & Fakhruddin, 2012).

Berikut *price to book value* (PBV) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di JII70 tahun 2019-2022 :

**Tabel 1.3**  
**Nilai Perusahaan (PBV) Perusahaan Manufaktur**  
**di JII 70 Periode 2019 – 2022**

No	Emiten/Perusahaan	Nilai Perusahaan Berdasarkan PBV			
		2019	2020	2021	2022
1	BRPT	1,20	1,36	1,81	1,53
2	CPIN	3,88	3,48	3,23	3,08
3	ICBP	5,12	1,32	2,48	2,37
4	INDF	1,15	0,79	0,72	0,67
5	INKP	0,68	0,64	0,56	0,45
6	INTP	1,58	1,64	1,77	1,86
7	JPFA	1,18	1,23	1,07	1,03
8	KLBF	5,70	5,21	4,47	4,31
9	MYOR	5,91	5,20	5,16	4,56
10	SIDO	7,10	6,75	6,27	6,20
11	SMGR	1,21	1,15	1,02	0,92
12	TKIM	0,92	0,85	0,71	0,52
13	TPIA	7,54	7,18	4,43	4,24
14	UNVR	8,37	8,42	39,99	43,23
Rata-rata		3,68	2,85	4,82	4,47

Sumber : Data diolah, 2023 ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id))

Pada diagram 1.6 mencerminkan nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar secara konsisten di JII70 tahun 2019 hingga 2021. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa perusahaan Unilever memiliki nilai perusahaan yang paling tinggi di bandingkan dengan perusahaan lain. Nilai perusahaan yang diprosikan dengan PBV pada perusahaan Unilever mencapai angka 43,23 di tahun 2022. Sebelumnya di tahun 2019 hingga 2021 nilai perusahaan Unilever terus mengalami kenaikan. Di tahun 2019 di angka 8,37 lalu mengalami kenaikan di tahun 2020 menjadi 8,42 selanjutnya PBV Unilever naik hingga berada di angka 39,99 pada tahun 2021. Hal ini berbeda dengan perusahaan INKP yang nilai perusahaannya mengalami penurunan dari tahun 2019 ke 2022. Tahun 2019, PBV pada perusahaan SIDO sebesar 0,68 kemudian menurun menjadi 0,64 di tahun 2020 selanjutnya di tahun 2021 dan 2022 mengalami penurunan menjadi 0,56 dan 0,45. Berdasarkan nilai tersebut nilai perusahaan INKP dikategorikan pada kondisi yang kurang baik karena nilai PBV <1.

Tingkat *Price to Book Value* (PBV) lebih dari 1 menunjukkan bahwa nilai perusahaan berada pada kondisi yang baik. Terwujudnya nilai perusahaan yang baik tidak terlepas dari harapan investor untuk memperoleh return atau laba atas ketersediaannya membayar dengan harga yang tinggi terhadap kepemilikan sebuah perusahaan. Sehingga keuntungan atau profit merupakan hal yang penting bagi perusahaan demi memberikan kesejahteraan bagi investor / stakeholder.

Investor dalam melakukan investasi juga harus teliti dalam memilih saham dan harus memperhatikannya. Umumnya investor akan menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik, maka dari itu perusahaan akan melakukan berbagai cara untuk memaksimalkan nilai perusahaannya, untuk mengetahui pemilihan saham yang baik atau tidak yaitu dengan mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi nilai dari suatu perusahaan. Selain *intellectual capital*, faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya adalah *Islamic Social Reporting* (ISR) dan *profitabilitas*.

Sebuah perusahaan yang baik harus mampu mengontrol potensi finansial maupun potensi non finansial di dalam meningkatkan nilai perusahaan untuk eksistensi perusahaan dalam jangka panjang (Munawaroh, 2014). Untuk mencapai nilai perusahaan yang tinggi diperlukan sinergi dan hubungan timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat, investor, dan karyawan tentunya. Sinergi dan hubungan timbal balik akan terjadi jika para stakeholder dengan memiliki persepsi positif mengenai perusahaan. Persepsi positif dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satu diantaranya yaitu dengan diungkapkannya informasi dari perusahaan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Praktik pengungkapan tanggung jawab social memainkan peranan penting bagi perusahaan karena perusahaan hidup di lingkungan masyarakat dan aktivitasnya memiliki dampak sosial. Kini konsep CSR tidak hanya berkembang dalam ekonomi konvensional, tetapi juga berkembang dalam ekonomi Islam. Konsep CSR dalam Islam erat kaitannya dengan perusahaan-perusahaan yang menjalankan kegiatan bisnis sesuai dengan konsep syariah dan diharapkan perusahaan tersebut dapat melakukan tanggung jawab social perusahaan secara Islami (Jannah dan Asrori, 2016). Lembaga keuangan syariah sebagai sebuah entitas bisnis yang mempraktekkan prinsip-prinsip Islam dalam keseluruhan aktivitasnya sudah sering bersinggungan dengan persoalan tanggung jawab sosial. Bahkan salah satu misi penting dari Islam yang kemudian mempengaruhi lembaga keuangan syariah adalah kepedulian yang tinggi terhadap masyarakat dan lingkungan. Sejalan dengan meningkatnya pelaksanaan CSR dalam konteks islam, maka semakin meningkat pula keinginan untuk membuat pelaporan sosial yang bersifat syariah (*Islamic Social Reporting*) (Fitria dan Hartanti, 2010).

Pengungkapan informasi atau laporan mengenai aktivitas perusahaan salah satunya dapat mengacu pada *Islamic Social Reporting (ISR)*. *Islamic Social Reporting (ISR)* pertama kali dikemukakan oleh Haniffa (2002) yang menyatakan bahwa dalam pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan pada sistem konvensional hanya berfokus pada aspek material dan moral, sehingga ia menambahkan bahwa aspek spiritual juga harus dijadikan fokus dalam pelaporan

tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan harus disesuaikan dengan prinsip Islam, sehingga selain dapat membantu pengambilan keputusan bagi pihak muslim, juga dapat membantu perusahaan dalam memenuhi kewajibannya terhadap Allah Subhannaahu wa Ta'ala dan masyarakat.

*Islamic Social Reporting* (ISR) merupakan bentuk pengungkapan mengenai pengembangan tanggung jawab sosial yang telah memasukkan nilai-nilai atau prinsip-prinsip syariah (Savira, 2015). *Islamic Social Reporting* terdiri dari kumpulan item-item standar *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang ditetapkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organizing for Islamic Financial*) yang dikembangkan, sehingga didalamnya terkandung prinsip-prinsip islam yang digunakan sebagai pengungkapan tanggung jawab sosial dalam suatu entitas islam (Fitriyah, 2016). *Islamic Social Reporting* (ISR) lebih menekankan terhadap keadilan sosial dalam pelaporan tanggung jawab social perusahaan, selain pelaporan terhadap lingkungan, kepentingan minoritas dan karyawan Widiawati dan Surya (2012). Kemudian dengan adanya konsep *Islamic Social Reporting* (ISR) diharapkan memberikan suatu alternatif kontribusi yang baru bagi pelaporan perusahaan secara islami dan bisa menjadi suatu jembatan antara dunia dan akhirat untuk meningkatkan kesadaran manusia pada kegiatan duniawi yang terkait dengan kehidupan di akhirat nanti (Setiawan, 2018).

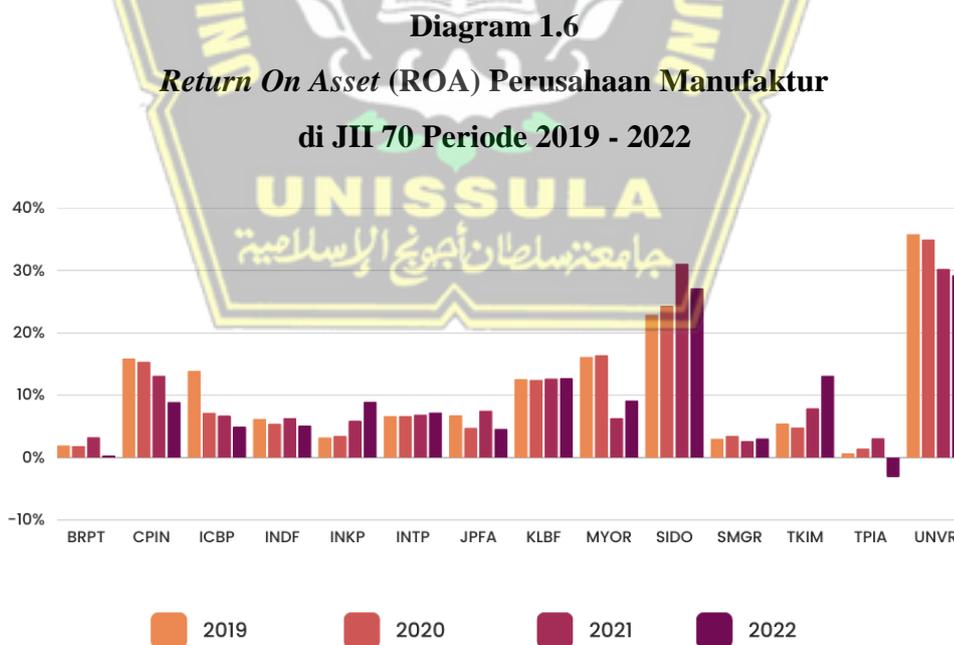
Tingkat keuntungan atau *profit* perusahaan dapat diukur menggunakan rasio *profitabilitas*. Makna dari rasio *profitabilitas* ialah rasio yang menilai kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Rasio *profitabilitas* juga mengukur tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan yang dihasilkan dari penjualan dan investasi (Kasmir, 2018). Rasio ini bertujuan untuk efisiensi penggunaan aktiva perusahaan dalam memperoleh laba.

Jenis rasio *profitabilitas* meliputi: *gross profit margin*, *net profit*, *return on aset* (ROA), *return on equity* (ROE). Pada penelitian ini menggunakan *return on asset* (ROA) sebagai variabel intervening yang memproksikan profitabilitas.

Intervening merupakan variabel yang menjadi penghubung antara pengaruh variabel dependent dengan variabel independent. ROA dipilih sebagai variabel intervening karena nilai perusahaan tidak hanya di pengaruhi oleh *intellectual capital* saja, namun juga dipengaruhi faktor lain salah satunya *profitabilitas* (Atikah, 2019).

Selain itu ROA merupakan indikator utama yang biasanya digunakan oleh investor sebagai tolak ukur keuntungan perusahaan. *Return on asset* dapat diartikan sebagai rasio yang mengukur kapasitas perusahaan dalam memperoleh keuntungan dengan mengelola seluruh aktiva atau kekayaan yang dimiliki perusahaan. *Return on asset* (ROA) juga dapat diartikan sebagai rasio yang melihat sejauhmana investasi yang telah ditanamkan dapat menghasilkan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan (Kasmir, 2018).

Berikut *return on asset* perusahaan manufaktur di JII70 tahun 2019-2022 yang terpilih sebagai sampel penelitian :



Sumber : Laporan Keuangan, data diolah

Diagram 1.7 menjelaskan bahwa ROA pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di JII70 bergerak secara fluktuatif. Perusahaan yang ROA-nya selama empat tahun berturut-turut, tepatnya tahun 2019 hingga 2022 mengalami penurunan meliputi CPIN dan ICBP. Sedangkan perusahaan yang mengalami peningkatan secara konsisten dalam kurun waktu 4 tahun adalah perusahaan Indah Kiat Pulp & Paper Tbk. Tingginya tingkat *profitabilitas* tidak terlepas dari *intellectual capital* perusahaan yang dikelola dengan efektif dan efisien. Semakin baik tingkat IC perusahaan, maka akan menciptakan nilai tambah yang optimal sehingga mampu memberikan pengembalian atau keuntungan bagi perusahaan. (Febriyanti & Jovan, 2018)

Penelitian yang terkait tentang *intellectual capital* sudah dilakukan di beberapa penelitian dan mempunyai hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Suzan & Devi (2021) dan Fitriyanti & Ratna Sari (2019) menyatakan bahwa modal intelektual berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hal sebaliknya ditemukan pada penelitian Utami (2020) dan Andri (2020) yang menyatakan bahwa modal intelektual tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan tentang *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap Nilai Perusahaan seperti yang dilakukan oleh Setiawan (2018), Rahayu (2013), Aldehita Purnasanti (2014), juga menunjukkan bahwa *Islamic Social Reporting* (ISR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan Sutapa dan Heri Laksito (2018), Ibrahim dan Mutohar (2019) yang menyatakan bahwa *Islamic Social Reporting* (ISR) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Demikian pula dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Roni dkk menunjukkan bahwa *profitabilitas* mampu memediasi pengaruh antara VACA dan STVA terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *profitabilitas* tidak dapat memediasi pengaruh VAHU dengan nilai perusahaan. (Roni dkk, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Ferry menyebutkan bahwa Kinerja Keuangan yang diprosikan dengan ROA mampu memediasi pengaruh VAHU terhadap nilai perusahaan.

Sedangkan pengaruh indikator lain dari IC yang meliputi VACA dan STVA terhadap nilai perusahaan tidak mampu dimediasi oleh kinerja keuangan (Ferry, 2021). Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa terdapat perbedaan atau GAP pada penelitian.

Berdasarkan *Resource-Based Theory (RBT)* yang dikemukakan oleh Wernerfelt menyatakan bahwa sumber daya yang baik pada perusahaan akan berdampak terhadap kinerja jangka panjang perusahaan. Selain itu, sumber daya yang baik akan menjadikan perusahaan lebih unggul dalam bersaing dengan para kompetitor (Ihyaul Ulum, 2017). Hal ini akan meningkatkan *profitabilitas* dari perusahaan. Sedangkan menurut *signaling theory*, bila perusahaan mengungkapkan kinerjanya pada laporan keuangan perusahaan akan menjadi sinyal bagi para investor untuk berinvestasi. Bila kinerja perusahaan berada pada kondisi baik maka akan menjadi *good news* sehingga investor tertarik berinvestasi (Rahayu, 2021)

Berbeda dengan temuan penelitian - penelitian tersebut, penelitian ini menambahkan variabel independen *Islamic Corporate Social Responsibility* dan *profitability (ROA)* sebagai variabel intervening. Penelitian *Intellectual Capital* secara umum dilakukan pada industri sektor perbankan tetapi penelitian ini dilakukan pada perusahaan-perusahaan manufaktur yang tergabung dalam indeks JII 70, hal ini untuk mengetahui pengaruh *Intellectual Capital* dan *Islamic Social Reporting* terhadap *Profitabilitas* dan nilai perusahaan yang menghasilkan saham-saham dengan likuiditas tinggi dan menjadi penggerak pasar saham. Selain itu periode penelitian pada penelitian ini menggunakan periode 2019-2022 yang merupakan periode terbaru. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul : “Pengaruh *Intellectual Capital* dan *Islamic Social Reporting* terhadap Nilai Perusahaan yang dimediasi oleh *Profitabilitas* (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di JII70 Periode 2019-2022).”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *intellectual capital* terhadap *firm value*?
2. Bagaimana pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap *firm value*?
3. Bagaimana pengaruh *intellectual capital* terhadap *profitabilty*?
4. Bagaimana pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap *profitabilty*?
5. Bagaimana pengaruh *intellectual capital* terhadap *firm value* yang dimediasi variabel *profitability*?
6. Bagaimana pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap *firm value* yang dimediasi variabel *profitability*?
7. Bagaimana pengaruh *profitability* terhadap *firm value*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka dapat diketahui tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh *intellectual capital* terhadap *firm value*
2. Untuk menganalisis pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap *firm value*
3. Untuk menganalisis pengaruh *intellectual capital* terhadap *profitabilty*
4. Untuk menganalisis pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap *profitabilty*
5. Untuk menganalisis *intellectual capital* terhadap *firm value* yang dimediasi variabel *profitability*
6. Untuk menganalisis *Islamic Social Reporting* terhadap *firm value* yang dimediasi variabel *profitability*
7. Untuk menganalisis pengaruh *profitability* terhadap *firm value*

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1. Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah dapat memberikan wawasan baru dan memberikan kontribusi dalam pengembangan teori, khususnya yang berkaitan dengan pemahaman mengenai informasi *Intellectual Capital*, *Islamic Social Reporting*, *Profitability* dan implikasinya terhadap *Firm Value*.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan memberikan manfaat bagi peneliti mengenai Pengaruh *Intellectual Capital* dan *Islamic Social Reporting* Terhadap *Firm Value* yang dimediasi oleh *Profitabilitas*.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan dan evaluasi di masa datang mengenai Pengaruh *Intellectual Capital* dan *Islamic Social Reporting* Terhadap *Firm Value* yang dimediasi oleh *Profitabilitas*.

3. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu informasi bagi investor dalam mengambil keputusan untuk melakukan investasi di perusahaan.

4. Bagi Akademisi

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu ekonomi seperti mata kuliah manajemen keuangan khususnya dalam *Intellectual Capital*, *Islamic Social Reporting*, *Firm Value*, dan *Profitability*.

5. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan untuk melakukan penelitian selanjutnya.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 *Resource Based Theory* (RBT)

Wernerfelt merupakan tokoh pertama yang mengemukakan *Resource Based Theory* (RBT). Teori ini menyatakan bahwa sumber daya yang baik pada perusahaan akan berdampak terhadap kinerja jangka panjang perusahaan serta akan menjadikan perusahaan lebih unggul bersaing dengan para kompetitor. Keunggulan dalam bersaing dapat tercipta bila perusahaan memiliki *resource* yang berharga dan langka. Sehingga *resources* (sumber daya) yang dimiliki perusahaan tidak mudah digantikan, ditiru dan akan bertahan lama. (Ihyaul Ulum, 2017).

Menurut Barney pada perspektif RBT *firm resource* mencakup seluruh aset, kapabilitas, proses organisasional, atribut-atribut perusahaan, informasi, *knowledge*, dan lain-lain yang dikendalikan oleh perusahaan. Adanya *firm resource* yang baik pada perusahaan memungkinkan perusahaan untuk memahami dan mengimplementasikan strategi guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan. (Ibid., 24).

Hanya sumber daya berhargalah yang mampu menjadi sumber keunggulan bersaing berkelanjutan bagi perusahaan. sumber daya berharga yang dimiliki oleh sejumlah besar perusahaan pesaing atau perusahaan yang berpotensi menjadi pesaing tidak dapat dianggap sebagai sumber keunggulan bersaing ataupun keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Perusahaan menikmati keunggulan bersaing ketika menerapkan strategi penciptaan nilai tidak secara bersamaan dilaksanakan oleh sejumlah besar perusahaan lain. (Ibid., 25).

Perusahaan yang memiliki sumber daya yang berharga akan selalu membuat inovasi strategis. Hal tersebut karena sumber daya yang berharga mampu memahami dan terlibat dalam strategi yang perusahaan lain tidak bisa

membayangkan atau tidak melaksanakan. Hal tersebut karena perusahaan lain tidak memiliki sumber daya yang relevan.

RBT sangat tepat untuk menjelaskan penelitian tentang IC, terutama dalam konteks hubungan antara kinerja ICP dan pasar (MCAP). Pada perspektif IC, aset tak berwujud perusahaan diklasifikasikan dalam tiga kategori utama yaitu *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*. Pulic dan Kolakovic berpendapat bahwa perusahaan dengan *knowledge* yang unik, keterampilan, nilai dan solusi (*intangible resources*) dapat ditransformasikan menjadi 'nilai' dipasar. Berdasarkan hal tersebut dapat diasumsikan bahwa pengelolaan sumber daya *intangible* dapat membantu perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing, meningkatkan produktivitas dan nilai pasar. (Ibid., 28).

### 2.1.2 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

*Signaling Theory* merupakan teori yang terfokus pada informasi yang dikemukakan oleh perusahaan kepada pihak lain atau stake holder sebagai bahan pertimbangan untuk berinvestasi. Jogiyanto menyatakan bahwa informasi yang dipublikasi sebagai suatu pengumuman akan memberi signal bagi investor untuk mengambil keputusan dalam berinvestasi. Bila Informasi mengenai kinerja perusahaan baik (*good news*) maka investor akan menanamkan modalnya pada perusahaan. Sebaliknya, bila informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan berisi tentang *bad news* maka para calon investor enggan untuk berinvestasi. (Ibid., 30).

Publikasi yang diungkap oleh perusahaan dapat disebut sebagai informasi bila dapat menyebabkan reaksi pasar, yakni berupa peningkatan ataupun penurunan harga saham. (Rahayu, 2021). Laporan tahunan merupakan informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi signal bagi pihak di luar perusahaan, terutama bagi pihak investor. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat berupa informasi akuntansi maupun non- akuntansi. Informasi akuntansi merupakan informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan, sedangkan informasi non-akuntansi yaitu informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan.

Laporan tahunan hendaknya memuat informasi yang relevan dan mengungkapkan informasi yang dianggap penting untuk diketahui oleh para *stakeholder*. Investor memerlukan informasi untuk mengevaluasi risiko setiap perusahaan sehingga dapat melakukan diversifikasi portofolio dan kombinasi investasi dengan preferensi risiko yang diinginkan. Bila perusahaan menginginkan sahamnya dibeli oleh investor maka perusahaan harus melakukan pengungkapan laporan keuangan secara terbuka dan transparan.

Teori pensinyalan menyatakan bahwa perusahaan dengan kualitas yang baik memiliki kecenderungan untuk memberikan sinyal keunggulan mereka kepada pasar. Pada satu sisi, sinyal akan membuat investor dan pemangku kepentingan yang lain menaikkan nilai perusahaan, dan kemudian membuat keputusan yang lebih menguntungkan bagi perusahaan. Sebaliknya, perusahaan dengan kapasitas tidak terlalu bagus akan cenderung untuk mengungkapkan informasi yang sifatnya memang mandatory. (Ihyaul Ulum, 2017).

### **2.1.3 *The Value of the Firm***

#### **Pengertian Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan menurut pandangan Husnan (2000:7) adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan menggambarkan pandangan investor mengenai perusahaan yang bersangkutan. Jika perusahaan dapat memberikan kemakmuran kepada pemegang saham, maka publik akan menilai bahwa perusahaan tersebut memiliki nilai tinggi yang tercermin dari harga sahamnya.

Untuk mengetahui nilai pasar perusahaan maka digunakanlah rasio-rasio keuangan. Rasio-rasio inilah yang nantinya akan memberikan indikator bagi manajemen mengenai penilaian investor terhadap kinerja perusahaan di masa lampau dan prospeknya di masa yang akan datang.

Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya, jika

nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaan juga baik (Gapensi, 1996 dalam Rachmawati, 2007).

### **Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan**

Menurut Sudana (2009:9) Dalam usaha untuk meningkatkan nilai perusahaan, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya, diantaranya :

1. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba  
Perusahaan yang berorientasi pada perolehan keuntungan, umumnya akan memfokuskan kegiatannya untuk meningkatkan nilai perusahaan hingga mencapai maksimum (laba merupakan tolak ukur keberhasilan). Besar kecilnya laba dari suatu perusahaan akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang bersangkutan.
2. Tata kelola perusahaan yang baik menggambarkan bagaimana usaha manajemen mengelola asset dan modalnya dengan baik agar menarik para investor.
3. Investor umumnya menghindari resiko. Mereka akan bersedia membayar lebih saham yang arus kasnya realtif pasti, daripada saham yang arus kasnya beresiko.

Karena faktor-faktor inilah manajer akan dapat meningkatkan *firm value*.

### **Pengukuran Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV). PBV merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per saham. PBV yang tinggi mencerminkan harga saham yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai buku per lembar sahamnya. Semakin tinggi hasil dari PBV menunjukkan bahwa pasar semakin percaya prospek perusahaan (Sunarsih dan Mendra, 2012). Menurut Tandelilin (2010:385) Rumus *Price to Book Value* (PBV) adalah :

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham Penutupan}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

*Price to Book Value* digunakan sebagai proksi karena keberadaan PBV sangat penting bagi investor untuk menentukan strategi investasi di pasar modal. PBV dapat menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan menciptakan nilai terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Untuk menghitung nilai PBV dengan mengukur harga saham mahal atau murah dengan *cut off* 1 yang berarti jika nilai PBV diatas 1 menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya (*overvalued*), sebaliknya jika nilai PBV dibawah 1 berarti nilai pasar saham lebih kecil dari nilai bukunya (*undervalued*). Penentuan ini berdasarkan pada teori yang diungkapkan Husnan (2003:27) “ Untuk perusahaan-perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio ini mencapai diatas satu yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan”. Ada beberapa keunggulan PBV yaitu nilai buku merupakan ukuran yang stabil dan sederhana yang dapat dibandingkan dengan harga pasar. Keunggulan kedua adalah PBV dapat dibandingkan antar perusahaan sejenis untuk menunjukkan tanda mahal atau murahnya suatu saham perusahaan.

#### **2.1.4 Intellectual Capital**

Steward memaknai *intellectual capital* sebagai segala sesuatu yang terdapat pada perusahaan yang berperan membantu perusahaan dalam berkompetisi di pasar. Aset ini mencakup *intellectual material* (pengetahuan, informasi, pengalaman) dan *intellectual property* yang dapat diciptakan untuk mewujudkan kesejahteraan. (Ibid., 79). Sedangkan, Andriessen berpendapat bahwa *intellectual capital* ialah aset tak berwujud yang menjadi keunggulan dari pada perusahaan serta dapat menciptakan keuntungan depan. (Ibid., 79).

*Intellectual Capital* menurut Mouritsen bukanlah konsep akuntansi biasa dan tidak sekedar tentang selisih antara nilai buku dengan nilai pasar perusahaan. Laporan *Intellectual Capital* pada perusahaan sesungguhnya berkaitan dengan pengendalian dan pengelolaan perusahaan. Pada prakteknya, *Intellectual Capital* menurut Mouritsen berkaitan tentang aktivitas manajer yang dapat diatribusikan dalam upaya atas nama pengetahuan. Aktivitas - aktivitas tersebut seringkali terkait

dengan pengembangan karyawan, restrukturisasi organisasi, dan pengembangan aktivitas pemasaran. (Ihyaul Ulum, 2017)

Menurut Roos, *Intellectual Capital* mencakup seluruh proses dan aset yang tidak secara normal nampak di neraca dan semua *intangibile assets* (*trademarks, patent dan brands*) yang menjadi perhatian metode akuntansi modern. Sedangkan Bontis mengatakan bahwa IC dapat ditemukan dan 'dieksploitasi', maka akan menjadi sumber daya baru bagi organisasi untuk dapat memenangkan persaingan. (Ibid., 79).

Stewart mendefinisikan *Intellectual capital* sebagai jumlah dari segala sesuatu yang ada di perusahaan yang dapat membantu perusahaan untuk berkompetisi di pasar, meliputi *intellectual material* pengetahuan, informasi, pengalaman, dan *intellectual property* yang dapat digunakan untuk menciptakan kesejahteraan. (Ibid., 81).

Sehingga dapat diartikan bahwa *Intellectual capital* dimaknai sebagai aset tidak berwujud mencakup sumber daya dan pengetahuan yang mampu meningkatkan kinerja dan kemampuan bersaing perusahaan. (Nurhayati, 2017). Elemen-elemen dari *Intellectual Capital* meliputi:

1. *Human Capital*

*Human capital* dapat diartikan sebagai aset tidak berwujud yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen baik berupa barang ataupun jasa, selain itu juga memiliki peran dalam memberikan solusi dari permasalahan pelanggan. (Ghosh & Mondal, 2009). Makna lain dari *human capital* ialah aset tidak berwujud yang berasal dari sumber daya manusia atau karyawan dengan kompetensi, komitmen, motivasi serta loyalitas tinggi terhadap perusahaan. (Budiarso, 2014).

2. *Structural Capital*

*Structural capital* dimaknai sebagai struktur beserta kecakapan perusahaan maupun organisasi dalam memenuhi operasional perusahaan yang dapat mendukung karyawan guna mengoptimalkan hasil dari kinerja intelektual

serta kinerja bisnis secara menyeluruh. *Structural capital* mencakup budaya organisasi, proses manufaktur, sistem operasional perusahaan dan filosofi manajemen perusahaan. (Taufiqurrochman, 2016).

### 3. *Customer Capital*

*Customer capital* atau *relation capital* dimaknai sebagai hubungan baik perusahaan dengan para mitranya (*stakeholder*). Hubungan ini dapat berasal dari pemerintah, masyarakat, pelanggan yang merasa puas sehingga loyal terhadap perusahaan serta dari pemasok yang berkualitas. (Bontis, 2019).

Seiring dengan perkembangan zaman, pengetahuan dan teknologi menjadi hal yang krusial bagi keberlangsungan perusahaan sehingga *intellectual capital* menjadi salah satu elemen penting untuk dipaparkan. (Isnalit & Fitri, 2019). Di Indonesia *intellectual capital* (IC) menjadi perhatian dari akademisi dan pelaku bisnis setelah dikeluarkannya PSAK No.19 (revisi 2010) tentang aset yang tidak berwujud. Menurut Ikatan Akuntan Indonesia aset tak berwujud diakui apabila perusahaan mendapatkan manfaat ekonomis dari aset dimasa depan dan biaya perolehan aset tersebut dapat diukur secara profesional. (Ihyaul Ulum, 2017).

Adanya keterbatasan standar akuntansi mengenai *intellectual capital* (IC) memacu para ahli untuk merumuskan model pengukuran dan pelaporan IC. Di berbagai negara model pengukuran IC yang paling populer adalah *value added intellectual coefficient* (VAIC™). Model ini dirumuskan oleh Pulic pada tahun 1998. Pulic mengklaim bahwa fokus dari VAIC™ adalah penciptaan nilai tambah pada perusahaan. Menurutnya, penciptaan nilai pada sebuah perusahaan harus diukur dan alat ukur tersebut harus memantau efisiensi dari sumber daya dalam menciptakan nilai.

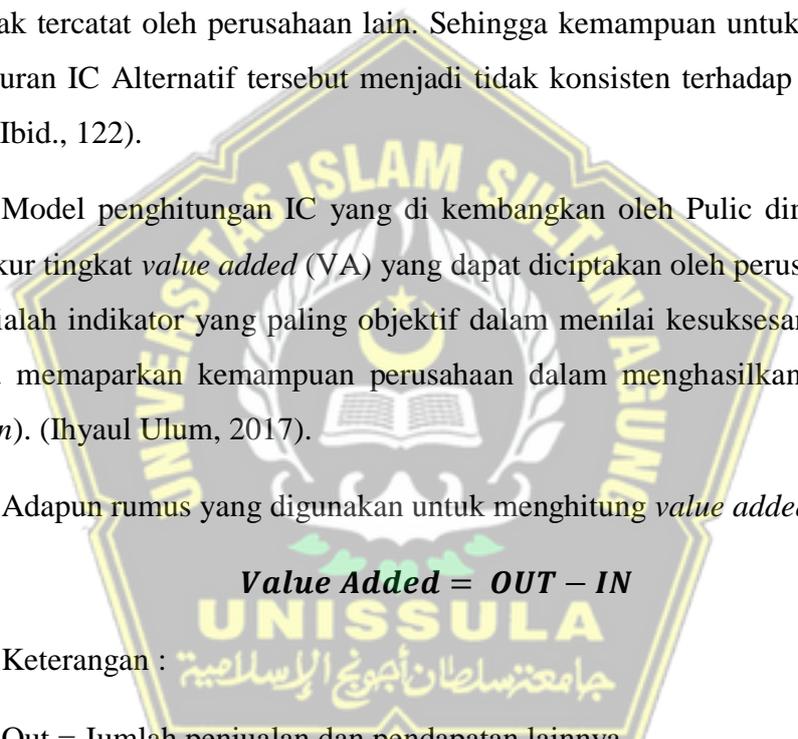
VAIC™ didesain untuk menyajikan informasi mengenai *value creation efficiency* dari aset yang dimiliki perusahaan. Instrumen ini berfungsi untuk mengukur kinerja dari *intellectual capital* sehingga VAIC™ secara eksplisist tidak mengukur IC, namun mengukur dampak dari pengelolaan *intellectual capital*. Pendekatan ini relatif mudah dan sangat mungkin untuk dilakukan, karena diskonstruksi dari akun-akun dalam laporan keuangan perusahaan. (Ibid., 120).

Keunggulan dari metode VAIC<sup>TM</sup> adalah data yang digunakan untuk penghitungan kinerja intellectual capital relatif mudah diperoleh dari berbagai sumber dan jenis perusahaan. Data yang dibutuhkan untuk menghitung rasio tersebut adalah angka-angka keuangan yang standar dan umumnya tersedia pada laporan keuangan perusahaan. Sedangkan alternative lain untuk mengukur IC hanya terbatas pada indikator keuangan dan non keuangan yang unik dan hanya bersifat sebagai pelengkap dari profil sebuah perusahaan secara individu. Indikator dari alternative penghitungan IC, khususnya indikator non-keuangan tidak tersedia dan tidak tercatat oleh perusahaan lain. Sehingga kemampuan untuk menerapkan pengukuran IC Alternatif tersebut menjadi tidak konsisten terhadap sampel yang besar. (Ibid., 122).

Model penghitungan IC yang di kembangkan oleh Pulic dimulai dengan mengukur tingkat *value added* (VA) yang dapat diciptakan oleh perusahaan. *Value added* ialah indikator yang paling objektif dalam menilai kesuksesan bisnis serta mampu memaparkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan nilai (*value creation*). (Ihyaul Ulum, 2017).

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung *value added* ialah:

$$\text{Value Added} = \text{OUT} - \text{IN}$$

Keterangan : 

- Out = Jumlah penjualan dan pendapatan lainnya
- In = Biaya yang digunakan untuk aktivitas penjualan dan biaya lain kecuali biaya karyawan

Setelah diperoleh tingkat nilai tambah perusahaan maka tahapan selanjutnya untuk mengukur intellectual capital dengan VAIC<sup>TM</sup> ialah dengan melakukan model penghitungan yang meliputi 3 komponen, yakni :

### 1. *Value Added Human Capital (VAHU)*

Makna dari human capital ialah pengetahuan mengenai perusahaan yang mencakup keahlian, pengalaman, kemampuan beserta ketrampilan

dari karyawan pada sebuah perusahaan. Pemberian pelatihan dan pengajaran merupakan salah satu cara terbaik dalam mengelola kualitas para karyawan di suatu perusahaan.

Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung *value added human capital* (VAHU):

$$VAHU = \frac{VA \text{ (Value Added)}}{HC \text{ (Human Capital)}}$$

Keterangan :

- VA = nilai tambah
- HC = biaya atau beban karyawan

## 2. *Structural Capital Value Added* (STVA)

*Structural capital* diartikan sebagai sebuah proses, struktur beserta sistem dari perusahaan yang meliputi strategi bisnis, proses manajemen, struktur perusahaan dan basis data. Manajemen perusahaan yang baik akan menentukan kinerja yang baik pula. *Structural capital* menyediakan fasilitas pendukung agar karyawan dapat menghasilkan kinerja yang maksimal. Berdasarkan hal tersebut *structur capital* dapat menunjang *human capital* perusahaan. Bila tidak terdapat dukungan dari sistem perusahaan yang memadai, maka seorang karyawan dengan intelegualitas yang tinggi sulit mencapai kinerja yang optimal. (Suwarjuwono, 2013).

Indikator dari efisiesi dari struktur modal merupakan makna dari *structural capital value added*. Rasio ini mengukur nilai tambah yang mampu dihasilkan oleh *structur capital perusahaan*. Berikut rumus dari *Structural Capital Value Added* (STVA):

$$STVA = \frac{VA - HC}{VA}$$

Keterangan :

- VA = nilai tambah
- HC = biaya atau beban karyawan

### 3. *Value Added Capital Employed (VACA).*

Capital employed dimaknai sebagai total dari seluruh aset tetap dan aset lancar yang dimanfaatkan oleh perusahaan. Nilai tambah yang dihasilkan oleh perusahaan melibatkan peran dari *capital employed*. Tanpa *capital employed* pada sebuah perusahaan maka *intellectual capital* tidak akan bisa menciptakan nilai tambah. Berdasarkan hal tersebut, modal ini adalah total dari seluruh aset berwujud yang menunjang kegiatan operasional perusahaan.

*Value added capital employed* mencerminkan nilai dari kinerja aset dalam menghasilkan profit untuk perusahaan. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur value added capital employed (VACA) adalah:

$$VACA = \frac{VA \text{ (Value Added)}}{CE \text{ (Capital Employed)}}$$

Keterangan :

- VA = nilai tambah
- CE = jumlah ekuitas (hal pemilik perusahaan atas aset setelah di kurangi kewajiban)

Setelah melakukan penghitungan *value added human capital (VAHU)*, *structural capital value added (STVA)*, *value added capital employed (VACA)* maka dapat di ketahui *kinerja intellectual capital*. Berikut rumus dari penghitungan kinerja menurut Pulic:

$$VAICTM = VAHU + STVA + VACA$$

Keterangan :

- VAHU = *Value Added Human Capital*

- SYVA = *Structural Capital Value Added*
- VACA = *Value Added Capital Employed*

### 2.1.5 *Islamic Social Reporting (ISR)*

*Islamic Social Reporting (ISR)* adalah pengungkapan tanggung jawab didalam sosial perusahaan yang dilakukan secara sukarela oleh emiten syariah dimana pertanggung jawaban kepada Allah dan masyarakat, dan dengan prinsip syariah dapat meningkatkan transparansi bisnis pada perusahaan tersebut (Setiawan, 2018). Untuk mencapai tata kelola dengan baik dan sesuai Peneliti menggunakan pengukuran Indeks *Islamic Social Reporting* yang digunakan oleh Haniffa (2002) dan dikembangkan kembali oleh Othman (2009) yang terdiri dari 6 indikator yaitu : Pendanaan dan Investasi terdiri dari 6 item, produk dan jasa terdiri dari 3 item, tenaga kerja terdiri dari 11 item, social terdiri dari 10 item, lingkungan terdiri dari 5 item, tata kelola organisasi terdiri dari 13 item. Sehingga total indikator sebanyak 48 item.

ISR adalah standar pelaporan kinerja sosial perusahaan-perusahaan yang berbasis syariah. Indeks ini lahir dikembangkan dengan dasar dari standar pelaporan berdasarkan AAOIFI yang kemudian dikembangkan oleh masing-masing peneliti berikutnya. Secara khusus indeks ini adalah perluasan dari standar pelaporan kinerja sosial yang meliputi harapan masyarakat tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual. Selain itu indeks ini juga menekankan pada keadilan sosial terkait mengenai lingkungan, hak minoritas, dan karyawan (Fitria dan Hartati, 2010).

#### **Tujuan ISR :**

1. Sebagai bentuk akuntabilitas kepada Allah SWT dan masyarakat.
2. Meningkatkan transparansi kegiatan bisnis dengan menyajikan informasi yang relevan dengan memperhatikan kebutuhan spiritual investor muslim atau kepatuhan syariah dalam pengambilan keputusan.

## Bentuk Akuntabilitas dan Transparansi dalam ISR

### Bentuk Akuntabilitas :

1. Menyediakan produk yang halal dan baik
2. Memenuhi hak-hak Allah dan masyarakat
3. Mengejar keuntungan yang wajar sesuai dengan prinsip Islam
4. Mencapai tujuan usaha bisnis
5. Menjadi karyawan dan masyarakat
6. Memastikan kegiatan usaha yang berkelanjutan secara ekologis
7. Menjadikan pekerjaan sebagai bentuk ibadah

### Bentuk Transparansi :

1. Memberikan informasi mengenai semua kegiatan halal dan haram dilakukan
2. Memberikan informasi yang relevan mengenai pembiayaan dan kebijakan investasi
3. Memberikan informasi yang relevan mengenai kebijakan karyawan
4. Memberikan informasi yang relevan mengenai hubungan dengan masyarakat
5. Memberikan informasi yang relevan mengenai penggunaan sumber daya dan perlindungan lingkungan

*Sumber: diolah dari Haniffa (2002), 2013*

### 2.1.6 Profitability

Kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan atas pengelolaan aset dan modal yang berasal dari para investor merupakan arti dari *profitabilitas*. Brigham berpendapat bahwa makna dari profitabilitas ialah hasil akhir dari keputusan serta kebijakan manajemen. Kebijakan dan keputusan ini berkaitan dengan penggunaan aset dalam menjalankan operasional perusahaan. (Atikah, 2019).

Hardiyanti berpendapat bahwa makna dari profitabilitas ialah tingkat keuntungan bersih perusahaan yang diperoleh atas operasional perusahaan. Profitabilitas juga dimaknai sebagai kecakapan perusahaan dalam memperoleh serta meningkatkan keuntungan dalam periode tertentu. Tingkat *profitabilitas* yang baik mencerminkan bahwa prospek perusahaan baik. Semakin baik prospek perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan. Salah satu fungsi *profitabilitas* bagi perusahaan ialah mengevaluasi tingkat efisiensi dan efektifitas perusahaan dalam mengelola aset yang dimiliki. (Ibid., ).

Keuntungan atau profit dapat dimaknai sebagai penambahan kekayaan atas investasi yang ditanamkan sesudah dikurangi oleh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk operasional maupun untuk proses produksi. Dalam ajaran islam mencari keuntungan diperbolehkan asalkan tidak menyalahi syariat islam. Menurut Alimuddi proses untuk mendapatkan keuntungan materi setidaknya-tidaknya mengandung tiga unsur : (Fordeby & Adesy, 2016).

- a. Bisnis yang dijalankan harus halal dan baik.
- b. Pada proses bisnis tidak mengandung unsur penipuan.
- c. Tidak menzalimi pihak lain sepanjang proses bisnis tersebut

Tidak ada *nash*/ketentuan khusus untuk menetapkan tingkat keuntungan dalam pandangan islam. Alangkah baiknya para pengusaha muslim memperhatikan rasa keadilan saat menetapkan harga. Keuntungan yang adil dapat dimaknai sebagai keuntungan yang tidak menzalimi orang lain tetapi juga tidak menzalimi diri sendiri. Keuntungan yang terlalu tinggi akan berdampak buruk terhadap perkembangan usaha serta akan menzalimi orang lain. Sebaliknya, keuntungan yang terlalu rendah akan menzalimi diri sendiri yang berarti tidak dapat bertahan hidup dengan layak. (Ibid., 100)

Keberlangsungan hidup suatu perusahaan bergantung pada keuntungan atau *profitabilitas* yang dimiliki. Apabila *profitabilitas* perusahaan dalam keadaan yang baik maka keberlangsungan hidup perusahaan akan terjamin. Namun sebaliknya, jika *profitabilitas* perusahaan dalam keadaan tidak baik maka keberlangsungan

hidup perusahaan tidak akan bertahan lama. Hal ini dikarenakan perusahaan tidak memiliki cukup biaya yang digunakan untuk oprasional perusahaan.

Pentingnya *profitabilitas* bagi perusahaan akan mendorong manajemen perusahaan untuk meningkatkan *profitabilitas* atau keuntungan. Sulit bagi perusahaan untuk menarik minat investor bila tidak memiliki keuntungan yang mengiurkan. Keuntungan perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rasio *profitabilitas*. Rasio *profitabilitas* diartikan sebagai rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Rasio ini juga menunjukkan seberapa besar tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan dalam memperoleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan investasi<sup>9</sup> (Kasmir, 196). Rasio *profitabilitas* juga dapat diartikan sebagai rasio untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh berkaitan dengan penjualan dan investasi.

Tujuan dari rasio *profitabilitas* bagi perusahaan serta bagi pihak external meliputi penilaian dan pengukuran pada :

- a. Tingkat laba yang di hasilkan perusahaan dalam satu periode.
- b. Posisi perusahaan dari tahun ke tahun.
- c. Perkembangan laba perusahaan dari waktu-kewaktu.
- d. Tingkat laba bersih sesudah pajak dengan mengelola modal sendiri.
- e. Tingkat produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan, baik yang berupa modal pinjaman atau modal sendiri.

Sementara itu manfaat yang diperoleh dari penggunaan rasio *profitabilitas* meliputi :

- a. Mengetahui laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
- b. Mengetahui posisi perusahan tahun sebelumnya dan tahun sekarang.
- c. Mengetahui perkembangan laba perusahaan.
- d. Mengetahui perolehan keuntungan sesudah.
- e. Mengetahui tingkat produktivitas dari seluruh penggunaan dana perusahaan, baik yang berupa modal pinjaman atau modal sendiri.

Rasio profitabilitas yang dapat digunakan untuk menilai kecakapan perusahaan dalam memperoleh laba meliputi: *Gross Profit margin*, *Net Profit*, *Return On Total Aset (ROA)*, *Return on Equity (ROE)*. Penelitian ini menggunakan ROA sebagai proyeksi dari *profitabilitas* karena sebagian besar investor menilai tingkat profitabilitas atau keuntungan menggunakan *Return On Total Aset (ROA)*. Hal ini dikarenakan ROA dapat digunakan sebagai indikator *profitabilitas* yang mengukur tingkat efisiensi penggunaan aset secara menyeluruh. (Kasmir, 2018).

Return on asset merupakan rasio yang dapat mengukur kemampuan perusahaan secara menyeluruh dalam menghasilkan keuntungan dengan mengelola seluruh aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. (Lukman, 56). Return On Total Asset (ROA) juga dapat diartikan sebagai rasio yang melihat sejauhmana investasi yang telah ditanamkan dapat menghasilkan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. (Kasmir, 2018). Rasio ini juga memiliki kemampuan untuk mengetahui tingkat efektivitas perusahaan dalam mengelola total aset atau seluruh kekayaan yang dimilikinya guna mendapat keuntungan yang telah ditargetkan.

Adapun rumus dari Return On Total Aset (ROA) adalah sebagai berikut:

$$\text{Return On Total Aset (ROA)} = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Total Asset}}$$

Keterangan :

*Earning After Tax (EAT)* = Keuntungan/ laba setelah pajak

*Total asset* = Aset total

## 2.2 Riview Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1  
Riview Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul dan Periode Penelitian	Hasil
1.	<b>Lindawati, Yulianto</b> Scientific Journal Of Reflection, Vol 4, No.4, October 2021	<b>Judul</b> Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Perusahaan yang Tergabung dalam Jakarta Islamic Index) . <b>Periode Penelitian</b> 2016-2019	<b>Pengaruh Langsung</b> 1) VAHU berpengaruh terhadap PBV 2) STVA tidak mempengaruhi PBV 3) VACA tidak mempengaruhi PBV <b>Pengaruh Tidak langsung</b> 1) VAHU melalui ROA tidak berpengaruh terhadap PBV 2) STVA melalui ROA tidak berpengaruh terhadap PBV 3) VACA melalui ROA tidak berpengaruh terhadap PBV
2.	<b>Ronni, Dori, Zefriyenn, Ridwan</b> Jurnal Ilmu Manajemen Terapan Volume 2, Issue 1, September 2020	<b>Judul</b> Pengaruh Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening (Studi pada Perusahaan Tambang yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	<b>Pengaruh Langsung</b> 1) VAHU tidak berpengaruh terhadap ROA 2) STVA berpengaruh terhadap ROA 3) VACA berpengaruh terhadap ROA 4) VAHU tidak berpengaruh terhadap Tobin's Q 5) STVA tidak berpengaruh terhadap Tobin's Q

		<p><b>Periode Penelitian</b> 2014-2018</p>	<p>6) VACA tidak berpengaruh terhadap Tobin's Q</p> <p>7) ROA berpengaruh terhadap Tobin's Q</p> <p><b>Pengaruh Tidak langsung</b></p> <p>1) ROA tidak memediasi pengaruh VAHU terhadap Tobin's Q</p> <p>2) ROA memediasi pengaruh STVA terhadap Tobin's Q</p> <p>3) ROA memediasi pengaruh VACA terhadap Tobin's Q</p>
3.	<p><b>Liliek Nur S.</b> Jurnal Sekretari dan Manajemen Volume 5 No. 2 September 2021</p>	<p><b>Judul</b> Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderasi antara Faktor Modal Intelektual dengan Nilai Perusahaan Manufaktur.</p> <p><b>Periode Penelitian</b> Periode 2017-2019</p>	<p><b>Pengaruh Langsung</b></p> <p>1) VAHU berpengaruh terhadap ROA</p> <p>2) STVA berpengaruh terhadap ROA</p> <p>3) VACA tidak berpengaruh terhadap ROA</p> <p>4) VAHU berpengaruh terhadap Tobin's Q</p> <p>5) STVA berpengaruh terhadap Tobin's Q</p> <p>6) VACA berpengaruh terhadap Tobin's Q</p> <p>7) ROA berpengaruh terhadap Tobin's Q</p> <p><b>Pengaruh Tidak Langsung</b></p>

			<p>1) ROA tidak memediasi pengaruh VAHU terhadap Tobin's Q</p> <p>2) ROA memediasi pengaruh STVA terhadap Tobin's Q</p> <p>3) ROA tidak memediasi pengaruh VACA terhadap Tobin's Q</p>
4.	<p><b>Ifa Fatimah Cahyani 1, Endah Tri W.</b></p> <p>Jurnal National Conference for Ummah 30 Dec 2020</p>	<p><b>Judul</b></p> <p>Dampak Intellectual Capital dan Capital Structure terhadap Firm Value dengan Financial Performance sebagai Variabel Intervening.</p> <p><b>Periode Penelitian</b></p> <p>2014-2018</p>	<p><b>Pengaruh Langsung</b></p> <p>1) VAHU berpengaruh negatif terhadap ROA</p> <p>2) STVA berpengaruh positif terhadap ROA</p> <p>3) VACA berpengaruh positif terhadap ROA</p> <p>4) VAHU berpengaruh positif terhadap PBV</p> <p>5) STVA berpengaruh positif terhadap PBV</p> <p>6) VACA berpengaruh positif terhadap PBV</p> <p>7) ROA berpengaruh positif terhadap PBV</p> <p><b>Pengaruh Tidak Langsung</b></p> <p>1) ROA tidak mampu memediasi pengaruh VAHU terhadap PBV</p> <p>2) ROA mampu memediasi pengaruh STVA terhadap PBV</p>

			3) ROA mampu memediasi pengaruh VACA terhadap PBV
5.	<b>Paskah S., Prasetiono Diponegoro</b> Journal Of Management <i>Volume 4, Nomor 3, Tahun 2015</i>	<b>Judul</b> Pengaruh Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2009-2013). <b>Periode Penelitian</b> 2009-2013	<b>Pengaruh Langsung</b> VAHU tidak berpengaruh terhadap ROA 1) STVA berpengaruh terhadap ROA 2) VACA berpengaruh terhadap ROA 3) VAHU tidak berpengaruh terhadap PBV 4) STVA tidak berpengaruh terhadap PBV 5) VACA berpengaruh terhadap PBV 6) ROA berpengaruh terhadap PBV <b>Pengaruh Tidak Langsung</b> 1) ROA tidak mampu memediasi pengaruh VAHU terhadap PBV 2) ROA mampu memediasi pengaruh STVA terhadap PBV 3) ROA mampu memediasi pengaruh VACA terhadap PBV

6.	<p><b>Siti Ayu M.</b></p> <p><b>Tesis</b></p> <p>UMM</p> <p>Desember</p> <p>2018</p>	<p><b>Judul</b></p> <p>Pengaruh Modal Intelektual terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Mediasi.</p> <p><b>Periode Penelitian</b></p> <p>2014-2016</p>	<p><b>Pengaruh Langsung</b></p> <p>1) VAHU berpengaruh terhadap ROA</p> <p>2) STVA tidak berpengaruh terhadap ROA</p> <p>3) VACA berpengaruh terhadap ROA</p> <p>4) VAHU berpengaruh terhadap PBV</p> <p>5) STVA berpengaruh terhadap PBV</p> <p>6) VACA berpengaruh terhadap PBV</p> <p>7) ROA berpengaruh terhadap PBV</p> <p><b>Pengaruh Tidak Langsung</b></p> <p>1) ROA mampu memediasi pengaruh VAHU terhadap PBV</p> <p>2) ROA tidak mampu memediasi pengaruh STVA terhadap PBV</p> <p>3) ROA mampu memediasi pengaruh VACA terhadap PBV</p>
7.	<p><b>Ferry Surya Pratama</b></p> <p>Jurnal Ilmiah</p> <p>Indonesia,</p> <p>Vol. 6 No. 2</p>	<p><b>Judul</b></p> <p>Pengaruh Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel</p>	<p><b>Pengaruh Langsung</b></p> <p>1) VAHU berpengaruh terhadap ROA</p> <p>2) STVA tidak berpengaruh terhadap ROA</p>

	<p>Desember 2021</p> <p>Intervening pada Perusahaan Publik di Indonesia.</p> <p><b>Periode Penelitian</b> 2009-2018</p>	<p>3) VACA tidak berpengaruh terhadap ROA</p> <p>4) VAHU berpengaruh terhadap PBV</p> <p>5) STVA berpengaruh terhadap PBV</p> <p>6) VACA tidak berpengaruh terhadap PBV</p> <p>7) ROA berpengaruh terhadap PBV</p> <p><b>Pengaruh Tidak Langsung</b></p> <p>1) ROA mampu memediasi pengaruh VAHU terhadap PBV</p> <p>2) ROA tidak mampu memediasi pengaruh STVA terhadap PBV</p> <p>3) ROA tidak mampu memediasi pengaruh VACA terhadap PBV</p>	<p>3) VACA tidak berpengaruh terhadap ROA</p> <p>4) VAHU berpengaruh terhadap PBV</p> <p>5) STVA berpengaruh terhadap PBV</p> <p>6) VACA tidak berpengaruh terhadap PBV</p> <p>7) ROA berpengaruh terhadap PBV</p> <p><b>Pengaruh Tidak Langsung</b></p> <p>1) ROA mampu memediasi pengaruh VAHU terhadap PBV</p> <p>2) ROA tidak mampu memediasi pengaruh STVA terhadap PBV</p> <p>3) ROA tidak mampu memediasi pengaruh VACA terhadap PBV</p>
8.	<p><b>Lutfia Dwi, Sugiharti Binastuti</b></p> <p>Jurnal Ekonomi Bisnis, Vol. 22 No. 3 Desember 2017</p>	<p><b>Judul</b> Pengaruh Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.</p>	<p><b>Pengaruh Langsung</b></p> <p>1) VAHU tidak berpengaruh terhadap ROA</p> <p>2) STVA berpengaruh terhadap ROA</p> <p>3) VACA berpengaruh terhadap ROA</p> <p>4) VAHU berpengaruh terhadap Tobin's Q</p> <p>5) STVA tidak berpengaruh terhadap Tobin's Q</p>

		<p><b>Periode Penelitian</b> 2010-2014</p>	<p>6) VACA berpengaruh terhadap Tobin's Q</p> <p>7) ROA berpengaruh terhadap Tobin's Q</p> <p><b>Pengaruh Tidak Langsung</b></p> <p>1) ROA tidak memediasi pengaruh VAHU terhadap Tobin's Q</p>
9.	<p><b>M. Izhar Arief, Erlina, Idhar Yahya</b></p> <p>Jurnal Telaah &amp; Riset Akuntansi Vol. 7 No.2 Juli 2014</p>	<p><b>Judul</b> Pengaruh Modal Intellectual terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.</p> <p><b>Periode Penelitian</b> 2009-2012</p>	<p><b>Pengaruh Langsung</b></p> <p>1) VAHU berpengaruh terhadap ROE</p> <p>2) STVA berpengaruh terhadap ROE</p> <p>3) VACA berpengaruh terhadap ROE</p> <p>4) VAHU berpengaruh terhadap PBV</p> <p>5) STVA berpengaruh terhadap PBV</p> <p>6) VACA berpengaruh terhadap PBV</p> <p>7) ROA berpengaruh terhadap PBV</p> <p><b>Pengaruh Tidak Langsung</b></p> <p>1) ROE mampu memediasi pengaruh VAHU terhadap PBV</p> <p>2) ROE mampu memediasi pengaruh STVA terhadap PBV</p>

			3) ROE mampu memediasi pengaruh VACA terhadap PBV
<b>10.</b>	<b>Sultan, Zikra S.</b> ASSETS, Vol 11 No. 1 Juni 2021	<b>Judul</b> Pengaruh Intellectual Capital dan Kedijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Mediasi. <b>Periode Penelitian</b> 2014-2018	<b>Pengaruh Langsung</b> 1) VAHU berpengaruh terhadap ROA 2) STVA berpengaruh terhadap ROA 3) VACA berpengaruh terhadap ROA 4) VAHU tidak berpengaruh terhadap Tobin's Q 5) STVA tidak berpengaruh terhadap Tobin's Q 6) VACA tidak berpengaruh terhadap Tobin's Q 7) ROA tidak berpengaruh terhadap Tobin's Q <b>Pengaruh Tidak Langsung</b> 1) ROA tidak memediasi pengaruh VAHU terhadap Tobin's Q 2) ROA tidak memediasi pengaruh STVA terhadap Tobin's Q 3) ROA tidak memediasi pengaruh VACA terhadap Tobin's Q

11.	<p><b>Iwan S., Swadari F., Masita D. (2018)</b></p> <p>Jurnal Wawasan Manajemen, Vol. 6 Nomor 2, 2018.</p>	<p><b>Judul</b></p> <p>Pengaruh Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR) Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderating</p> <p><b>Periode Penelitian</b></p> <p>2013-2016</p>	<p><b>Pengaruh Langsung</b></p> <p>1) ISR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan</p>
12	<p><b>Bulan Rahma N. (2018)</b></p> <p>Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang</p>	<p><b>Judul</b></p> <p>Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan <i>Islamic Social Reporting</i> terhadap Nilai Perusahaan</p> <p><b>Periode Penelitian</b></p> <p>2014 – 2017</p>	<p><b>Pengaruh Langsung</b></p> <p>1) ISR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2) Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>
13.	<p><b>Robbi Hasana I., Ahmad Mifdlol M. (2019)</b></p> <p>Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 5(01), 2019, 9-20</p>	<p><b>Judul</b></p> <p>Pengaruh Komisaris Independen dan Indeks <i>Islamic Social Reporting</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening</p> <p><b>Periode Penelitian</b></p> <p>2015 – 2017</p>	<p><b>Pengaruh Langsung</b></p> <p>1) ISR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan</p> <p>2) ISR berpengaruh positif terhadap profitabilitas</p> <p>3) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan</p>

			<p><b>Pengaruh Tidak Langsung</b></p> <p>1) Profitabilitas tidak memediasi pengaruh ISR terhadap nilai perusahaan</p>
14	<p><b>Isnani, F, Evi R, Hafiez S (2018)</b></p> <p>Jurnal Akuntansi Indonesia, Vol. 7 No. 1 Januari 2018, Hal 57 - 68</p>	<p><b>Judul</b></p> <p>Peran Islamic Social Reporting terhadap Nilai Perusahaan</p> <p><b>Periode Penelitian</b></p> <p>2014-2016</p>	<p><b>Pengaruh Langsung</b></p> <p>1) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan</p> <p>2) ISR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan</p>

### 2.3 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan di atas, maka terdapat beberapa hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

#### 2.3.1 Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

*Teori Resource-Based Theory* menjelaskan bahwa seluruh aktifitas perusahaan bermuara pada kepemilikan, penciptaan nilai, serta pemanfaatan sumber daya intelektual yang dapat menunjang perusahaan dalam menciptakan nilai tambah serta mampu bersaing dengan para kompetitornya. Maka, investor akan lebih tertarik untuk berinvestasi ketika perusahaan memiliki tingkat IC yang baik sehingga akan berimbas terhadap meningkatnya harga saham. Peningkatan harga saham dapat diartikan bahwa nilai perusahaan meningkat. Hal ini karena nilai perusahaan dimaknai sebagai harga yang sedia dibayar oleh investor untuk turut serta memiliki perusahaan (investasi). (Ihya'ul Ulum, 2017).

Pernyataan ini selaras dengan hasil penelitian dari Rakhmini Juwita yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *intellectual capital*

dengan nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena ketika sebuah perusahaan memiliki *intellectual capital* (VAIC™) yang baik maka perusahaan memiliki prospek yang baik di masa depan (Astrid, 2019).

### **H1 : *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan**

#### **2.3.2 Pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap Nilai perusahaan**

Perusahaan bukan hanya mementingkan mencari laba sebanyak-banyaknya, tetapi juga harus tetap memperhatikan tanggung jawab sosialnya (ISR) informasi ini sangat dibutuhkan para stakeholder nya. Hal ini dikarenakan, stakeholder di bank syariah mayoritasnya beragama Islam, yang membuat mereka bukan hanya mendapatkan informasi semata, tetapi juga berinvestasi dengan mempertimbangkan prinsip sesuai syariah dan tidak melanggar aturan yang sudah berlaku. Menurut Ramadhani (2016) guna pemenuhan kebutuhan spiritual kepada Allah, perusahaan harus melakukan pengungkapan tanggungjawabnya sesuai syariat Islam, sebab kegiatan tersebut harus seimbang bukan hanya memprioritaskan stakeholder saja tetapi juga harus seimbang terhadap Tuhannya juga. Hal-hal tersebut pula secara otomatis akan menambah nilai dari perusahaan dengan citra yang baik sehingga berdampak pada loyalitas konsumen menjadi semakin tinggi.

Dalam penelitian yang dilakukan Nindita.,dkk (2019) menyatakan bahwa variabel *islamic social reporting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan Karina., dkk (2020), bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **H2 : *Islamic Social Reporting* (ISR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan**

### 2.3.3 Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap *Profitabilitas*

*Resource-Based Theory* yang dikemukakan Wernerfelt menyatakan bahwa perusahaan akan lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan lain bila memiliki sumberdaya yang langka dan berharga. Perusahaan dituntut untuk dapat mengelola sumber daya baik yang berupa fisik maupun intelektual agar dapat menciptakan nilai tambah yang optimal. Pengelolaan aset dengan efektif dan efisien oleh *Intellectual capital* akan berdampak terhadap meningkatnya pengembalian aset. Pengembalian atas pengelolaan aset perusahaan dapat nilai menggunakan return on asset. (Fitriasari & Maria, 2019).

Pernyataan ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Listiya Ike Purnomo. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa secara bersamaan VAHU, STVA dan VACA berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas yang di proyeksikan dengan ROA .(Purnomo, 2018). Hal ini juga di dukung dengan teori yang dinyatakan oleh Stewart yang mengatakan bahwa *Human Capital* akan menciptakan inovasi produk dan layanan baru ataupun memberikan perbaikan yang selaras dengan kinerja dari perusahaan. *Structural Capital* mencakup teknologi, penemuan data, strategi dan budaya, sistem, rutinitas serta prosedur organisasi. *Customer Capital* atau *Relation Capital* yang dimaknai sebagai hubungan perusahaan dengan para mitranya (*stakeholder*) berada pada kondisi yang baik utamanya yang terkait dengan loyalitas konsumen maka akan berdampak terhadap meningkatnya *profitabilitas* pada perusahaan. (Kartika & Hatane, 2013). Sehingga hipotesis kedua pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

**H3 : *Intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Profitabilitas***

### 2.3.4 *Islamic Social Reporting (ISR)* terhadap *Profitabilitas*

Adanya pengungkapan tanggung jawab sosial (ISR) merupakan bentuk tanggung jawab yang dikeluarkan perusahaan untuk publik. Setiap kegiatan yang akan dilakukan perusahaan dapat meningkatkan citranya pada publik, sehingga hal ini dapat menjadi daya tarik stakeholder guna nantinya lebih percaya terhadap

perusahaan yang mengungkapkan ISRnya dan akan menanamkan modalnya terhadap perusahaan. Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya maka diharapkan nantinya dapat juga mempengaruhi profitabilitas perusahaannya (Harahap, 2017).

Penelitian terdahulu tentang pengaruh ISR terhadap profitabilitas yang diukur melalui ROA telah dilakukan oleh Santika (2019) dan Putra (2015) yang menyatakan bahwa Islamic social reporting berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

**H4 : Islamic Social Reporting (ISR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas**

#### **2.3.5 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Tujuan utama sebuah perusahaan adalah mendapatkan pengembalian atau laba yang optimal atas usaha yang dilakukan. Semakin tinggi perolehan keuntungan atau *profitabilitas* maka akan meningkatkan kepercayaan para investor untuk berinvestasi. Para investor akan bersedia membayar dengan harga yang lebih tinggi untuk turut serta memiliki perusahaan bila tingkat *profitabilitas* berada pada kondisi yang baik. Hal ini akan berdampak terhadap meningkatnya nilai dari sebuah perusahaan.

Pernyataan ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Ronny Wijaya yang menyatakan bahwa profitabilitas yang baik akan menjadi sinyal bagi investor untuk berinvestasi. Investor akan bersedia membayar dengan harga yang tinggi untuk membeli saham bila tingkat keuntungan berada pada kondisi yang baik sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan. (Rony, 2020).

**H5 : Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan**

### **2.3.6 Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan melalui *Profitabilitas***

*Intellectual Capital* menurut *Resource-Based Theory* merupakan aset yang penting bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan sumberdaya yang mampu mengelola aset secara efektif dan efisien akan memberikan pengembalian yang optimal bagi perusahaan. Bila ROA yang diinformasikan perusahaan pada laporan keuangan tahunan berada pada kondisi yang baik maka akan menjadi sinyal positif bagi investor untuk berinvestasi. Hal ini selaras dengan *signaling theory* yang dipelopori oleh Spence pada tahun 1973. Kepercayaan investor yang tinggi pada perusahaan akan berdampak terhadap meningkatnya harga yang bersedia dibayar investor untuk turut serta memiliki perusahaan.

Pernyataan di atas didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Ni Made Ayu D. dan Maria Mediatrix yang menyatakan bahwa ROA mampu memediasi hubungan antara *intellectual capital* terhadap harga saham. Hal ini menunjukkan bahwa *intellectual capital* mampu mendorong meningkatnya nilai perusahaan dengan melakukan optimalisasi pada sumber daya perusahaan sehingga mampu meningkatkan kinerja keuangan (ROA) yang digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menanamkan modal pada perusahaan. (Amalia, 2019).

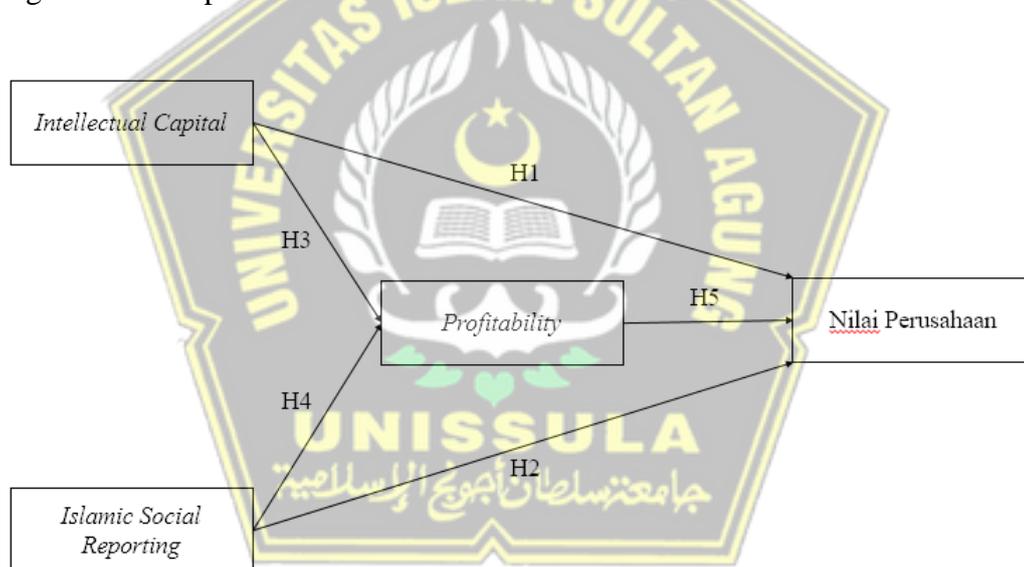
### **2.3.7 Pengaruh *Islamic Social Reporting (ISR)* terhadap Nilai Perusahaan melalui *Profitabilitas***

ISR yang dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas sebagai mediasi, hal ini bisa dijadikan investor sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi kepada perusahaan, di mana investor nantinya akan mendapat suatu gambaran mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial yang sudah dilakukan perusahaan. Agar tetap bisa mempertahankan reputasinya dan juga sekaligus meningkatkan profitabilitasnya, biasanya perusahaan akan mencari strategi-strategi manajemen yang baru guna untuk membedakan dan juga akan mendapatkan keunggulan yang lebih kompetitif terhadap pesaingnya, Porter & Kramer (2006) dalam Ardiyanto & Haryanto (2017).

Perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawab ISR lebih luas, akan memiliki profitabilitas yang lebih baik. Sehingga akan meningkatkan pula pasar pada nilai perusahaannya.

## 2.4 Kerangka penelitian

Kerangka pemikiran digunakan untuk menggambarkan hubungan pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Berdasarkan tinjauan teoritis, maka informasi akuntansi dari laporan keuangan yang dapat digunakan untuk melihat pengaruh *intellectual capital* dan *islamic corporate social responsibility* (ISR) terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh *profitabilitas* dengan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol. Untuk lebih jelasnya digambarkan seperti dibawah ini :



**Gambar 2.1 Kerangka Penelitian**

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Suatu penelitian harus menggunakan strategi penelitian dan metode penelitian agar penelitian yang ditelitinya dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya dan bisa mencapai tujuan yang ditetapkan. Menurut Sugiyono (2017: 2), metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Menurut Darmadi (2013: 153), metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, cara ilmiah itu sendiri ialah kegiatan penelitian berdasarkan pada ciri-ciri keilmuan rasional, empiris, dan sistematis.

Strategi dalam penelitian ini, peneliti menggunakan studi deskriptif melalui pengujian hipotesis dengan menggunakan desain kausal. Menurut Sugiyono (2017: 59), desain kausal merupakan hubungan yang bersifat sebab akibat, sehingga dapat diartikan bahwa dalam hal ini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dalam penelitian ini variabel independennya ialah *Intellectual Capital* meliputi *Value Added Human Vapital (VAHU)*, *Structural Capital Value Added (STVA)*, *Value Added Capital Employed (VACA)* dan *Islamic Social Reporting (ISR)*. Lalu variabel interveningnya ialah *Profitabilitas (ROA)* dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) dalam penelitian ini ialah Nilai Perusahaan (PBV).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatori (*explanatory research*). Menurut Sugiyono (2017: 6), *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Alasan utama peneliti ini menggunakan metode penelitian explanatory ialah untuk menguji hipotesis yang diajukan, maka diharapkan dari penelitian ini dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel bebas dan terikat yang ada di dalam hipotesis.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penilaian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017: 35-36), metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivesme, digunakan untuk meneliti populasi atau sample tertentu. Pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan metode penilaian kuantitatif dikarenakan data yang berkaitan dengan masalah yang diteliti diperoleh dari *annual report* perusahaan manufaktur yang terdaftar di JII 70 periode 2019-2022. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dengan variabel dependen, seberapa kuat pengaruh antar variabel tersebut dan menunjukkan hubungan antar variabel.

### **3.2 Populasi dan Sampel**

Arti dari populasi ialah wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek. Karakteristik serta kualitas serta dari populasi yang diteliti ditetapkan oleh peneliti. Setelah mempelajari dan melakukan penelitian, maka peneliti dapat menarik kesimpulan atas populasi yang dipilih. (Ibid., 90) Perusahaan manufaktur yang terdaftar secara konsisten di JII70 periode 2019-2022 merupakan populasi yang dipilih untuk diteliti.

Pemilihan Perusahaan manufaktur ini karena dari tujuh (7) sektor usaha yang terdapat di JII70, perusahaan yang paling banyak terdaftar secara terus-menerus atau tidak pernah dieliminasi ketika diadakan review selama periode 2019-2022 adalah perusahaan manufaktur. Terdapat 14 perusahaan manufaktur yang terdaftar di JII70 tahun 2019-2022 yang digunakan sebagai populasi dalam penelitian.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiono, 2016). Penulis melakukan pengambilan sampel dengan menggunakan metode purposive sampling. Pembentukan sampel dari populasi dengan pertimbangan serta kriteria tertentu merupakan makna dari Purposive sampling. Tujuan utama dari penelitian akan terpenuhi bila perusahaan yang digunakan sebagai sampel penelitian selaras dengan kriteria serta ketentuan yang ditetapkan. Hal tersebut yang melatari penulis menggunakan purposive sampling (Ibid., 96). Kriteria sampel yang ditetapkan peneliti meliputi:

- a. Perusahaan manufaktur selama periode 2019 hingga 2022 konsisten menjadi emiten di JII70
- b. Selama periode penelitian tidak merubah segmen usaha.
- c. Laporan keuangan selalu disajikan dengan perolehan laba bernilai positif, karena perolehan laba yang bernilai negatif dalam penghitungan rasio keuangan tidak akan bermakna bila digunakan sebagai penyebut.

### **3.3 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data**

#### **3.3.1 Sumber Data**

Data merupakan sesuatu yang dapat dijadikan bahan penelitian. Data menerangkan tentang suatu objek penelitian yang bersumber dari lokasi penelitian (Said, 2016). Berdasarkan bentuk dan sifatnya, data penelitian dapat dibedakan menjadi dua, yakni data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif ialah data yang berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar. Sedangkan data yang berbentuk angka atau bilangan adalah data kuantitatif (Sugiono, 13). Pada penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yaitu data yang berupa rasio-rasio keuangan dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di JII70 tahun 2019-2022.

Sumber data merupakan sesuatu yang dapat memberikan informasi tentang data yang akan diteliti. Sumber data diklasifikasikan menjadi dua, yakni sumber data primer dan sumber data sekunder (Misbahuddin & Iqbal, 2018).

- a. Data primer merupakan data yang didapatkan atau dikumpulkan langsung dari lapangan oleh seorang peneliti.
- b. Data sekunder merupakan data yang didapatkan atau dikumpulkan oleh seorang peneliti dari sumber yang sudah ada.

Sumber data pada penelitian ini ialah data sekunder. Hal ini dikarenakan data yang digunakan untuk diteliti berasal dari sumber yang sudah ada. Sumber data penelitian ini berasal dari laporan keuangan triwulan perusahaan manufaktur yang terdaftar di JII70 tahun 2019-2022.

### **3.3.2 Metode Pengumpulan Data**

Tujuan yang utama dalam sebuah penelitian ialah mengumpulkan data, maka langkah yang paling utama pada penelitian adalah teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan studi dokumenter, merupakan pencarian data mengenai suatu hal yang akan diteliti melalui catatan dan survei terhadap objek yang diteliti (Sugiono, 2016).

Berdasarkan metode tersebut, maka data pada penelitian ini dikumpulkan dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di JII70 tahun 2019-2022. Laporan keuangan tahunan perusahaan industri manufaktur diperoleh melalui website resmi perusahaan. Jumlah data yang digunakan sebanyak 120 data. Jumlah tersebut terdiri dari 14 perusahaan manufaktur dengan rentang waktu penelitian selama 4 tahun dan menggunakan laporan tahunan perusahaan.

### **3.4 Definisi Operasional Variabel**

Makna dari variabel penelitian yaitu segala sesuatu yang oleh peneliti dijadikan bahan untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi, selanjutnya peneliti menarik kesimpulan atas informasi yang diperoleh. (Cahyaningrum, 2015). Terdapat 4 variabel yang digunakan untuk diteliti. Berikut definisi operasional variabel yang digunakan pada penelitian ini :

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operational Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Konsep</b>	<b>Pengukuran</b>	<b>Sumber</b>
<i>Intellectual Capital</i>	<p><i>Value Added Human Capital (VAHU), Structural Capital Value Added (STVA), Value added capital employed (VACA)</i> merupakan indikator dari Intellectual Capital. <i>Value Added Intellectual Coefficient (VAIC™)</i> merupakan suatu instrumen untuk mengukur seberapa dan bagaimana kinerja <i>intellectual capital</i> pada perusahaan dalam menciptakan nilai.</p>	<p>Untuk mengukur Intellectual Capital dalam penelitian ini digunakan formula VAIC dan dapat dirumuskan sebagai berikut :</p> $VAIC = VAHU + STVA + VACA$	<p>(Bontis et, al., 2000) (Pulic, 1998)</p>
<i>Islamic Social Reporting</i>	<p>Perluasan pelaporan sosial atau bisa disebut juga dengan <i>islamic social reporting</i> yang merupakan</p>	<p>Perhitungan ISR ini dilakukan dengan menganalisis laporan keuangan BUS, dengan cara memberikan nilai 0 (untuk item yang tidak</p>	<p>(Haniffa, 2002))</p>

	<p>pelaporan perusahaan, di mana pelaporan ini bukan hanya berupa kewajibannya terhadap masyarakat tetapi juga berkaitan dengan spiritualnya juga (Haniffa, 2002).</p>	<p>diungkapkan) atau 1 (ketika item diungkapkan). Berikut adalah rumus untuk menghitung ISR:</p> $ISR = \frac{\text{Jumlah Indeks yang Diungkapkan}}{\text{Total Indeks Pengungkapan}}$	
<i>Profitabilitas</i>	<p><i>Profitabilitas</i> Merupakan kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan atas pengelolaan aset dan modal yang berasal dari para investor.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan ROA sebagai proyeksi dari <i>profitabilitas</i> karena sebagian besar investor menilai tingkat profitabilitas atau keuntungan menggunakan <i>Return On Total Aset</i> (ROA). Adapun rumus dari <i>Return On Total Aset</i> (ROA) adalah sebagai berikut:</p> $ROA = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Total Asset}}$	(Kasmir, 2018)
Nilai Perusahaan	<p>Nilai perusahaan menurut pandangan Husnan (2000:7) adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. <i>Price</i></p>	<p>Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan <i>Price to Book Value</i> (PBV). Adapun rumus dari <i>Price to Book Value</i> (PBV) adalah sebagai berikut :</p> $PBV = \frac{\text{Harga Saham Penutupan}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$	(Tandelilin, 2010 : 385)

	<p><i>to Book Value</i>          digunakan sebagai          proksi Nilai          Perusahaan karena          keberadaan PBV          sangat penting bagi          investor untuk          menunjukkan          tingkat kemampuan          perusahaan          menciptakan nilai          terhadap jumlah          modal yang          diinvestasikan</p>		
--	--	--	--

### 3.5 Metode Analisis Data

Analisis jalur (*path analysis*) ialah teknik analisa yang dipilih dalam melakukan penelitian ini. Analisis jalur sering dikatakan sebagai perluasan dari analisis regresi linier berganda. Bila terdapat variabel mediasi atau intervening maka cara analisa yang dipakai adalah analisis jalur. Tujuan dari penggunaan analisis jalur adalah untuk menguji pengaruh variabel intervening dalam menghubungkan pengaruh antara variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y). Selain itu, analisis jalur juga memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel bebas terhadap variabel terikat (Imam Ghazali, 2016).

Pada penelitian ini menggunakan data sekunder, maka dalam penentuan ketetapan model perlu melakukan pengujian asumsi klasik yang menjadi dasar dari model regresi. Berikut uji asumsi klasik yang digunakan sebagai dasar dari model regresi :

### 3.5.1 Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menguji model regresi, variabel pengganggu atau residual apakah memiliki distribusi normal. Apabila asumsi ini dilanggar, maka uji statistik untuk jumlah sampel kecil menjadi tidak valid. Analisis grafik dan uji statistik merupakan cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak (Imam Ghazali, 2016).

Penelitian ini menggunakan Uji One-Sample Kolmogorov Smirnov Test untuk menilai tingkat normalitas dari data yang akan diteliti. Alat untuk melakukan pengujian ini ialah SPSS (Statistical Package for Social Sciences). Pedoman dari pengambilan keputusan dari uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test adalah:

- 1) Bila nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas  $< 0,05$  maka distribusi adalah tidak normal.
- 2) Bila nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi adalah normal (Nuryadi dkk, 2017).

#### b. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas yakni untuk menguji adanya korelasi atau hubungan diantara variabel bebas pada model regresi. Seharusnya pada model regresi yang baik tidak terjadi korelasi pada sesama variabel independent. Variabel dependent tidak ortogonal jika memiliki korelasi. Variabel ortogonal dapat dimaknai sebagai variabel independent yang memiliki nilai korelasi sama dengan 0 antar sesama variabel independent (Imam Ghazali, 110).

Uji multikolinearitas yang digunakan pada penelitian ini adalah Eigenvalue dan Condition Index. Adapun pedoman yang digunakan untuk mengambil keputusan dalam menentukan adanya korelasi antara variabel bebas pada model regresi dengan menggunakan Eigenvalue dan Condition Index ialah:

- 1) Bila nilai Eigenvalue  $< 30$  maka tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Bila nilai Condition Index  $> 0,001$  maka tidak terjadi multikolinearitas (Halim, 2020).

c. Uji Heterokedasitas

Tujuan dari uji heterokedasitas untuk menguji apakah dalam model regresi mengalami perbedaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Apabila varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut dengan Homokedasitas jika terjadi ketidaksamaan disebut dengan Heterokedasitas. Bila residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap (Homokedasitas) maka tergolong pada model regresi yang baik (Imam Ghozali, 112). Model regresi yang baik bila terhindar dari gejala heterokedasita. Adapun dasar analisis untuk mengeji heterokedasitas dengan menggunakan Skaterplot adalah sebagai berikut:

- 1) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedasitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedasitas (Ibid., 96).

d. Uji Autokorelasi

Tujuan dari uji autokorekasi adalah menguji apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya) dalam model regresi. Apabila mengalami korelasi, maka terdapat masalah autokorelasi. Munculnya autokorelasi dikarenakan observasi yang beruntun sepanjang waktu berkaitan dengan satu sama lainnya. Model regresi yang tidak mengalami autokorelasi merupakan model regresi yang baik (Ibid., 113).

Uji yang digunakan peneliti untuk menilai munculnya gejala autokorelasi pada model regresi adalah Lagrange Test (LM Test) atau

biasa dikenal dengan uji Bruesch Godfrey. Menurut Alghazali ketentuan dari pengujian autokorelasi dengan menggunakan LM Test adalah: (Ibid., 115).

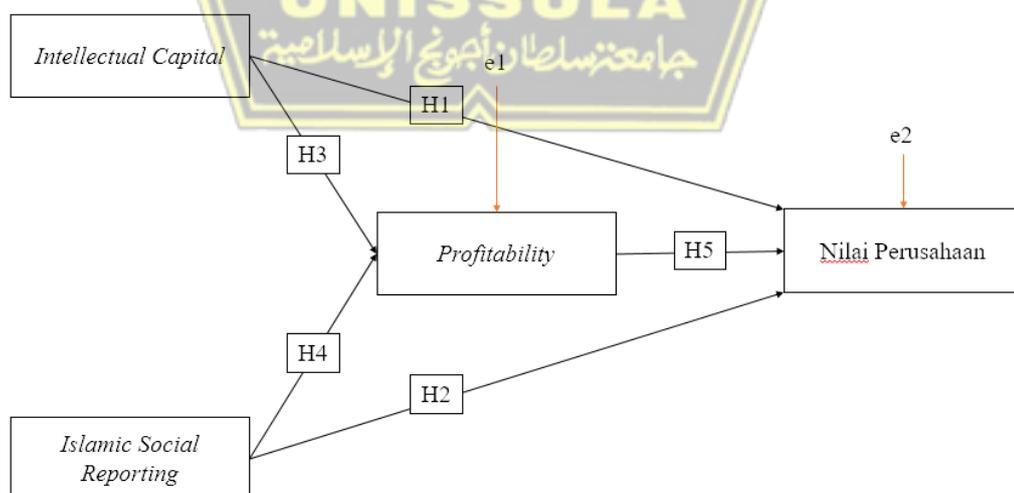
- 1) Jika nilai CI hitung  $>$  CI tabel maka terjadi autokorelasi.
- 2) Jika nilai CI hitung  $<$  CI tabel maka tidak terjadi autokorelasi.

### 3.5.2 Uji Regresi dengan *Path Analysis*

#### Analisis Jalur (Path Analysis)

Teknik analisis jalur ialah suatu teknik yang bertujuan untuk menganalisa hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel-variabel bebasnya mempengaruhi variabel terikat tidak hanya sekedar secara langsung, melainkan juga terdapat pengaruh secara tidak langsung (Ghondang, 2020). Menurut Paul Webley, analisis jalur dimaknai sebagai pengembangan langsung dari regresi berganda dengan tujuan untuk memberikan estimasi tingkat kepentingan dan signifikansi hubungan sebab akibat dari seperangkat variabel (Suhadi, 2022). Adapun model analisis jalur atau path analysis yang terbentuk pada penelitian ini:

**Gambar 3.1**  
**Model Analisis Jalur (*Path Analysis*)**



Modal persamaannya adalah sebagai berikut :

## 1) Persamaan 1

$$m = b_1X_1 + b_2X_2 + e_1 \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

$x_1 = Intellectual Capital (IC)$

$b_1 =$  Koefisien Regresi Untuk Variabel IC Terhadap Variabel *Profitabilitas*.

$x_2 = Islamic Social Reporting (ISR)$

$b_2 =$  Koefisien Regresi Untuk Variabel ISR Terhadap Variabel *Profitabilitas*.

$m = Return On Asset (ROA)$

$e_1 =$  Varian Variabel  $m$  Yang Tidak Dapat Dijelaskan oleh Variabel  $x_1$  dan  $x_2$

$$e_1 = \sqrt{1 - R^2}$$

## 2) Persamaan 2

$$y = b_3x_1 + b_4x_2 + b_5m + e_2 \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

$x_1 = Intellectual Capital (IC)$

$b_3 =$  Koefisien Regresi Untuk Variabel IC Terhadap Variabel Nilai Perusahaan secara langsung

$x_2 = Islamic Social Reporting (ISR)$

$b_4 =$  Koefisien Regresi Untuk Variabel ISR Terhadap Variabel Nilai Perusahaan secara langsung

$b_5 =$  Koefisien Regresi Untuk Variabel IC dan ISR Terhadap Variabel Nilai Perusahaan secara tidak langsung dengan variabel *profitabilitas* sebagai intervening

$m = Return On Asset (ROA)$

$e_2 =$  Varian Variabel  $m$  Yang Tidak Dapat Dijelaskan oleh Variabel  $x_1$  dan  $x_2$

$$e2 = \sqrt{1 - R^2}$$

Guna mengetahui pengaruh *intellectual capital* dan *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh *profitabilitas* maka langkah pertama adalah melakukan analisis regresi berganda. Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh antara faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan maka dilakukan analisis jalur (path analysis). Alat menghitung dari analisis jalur guna mengetahui koefisien jalur ialah dengan menggunakan hitungan analisis korelasi dan regresi sebagai dasar penghitungan (Riduwan dkk, 2013). Bila dari hasil penghitungan menyatakan bahwa pengaruh langsung lebih kecil dari pada pengaruh tidak langsung maka dapat dimaknai bahwa variabel intervening (M) dapat memediasi dari pengaruh variabel X ke Y. Sebaliknya, bila pengaruh langsung lebih besar dibanding pengaruh tidak langsung maka dapat disimpulkan bahwa variabel intervening tidak mampu memediasi pengaruh variabel X ke Y. Pengaruh tidak langsung dapat dihitung menggunakan perkalian antar nilai beta X terhadap Z dengan nilai beta Z terhadap Y (Ronny, 2020).

### 3.5.3 Uji Statistik

#### Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji  $H_1$  sampai dengan  $H_6$ . Uji statistik t menggambarkan seberapa jauh pengaruh secara individual antara satu variabel independent terhadap variabel dependent. Pada dasarnya uji statistik mempresentasikan seberapa besar pengaruh satu variabel penjelas/bebas. Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang akan dilakukan pengujian uji adalah apakah suatu parameter ( $b_i$ ) sama dengan nol, atau:

$$H_0 : b_i = 0$$

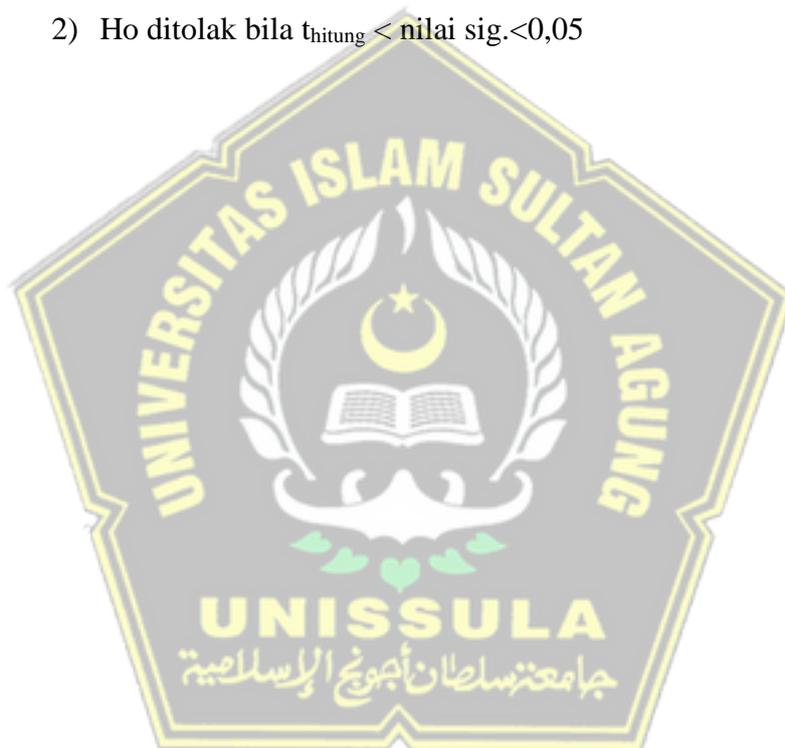
Maka dapat dimaknai, apakah variabel dependent (variabel terikat) tidak dijelaskan oleh suatu variabel independent (variabel bebas) secara

signifikan. Hipotesis alternatifnya ( $H_a$ ) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau

$$H_0 : b_i \neq 0$$

Maka, variabel independent dapat diartikan sebagai penjelas yang signifikan terhadap variabel dependent. Dasar dari pengambilan keputusan pengujian t (partial) ialah : (Riduwan dkk, 2013).

- 1)  $H_0$  diterima bila  $t_{hitung} > \text{nilai sig.} > 0,05$
- 2)  $H_0$  ditolak bila  $t_{hitung} < \text{nilai sig.} < 0,05$



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan tempat atau wadah bagi pelaku saham yang memperdagangkan atau memperjualbelikan setiap saham/efek yang mereka miliki juga tempat bagi para pelaku yang ingin membeli saham/efek. Tujuan dari Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah untuk meningkatkan peran modal dan perekonomian di Indonesia. Anggota Bursa Efek Indonesia adalah perantara perdagangan efek yang telah memperoleh izin dari Bapepam dan mempunyai hak untuk mempergunakan system dan atau sarana sesuai dengan peraturan bursa efek. Ada sembilan sektor perusahaan yang terdaftar, yaitu aneka industry; industry dasar dan kimia; infrastruktur, utilitas dan transportasi; pertanian; industry barang konsumsi; pertambangan; property, real estate, konstruksi bangunan; keuangan; perdagangan, jasa dan investasi.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil obyek perusahaan manufaktur selama periode 2019-2022. Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pembuatan produk, mulai dari proses mengolah bahan mentah menjadi barang jadi sampai dengan menjualnya dalam bentuk produk dengan cara kredit maupun tunai. Di Indonesia, perusahaan manufaktur dibagi menjadi tiga sektor yakni sektor aneka industry, sektor industry barang konsumsi, dan sektor industry dasar.

Saat ini pertumbuhan sektor manufaktur di Indonesia memberi kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Sektor manufaktur kembali mencatat pertumbuhan di tengah pelambatan pertumbuhan perekonomian nasional dan kelesuan ekonomi global. Sektor manufaktur juga berpotensi maju dan tumbuh secara berkelanjutan dengan kebijakan untuk meningkatkan nilai berbasis daya saing.

Perkembangan industri manufaktur di Indonesia terus tumbuh. Ditengah penurunan daya beli dan melemahnya nilai tukar rupiah, industri manufaktur tetap memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional. Menurut data pada Kantor Pusat BPS, industri manufaktur menjadi sumber pertumbuhan ekonomi tertinggi dan meningkat sebesar 1,06 persen dari 0,99 persen pada triwulan III-2022. Sektor industri manufaktur juga memberikan kontribusi sebesar 40,9 persen terhadap total investasi yang mencapai Rp892,4 triliun. Secara kumulatif, investasi di Indonesia tumbuh 35,3 persen dan selama sembilan bulan telah berhasil mencapai 74,4 persen dari target Rp1.200 triliun pada tahun 2022. Di sisi penanaman modal dalam negeri (PMDN), realisasi di sektor industri manufaktur sebesar Rp104,9 triliun. Subsektor yang memberikan andil paling besar adalah industri makanan senilai Rp 38 triliun atau menyumbang 9,2 persen dari total realisasi PMDN yang mencapai Rp413,1 triliun. Di tengah situasi dunia saat ini yang dilanda krisis pangan, energi, hingga finansial, semua negara berlomba-lomba berebut investasi karena investasi dapat mendorong peningkatan nilai tambah, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan devisa. Sementara untuk penanaman modal asing (PMA), realisasi di sektor industri manufaktur Indonesia menembus

Rp260,3 triliun. Subsektor yang menyokong paling besar adalah industri logam dasar, barang logam, serta bukan mesin dan peralatannya dengan investasi menyentuh 8,5 miliar Dolar Amerika Serikat (AS) atau berkontribusi 25,3 persen dari seluruh realisasi PMA yang berada di angka Rp479,3 triliun. Dari pencapaian itu, maka persaingan dalam dunia usaha semakin tinggi. Hal tersebut membangkitkan minat perusahaan untuk selalu meningkatkan sumber daya manusia berbasis pengetahuan dengan baik. Dalam hal manajemen perusahaan juga harus menjaga dan meningkatkan nilai perusahaan.

Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di JII70 secara konsisten pada tahun 2019 sampai dengan 2022. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa annual report dan laporan keuangan dari masing-masing perusahaan yang diperoleh dari website resmi dari setiap perusahaan yang dijadikan sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dimana pemilihan sampel memiliki kriteria tertentu sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian.

Berikut dibawah ini merupakan rincian dari data sampel yang digunakan dalam penelitian :

Tabel 4.1 Deskripsi Sampel Penelitian

No	Keterangan	Jumlah	Presentase
1	Jumlah populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar di JII70 dan menerbitkan <i>annual report</i> secara berturut-turut pada periode 2019-2022	14	100%
2	Dikurangi : Perusahaan manufaktur yang selama periode penelitian tidak merubah segmen usaha	(0)	0%
3	Dikurangi : Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan dengan perolehan laba bernilai positif	(0)	0%
	Jumlah perusahaan	14	100%
	Periode penelitian	4	
	Jumlah sampel pengamatan	56	

Sumber : Data Output SPSS Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa jumlah keseluruhan perusahaan manufaktur yang terdaftar di JII 70 dan menerbitkan *annual report* secara berturut-turut adalah 14 perusahaan. Berdasarkan karakteristik selanjutnya tidak terdapat pengurangan karena selama periode penelitian tidak merubah segmen usaha dan semua perusahaan menyajikan laporan keuangan dengan perolehan laba bernilai positif. Oleh karena itu diperoleh jumlah sampel penelitian yang siap diolah

sejumlah 14 perusahaan dengan periode penelitian selama 4 tahun sehingga jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 56 data.

#### 4.2 Analisis Statistik Deskriptif

**Tabel 4.2 Hasil Analisis Deskriptif**

Variabel	Jumlah	Min	Maks	Median	Mean	Std. Deviation
<i>Intellectual Capital (X1)</i>	56	-7,399	10,827	3,001	3,247	2,175
<i>Islamic Social Reporting (X2)</i>	56	0,465	0,767	0,605	0,619	0,753
<i>Profitability (Z)</i>	56	0,004	0,358	0,067	0,102	0,090
<i>Firm Value (Y)</i>	56	0,450	43,230	1,835	4,382	7,609

Sumber : Data Output SPSS Lampiran 3

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel 4.2 dapat dijelaskan sebagai berikut :

##### 1. *Intellectual Capital (X1)*

Hasil analisis deskriptif pada variabel *intellectual capital* menunjukkan bahwa diperoleh jumlah perusahaan sebanyak 56 perusahaan. Hal tersebut menunjukkan nilai minimum -7,399 yang dicapai oleh perusahaan PT Chandra Asri Pascific Tbk pada tahun 2022 Sedangkan nilai maksimum sebesar 10,827 yang dicapai oleh perusahaan PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk pada tahun 2022 Nilai rata-rata atau mean sebesar 3,247

dapat diartikan bahwa nilai *intellectual capital* atau modal intelektual perusahaan 32,47%. Nilai median menunjukkan 3,001 lebih kecil dari nilai mean artinya perusahaan mampu memanfaatkan modal intelektualnya secara efisien. Nilai standar deviasi sebesar 2,175 lebih kecil dibandingkan dengan nilai mean menunjukkan data menyebar dengan merata sehingga tidak terjadi penyimpangan data yang tinggi dalam penelitian.

## 2. *Islamic Social Reporting* (X2)

Hasil analisis deskriptif pada *Islamic Social Reporting* menunjukkan bahwa diperoleh jumlah perusahaan sebanyak 56 perusahaan. Hal tersebut menunjukkan nilai minimum sebesar 0,465 yang dicapai oleh perusahaan PT Barito Pacific Tbk pada tahun 2020 Sedangkan nilai maksimum sebesar 0,767 dicapai oleh perusahaan PT Mayora Indah pada tahun 2022. Nilai rata-rata atau mean sebesar 0,619 dapat diartikan bahwa pengungkapan *islamic social reporting* perusahaan sebesar 6,19%. Nilai median menunjukkan 0,605 lebih kecil dari mean artinya pengungkapan *islamic social reporting* perusahaan sudah baik. Nilai standar deviasi sebesar 0,753 lebih besar sedikit dibandingkan dengan nilai mean menunjukkan data menyebar dengan kurang merata sehingga terjadi penyimpangan data yang tinggi dalam penelitian.

### 3. *Profitability (Z)*

Hasil analisis deskriptif pada *profitability* menunjukkan bahwa diperoleh jumlah perusahaan sebanyak 56 perusahaan. Hal tersebut menunjukkan nilai minimum sebesar 0,004 dicapai oleh perusahaan PT Barito Pacific Tbk pada tahun 2022 Sedangkan nilai maksimum sebesar 0,358 dicapai oleh PT Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2019. Nilai rata-rata atau mean sebesar 0,1022 dapat diartikan bahwa profitabilitas yang dicapai perusahaan sebesar 10,2%. Nilai median menunjukkan 0,067 atau 6,7% lebih kecil dari nilai mean artinya profitabilitas yang dimiliki perusahaan sudah baik. Nilai standar deviasi sebesar 0,090 lebih kecil dengan nilai mean menunjukkan data menyebar dengan merata sehingga tidak terjadi penyimpangan data yang tinggi dalam penelitian.

### 4. *Firm Value (Y)*

Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel nilai perusahaan menunjukkan bahwa diperoleh jumlah perusahaan (N) sebanyak 56 perusahaan. Hal tersebut menunjukkan nilai minimum 0,450 yang dicapai oleh perusahaan PT Indah Kiat Pulp & Paper Tbk pada tahun 2022 Sedangkan nilai maksimum 43,230 yang dicapai oleh perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2022 dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 4,382 dapat diartikan bahwa tingkat nilai perusahaan sebesar 50,62%. Nilai median menunjukkan 1,835 nilai nya kurang dari nilai mean yang artinya nilai perusahaan yang dimiliki oleh perusahaan sudah cukup baik. Nilai standar deviasi sebesar 7,609 lebih besar dibandingkan dengan

nilai mean menunjukkan data menyebar dengan kurang merata sehingga terjadi penyimpangan data yang tinggi dalam penelitian.

### 4.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik atau dikenal dengan istilah Best Linear Unbiased Estimator (BLUE) digunakan dengan tujuan untuk mendeteksi ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik atas persamaan regresi berganda. Sehingga dengan dilakukannya uji asumsi klasik ini syarat untuk mendapatkan data yang tidak bisa menjadi terpenuhi. Pengujian asumsi klasik ini diperlukan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan menggunakan data yang berdistribusi normal, dan benar-benar bebas dari adanya gejala heteroskedastisitas, gejala multikolinearitas, dan gejala problem autokorelasi.

#### 4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan proses untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan variabel dependen terdistribusikan secara normal atau tidak. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan analisis *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Data dikatakan dapat berdistribusi dengan normal apabila memiliki nilai signifikansi  $> 0,05$ . Sebaliknya, apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data dikatakan tidak terdistribusi dengan normal. Hasil dari uji normalitas menggunakan *kolmogorov-smirnov test* dengan program SPSS adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.3 Uji Normalitas-One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Keterangan	<i>Unstandardized Residual</i>
N		56
<i>Normal Parameters</i>	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	7,49219925
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,254
	<i>Positive</i>	0,254
	<i>Negative</i>	-0,231
<i>Test Statistic</i>		0,254
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,000
<i>Monte Carlo Sig. (2-tailed)</i>		0,001

Sumber : Data Output SPSS Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.3 hasil uji normalitas menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,001. Berdasarkan nilai signifikansi dari uji *kolmogorov smirnov*, maka data yang diajukan berdistribusi tidak normal karena nilai signifikansi kurang dari 0,005. Pengujian pada variabel nilai *intellectual capital*, *islamic social reporting*, *profitability*, dan *firm value* dikatakan data berdistribusi tidak normal.

Hal ini dikarenakan adanya data bernilai ekstrim yang disebabkan oleh beberapa faktor seperti kesalahan dalam meng-entri data, gagal menspesifikasi adanya missing value dalam program komputer dan lain sebagainya. Untuk

mengatasi data yang tidak normal maka dilakukan *outlier boxplot* SPSS dengan mengeliminasi beberapa data yang ekstrim. Dalam penelitian ini terdapat 2 data yang tidak dijadikan sampel karena data yang terlalu ekstrim oleh karena itu jumlah sampel dalam penelitian ini menjadi 54 perusahaan.

Berikut dibawah adalah hasil uji normalitas setelah dilakukan *outliner boxplot* SPSS :

**Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas**

	Keterangan	<i>Unstandardized Residual</i>
N		54
<i>Normal Parameters</i>	<i>Mean</i>	-1,3243384
	<i>Std. Deviation</i>	2,85349776
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,156
	<i>Positive</i>	0,156
	<i>Negative</i>	-0,095
<i>Test Statistic</i>		0,156
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,002
<i>Monte Carlo Sig. (2-tailed)</i>		0,133

Sumber : Data Output SPSS Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.4 hasil uji normalitas menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,133 atau 13,3%. Berdasarkan nilai signifikansi dari uji *kolmogorov smirnov*, maka data yang diajukan berdistribusi normal karena nilai signifikansi *kolmogorov smirnov* adalah

0,133 lebih besar dari 0,05. Pengujian pada variabel nilai *intellectual capital*, *islamic social reporting*, *profitability*, dan *firm value* dikatakan data berdistribusi normal.

#### 4.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai VIF. Dengan ketentuan jika nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka dapat diartikan bahwa tidak terjadi multikolinearitas begitupun sebaliknya. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas**

No	Keterangan	Collinearity Statistics		Keterangan
		Tolerance	VIF	
1	<i>Intellectual Capital</i>	0,879	1,137	Tidak terjadi multikolinearitas
2	<i>Islamic Social Reporting</i>	0,997	1,003	Tidak terjadi multikolinearitas
3	<i>Profitability</i>	0,882	1,134	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : Data Output SPSS Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa hasil uji multikolinearitas semua variabel penelitian yang terdiri dari *intellectual capital*, *islamic social reporting*, dan *profitability* mempunyai nilai tolerance sebesar 0,997, 0,879, 0,997 dan 0,882. Hal ini menjelaskan bahwa nilai tolerance pada setiap variabel penelitian menunjukkan lebih besar dari 0,10. Selain itu untuk nilai VIF pada variabel *intellectual capital*, *islamic social reporting*, dan *profitability* mempunyai nilai sebesar 1,137, 1,003, dan 1,134. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai VIF lebih kecil dari 10,00. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa persamaan model regresi tidak terjadi multikolinearitas artinya tidak ada korelasi yang signifikan diantara semua variabel penelitian sehingga layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

#### 4.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain menggunakan uji *glejser*. Keputusan uji *glejser* yakni apabila signifikansi  $> 0,05$  artinya tidak terjadi heteroskedastisitas dan apabila signifikansi  $< 0,05$  artinya terjadi heteroskedastisitas. Dibawah ini merupakan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji *glejser* yaitu :

**Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

No	Keterangan	Sig	Keterangan
1	<i>Intellectual Capital</i>	0,944	Tidak terjadi heteroskedastisitas
2	<i>Islamic Social Reporting</i>	0,618	Tidak terjadi heteroskedastisitas
3	<i>Profitability</i>	0,877	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : Data Output SPSS Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari setiap variabel dalam uji heteroskedastisitas sebesar 0,944 untuk variabel *intellectual capital*, 0,618 untuk variabel *islamic social reporting*, dan 0,877 untuk variabel *profitability*. Batas minimal nilai signifikansi pada uji heteroskedastisitas sebesar 0,05. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel yang diuji memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas dan penelitian ini dinyatakan lolos untuk analisis selanjutnya.

#### 4.3.4 Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Ada atau tidaknya gejala autokorelasi dapat dilakukan dengan menghitung nilai *Durbin-Watson*, yaitu nilai DW dianggap

tidak berbahaya jika terletak di daerah  $du < dw < 4 - du$ . Dibawah ini merupakan hasil uji autokorelasi :

**Tabel. 4.7 Hasil Uji Autokorelasi**

No	Durbin-Watson	Keterangan
1	1,917	Tidak Terjadi Autokorelasi

Sumber : Data Output SPSS Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa nilai *Durbin Watson* yang diperoleh sebesar 1,917. Dimana diketahui bahwa nilai *dU* berdasarkan t tabel adalah 1,8079. Sehingga berdasarkan kriteria uji autokorelasi dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$= dU < dw < 4 - dU$$

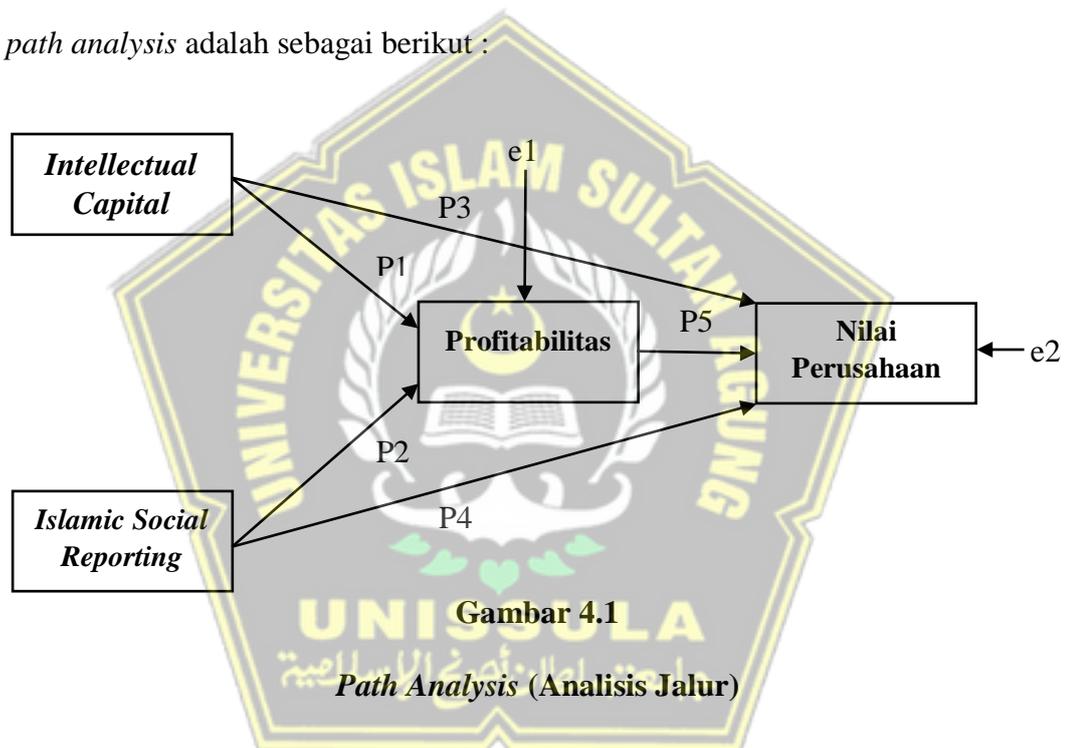
$$= 1,6383 < 1,917 < 4 - 1,6383$$

$$= 1,6383 < 1,917 < 2,3617$$

Berdasarkan perhitungan di atas dapat diketahui bahwa nilai *dw* sudah sesuai dengan ketentuan yang ada yaitu nilai *dw* lebih besar dari nilai *dU*, dan nilai *dw* lebih kecil dari  $4 - dU$ . Hal ini sudah sesuai dengan konsep uji autokorelasi yaitu  $dU < dw < 4 - dU$  yang menandakan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada data tersebut.

#### 4.4 Analisis Regresi Linear Berganda dengan *Path Analysis*

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi dengan *path analysis*. Analisis regresi dengan *path analysis* digunakan untuk menganalisis variabel profitabilitas dalam memediasi hubungan antara variabel independen (*Intellectual capital* dan *Islamic social reporting*) terhadap variabel dependen (Nilai perusahaan). Adapun tahapan yang digunakan dalam analisis regresi dengan *path analysis* adalah sebagai berikut :



##### Persamaan *Path analysis*

$$\text{Profitabilitas} = b_1 \text{IC} + b_2 \text{ISR} + e_1 \dots (1)$$

$$\text{Nilai perusahaan} = b_3 \text{IC} + b_4 \text{ISR} + b_5 \text{Profitabilitas} + e_2 \dots (2)$$

**Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Variabel Independen  
(X) Terhadap Variabel Intervening (Z)**

No	Keterangan	<i>Standardized Coefficient</i> <i>Beta</i>	Signifikansi
1	<i>Intellectual Capital</i>	0,722	0,000
2	<i>Islamic Social Reporting</i>	-0,788	0,000

Variabel Dependen : *Profitability*

Sumber : Data Output SPSS Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa persamaan regresi yang pertama adalah sebagai berikut :

$$\text{Profitabilitas} = b_1\text{IC} + b_2\text{ISR} + e_1 \dots$$

$$\text{Profitabilitas} = 0,722 \text{ IC} + (0,788) \text{ ISR} + e_1$$

$$\text{Dengan } e_1 = \sqrt{1-R^2}$$

**Tabel 4.9  
Hasil Uji R Square**

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,770	0,593	0,576	0,054

Sumber : Data Output SPSS Lampiran 3

Persamaan 1

Berdasarkan tabel 4.8 dan tabel 4.9 diatas maka persamaan regresinya sebagai berikut :

$$\text{Profitabilitas} = b_1\text{IC} + b_2\text{ISR} + e_1 \dots$$

$$\text{Profitabilitas} = 0,722 \text{ IC} - 0,788 \text{ ISR} + e_1$$

$$\begin{aligned} \text{Dengan } e_1 &= \sqrt{1 - R^2} \\ &= \sqrt{1 - 0,593} \\ &= 0,407 \end{aligned}$$

**Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Variabel Independen (X) dan Variabel Intervening (Z) Terhadap Variabel Dependen (Y)**

No	Keterangan	<i>Standardized Coefficient</i> <i>Beta</i>	Signifikansi
1	<i>Intellectual Capital</i>	0,390	0,000
2	<i>Islamic Social Reporting</i>	-1,043	0,000
3	Profitabilitas	0,090	0,039

Variabel Dependen : Nilai Perusahaan

Sumber : Data Output SPSS Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.10 diatas menunjukkan bahwa persamaan regresi yang pertama adalah sebagai berikut :

$$\text{Nilai Perusahaan} = b_3\text{IC} + b_4\text{ISR} + b_5\text{Profitabilitas} + e_2 \dots (2)$$

$$\text{Nilai Perusahaan} = 0,390 \text{ IC} + (1,043) \text{ ISR} + 0,090 \text{ Profitabilitas} + e_2$$

$$\text{Dengan } e_1 = \sqrt{1-R^2}$$

**Tabel 4.11**

**Hasil Uji R Square**

<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>
0,982	0,963	0,961	0,472

Sumber : Data Output SPSS Lampiran 3

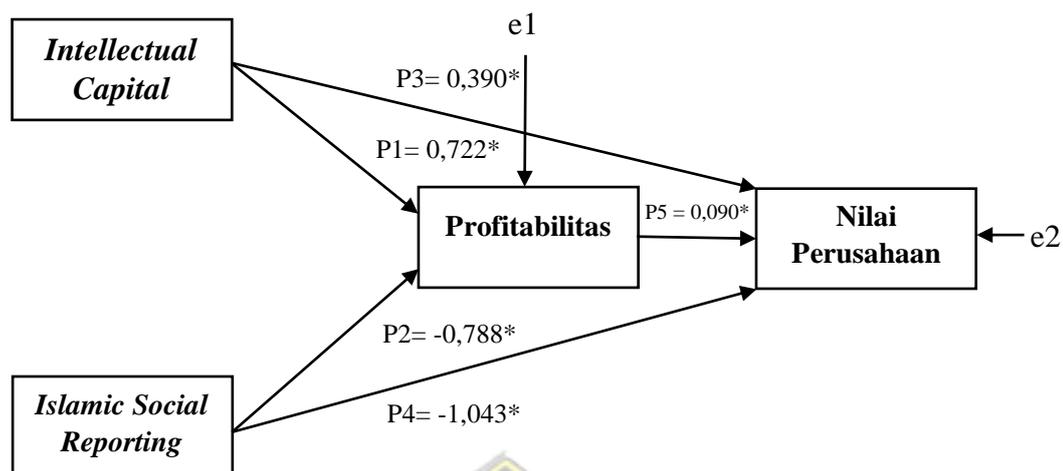
Persamaan 2

Berdasarkan tabel 4.10 dan tabel 4.11 diatas maka persamaan regresinya sebagai berikut :

$$\text{Nilai Perusahaan} = b_3\text{IC} + b_4\text{ISR} + b_5\text{Profitabilitas} + e_2 \dots (2)$$

$$\text{Nilai Perusahaan} = 0,390 \text{ IC} - 1,043 \text{ ISR} + 0,090 \text{ Profitabilitas} + e_2$$

$$\begin{aligned} \text{Dengan } e_2 &= \sqrt{1- R^2} \\ &= \sqrt{1 - 0.963} \\ &= 0.037 \end{aligned}$$



Keterangan : \* adalah signifikan <5%

**Gambar 4.2**  
**Hasil Path Analysis (Analisis Jalur)**

Berdasarkan tabel 4.8, tabel 4.9, tabel 4.10, tabel 4.1 serta gambar 4.1 dan 4.2 diatas maka analisisnya adalah sebagai berikut :

1. Nilai koefisien pada variabel *intellectual capital* terhadap profitabilitas sebesar 0,722 bertanda positif dan nilai sig 0,000 ( < 5% ) artinya *intellectual capital* berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini berarti semakin baik *intellectual capital* maka akan meningkatkan profitabilitas.
2. Nilai koefisien pada variabel *islamic social reporting* terhadap profitabilitas sebesar 0,788 bertanda negatif dan nilai sig 0,000 ( < 5% ) artinya *islamic social reporting* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini berarti semakin baik *islamic social reporting* nya maka akan mengurangi profitabilitas.

3. Nilai koefisien pada variabel *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan sebesar 0,390 bertanda positif dan nilai sig 0,000 ( < 5% ) artinya *intellectual capital* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin baik *intellectual capital* maka akan meningkatkan nilai perusahaan.
4. Nilai koefisien pada variabel *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan sebesar 1,043 bertanda negatif dan nilai sig 0,000 ( < 5% ) artinya *islamic social reporting* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan . Hal ini berarti semakin baik *islamic social reporting* nya maka akan mengurangi nilai perusahaan.
5. Nilai koefisien pada variabel *profitability* terhadap nilai perusahaan sebesar 0,090 bertanda positif dan nilai sig 0,000 ( < 5% ) artinya profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan . Hal ini berarti semakin meningkat profitabilitasnya maka akan meningkatkan nilai perusahaan.
6. Variabel profitabilitas berpengaruh positif dalam memediasi hubungan antara *Intellectual capital* dengan Nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikannya dibawah 5 % meski nilai interaksi  $P1 \times P5$  ( $0,722^* \times 0,090^* = 0,065$ ) lebih kecil dibandingkan  $P3 = 0,390^*$  maka profitabilitas terbukti sebagai variabel mediating (*intervening*) antara *Intellectual capital* terhadap nilai perusahaan.

7. Variabel profitabilitas berpengaruh negatif dalam memediasi hubungan antara *Islamic social reporting* dengan Nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai interaksi P2 x P5 ( $-0,788^* \times 0,090^* = -0,071$ ) lebih kecil dibandingkan P3 =  $-1,043^*$  dengan nilai signifikannya dibawah 5 % maka profitabilitas terbukti tidak mampu menjadi variabel mediating (intervening) antara *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan.

#### 4.5 Hasil Uji Kelayakan Model

Dalam penelitian ini uji kelayakan modal terdiri dari dua jenis yaitu uji signifikansi F dan Uji koefisien determinasi yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### 4.5.1. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F digunakan untuk melihat dan memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Ketentuan pada uji F yakni apabila nilai Sig F =  $0,000 > 0,05$  atau 5% maka H 0 diterima dan H 1 ditolak, sebaliknya jika nilai Sig F =  $0,000 < 0,05$  maka H 1 diterima dan H 0 ditolak. Dengan ketentuan tersebut, maka hasil dari uji signifikansi simultan dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.12 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)**

No	Model	Sig	Keterangan
1	Regression	0,000	Hipotesis Diterima

Sumber : Data Output SPSS Lampiran 3

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini artinya nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hasil perolehan menunjukkan bahwa model tersebut dikatakan layak karena  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu *intellectual capital* dan *islamic social reporting*, dan variabel intervening yaitu *profitability* berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan.

#### 4.5.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi digunakan untuk memprediksi dan melihat seberapa besar pengaruh antara *intellectual capital*, *islamic social reporting*, dan *profitability* terhadap nilai perusahaan. Penentuan sampel pada penelitian ini adalah total sampel dengan melihat hasil uji koefisien determinasi pada kolom *Adjusted R Square* ( $R^2$ ). Berikut ini merupakan hasil uji dari koefisien determinasi yakni :

**Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

No	R Square	Adjust R Square
1	0,963	0,961

Sumber : Data Output SPSS Lampiran 3

Hasil yang diperoleh dari perhitungan pada Tabel 4.13 diatas menunjukkan bahwa koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) yaitu sebesar 0,961 atau 96,1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai perusahaan dapat dijelaskan sebesar 96,1% oleh variabel independen yaitu *intellectual capital*, *islamic social reporting*, dan

*profitability*. Sedangkan 3,9% lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang belum dilakukan oleh penelitian ini.

#### 4.6 Hasil Uji Pengujian Hipotesis

##### 4.6.1 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t digunakan untuk tujuan mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen dengan asumsi bahwa variabel independennya konstan. Berikut adalah hasil uji t pada penelitian ini :

**Tabel 4.14 Hasil Uji Signifikansi t**

No	Model	B	t	Sig	Keterangan
1	<i>Intellectual Capital</i> Terhadap Nilai Perusahaan	0,390	8,972	0,000	Hipotesis Diterima
2	<i>Islamic Social</i> <i>Reporting</i> Terhadap Nilai Perusahaan	(1,043)	(22,961)	0,000	Hipotesis Ditolak
3	<i>Intellectual Capital</i> Terhadap <i>Profitability</i>	0,722	7,091	0,000	Hipotesis Diterima
4	<i>Islamic Social</i> <i>Reporting</i> Terhadap <i>Profitability</i>	(0,786)	(7,722)	0,000	Hipotesis Ditolak

5	<i>Profitability</i> Terhadap Nilai Perusahaan	0,090	2,116	0,039	Hipotesis Diterima
---	--	-------	-------	-------	--------------------

Sumber : Data Output SPSS Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat menjelaskan mengenai interpretasi atas variabel independen yaitu *intellectual capital* dan *islamic social reporting*, variabel intervening yaitu *profitability*, dan variabel dependen yaitu nilai perusahaan yaitu sebagai berikut :

#### 1. Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dari perolehan tersebut maka *intellectual capital* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil nilai B yang bernilai positif yaitu 0,390 menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan *intellectual capital* secara maksimal terbukti mampu meningkatkan nilai perusahaan. Hasil ini sesuai dengan teori stakeholder yang menyatakan bahwa investor cenderung akan memberikan apresiasi lebih terhadap perusahaan yang mampu mengelola *intellectual capital* dengan baik. Sehingga berdasarkan hasil uji statistik t menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini yaitu *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan diterima.

#### 2. Pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dari perolehan tersebut maka *islamic social reporting* berpengaruh

signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil nilai B yang bernilai negatif yaitu -1,043 menunjukkan bahwa *islamic social reporting* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa pengungkapan *islamic social reporting* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di JII70. Karena pada umumnya investor cenderung lebih memperhatikan capital gain (keuntungan) yang didapat tanpa memperhatikan suatu keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Sehingga berdasarkan hasil uji statistik t menunjukkan bahwa hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini yaitu *islamic social reporting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ditolak.

### 3. Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap *Profitability*

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dari perolehan tersebut maka *intellectual capital* berpengaruh signifikan terhadap *profitability*. Hasil nilai B yang bernilai positif yaitu 0,722 menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan yang mampu mengelola *intellectual capital* dengan efisien maka akan menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif yang akan bermuara pada peningkatan laba perusahaan. Semakin baik pertumbuhan profitabilitas berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik juga, artinya semakin baik pula nilai perusahaan di mata investor. Sehingga berdasarkan hasil uji statistik t menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini yaitu *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan diterima.

#### 4. *Islamic Social Reporting* terhadap *Profitability*

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dari perolehan tersebut maka *islamic social reporting* berpengaruh signifikan terhadap *profitabilitas*. Hasil nilai B yang bernilai negatif yaitu -0,786 menunjukkan bahwa *islamic social reporting* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan semakin rendah pengungkapan *islamic social reporting* akan berdampak pada pandangan investor untuk mengambil keputusan apakah akan melakukan investasi atau tidak, hal tersebut akan menyebabkan menurunnya profitabilitas perusahaan. Sehingga berdasarkan hasil uji statistik t menunjukkan bahwa hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini yaitu *islamic social reporting* berpengaruh positif terhadap *profitability* ditolak.

#### 5. Pengaruh *Profitability* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,039 lebih kecil dari 0,05. Dari perolehan tersebut *profitability* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil nilai B yang bernilai positif yaitu 0,090 menunjukkan bahwa *profitability* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dimiliki perusahaan dapat mencerminkan bahwa kinerja keuangan perusahaan dalam kondisi yang baik, sehingga dapat menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut dan harga saham pun akan menjadi meningkat kemudian nilai perusahaan pun akan menjadi tinggi. Sehingga berdasarkan hasil uji statistik t menunjukkan bahwa

hipotesis kelima yang diajukan dalam penelitian ini yaitu *profitability* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan diterima.

#### 4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

Perusahaan adalah organisasi yang mempunyai tujuan mengelola sumber dayanya untuk menghasilkan produk dengan tujuan akhir memaksimalkan kekayaan pemegang saham atau meningkatkan kesejahteraan perusahaan secara keseluruhan. Perusahaan akan berupaya untuk meningkatkan nilai perusahaan yang merupakan salah satu cara untuk memenuhi tujuan memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Menurut Amaliyah & Herwiyanti (2019), pemegang saham akan lebih tertarik untuk berinvestasi pada suatu perusahaan jika kinerja perusahaan tersebut menunjukkan nilai yang tinggi sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Tujuan konvensional dalam berbisnis adalah untuk mensejahterakan pemegang saham dengan memaksimalkan profitabilitas dan nilai perusahaan. Faktor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan adalah dengan memperhatikan aspek tanggung jawab sosialnya atau dikenal dengan nama *islamic social reporting* dan *intellectual capital*. Dengan adanya pengungkapan *islamic social reporting*, bisa dijadikan informasi yang lebih akurat yang berguna bagi stakeholder nantinya. Sebab hal ini apabila diungkapkan dengan akurat dapat meningkatkan apresiasi stakeholder, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Kemudian dengan dikelolanya *intellectual capital* dengan baik diharapkan nantinya akan meningkatkan nilai tambah (*value added*) yang dapat berguna bagi perusahaan dan

dapat pula berpengaruh bagi profitabilitas perusahaan. Semakin baik kinerja perusahaan dalam mengelola IC, maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan ini dalam menghasilkan profitabilitas, dengan adanya keuntungan yang tinggi dapat meningkatkan minat stakeholder dalam berinvestasi pada perusahaan, maka dapat dipastikan akan dapat meningkatkan permintaan saham di pasaran dan secara otomatis dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Untuk lebih memahami tentang perkembangan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang termasuk JII 70 periode tahun 2019-2022 maka penulis akan memaparkan penjelasan hasil penelitian mengenai *intellectual capital* dan *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan yang di mediasi oleh profitabilitas. Berikut ini merupakan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis yaitu :

#### **4.7.1 Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima. Dengan adanya *intellectual capital* yang semakin banyak dimiliki oleh perusahaan maka dapat meningkatkan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang termasuk di *Jakarta Islamic Index 70*, begitu pula sebaliknya jika keberadaan *intellectual capital* yang dimiliki oleh perusahaan sedikit akan berpengaruh terhadap rendahnya nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan adanya *intellectual capital* dalam perusahaan sebagai aset tidak berwujud yang

melibatkan sumber daya dan pengetahuan mampu meningkatkan kinerja dan kemampuan bersaing perusahaan. (Nurhayati, 2017).

Penelitian ini sejalan dengan teori *Resource-Based Theory* yang menyatakan bahwa seluruh aktifitas perusahaan bermuara pada kepemilikan, penciptaan nilai, serta pemanfaatan sumber daya intelektual yang dapat menunjang perusahaan dalam menciptakan nilai tambah serta mampu bersaing dengan para kompetitornya. Maka, investor akan lebih tertarik untuk berinvestasi ketika perusahaan memiliki tingkat IC yang baik sehingga akan berimbas terhadap meningkatnya harga saham. Peningkatan harga saham dapat diartikan bahwa nilai perusahaan meningkat. Hal ini karena nilai perusahaan dimaknai sebagai harga yang sedia dibayar oleh investor untuk turut serta memiliki perusahaan (investasi). (Ihyaul Ulum, 2017).

Pernyataan ini selaras dengan hasil penelitian dari Rakhmini Juwita yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara intellectual capital dengan nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena ketika sebuah perusahaan memiliki intellectual capital (VAIC TM) yang baik maka perusahaan memiliki prospek yang baik di masa depan (Astrid, 2019).

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Liliek Nur S, (2021) dan Ifa Fatimah & Endah Tri W, (2020) yang menyatakan bahwa *intellectual capital* yang dimiliki oleh perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan, hal ini terbukti bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh sebesar  $0,000 < 0,05$  yang

artinya *intellectual capital* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Paskah S & Prasetyono Diponegoro (2015); Sultan & Zikra S (2021) ; dan Ronni, Dori, Zefriyenn, Ridwan (2020) yang menyatakan sebaliknya bahwa *intellectual capital* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### **4.7.2 Pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *islamic social reporting* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini ditolak. Hal ini berarti tidak sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan yang mengatakan bahwa *islamic social reporting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa pengungkapan ISR tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di JII70. Karena pada umumnya investor cenderung lebih memperhatikan capital gain (keuntungan) yang didapat tanpa memperhatikan suatu keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Investor lebih memilih saham dengan melihat pada posisi *market economy* dan berita-berita yang muncul. Sedangkan tanggung jawab social berdasarkan ISR ini merupakan strategi jangka panjang perusahaan dalam usaha untuk menjaga keberlangsungan perusahaan, sehingga pengaruh dari pengungkapan tanggung jawab social berdasarkan *islamic social reporting* ini tidak dapat dirasakan dalam jangka pendek.

Pengungkapan ISR seharusnya dapat menjadi pertimbangan investor sebelum berinvestasi, karena di dalamnya mengandung informasi sosial yang telah

dilakukan perusahaan. Informasi tersebut diharapkan menjadi pertimbangan untuk berinvestasi oleh para investor. Dalam UU perseroan terbatas No 40 Tahun 2007, bahwa perusahaan pasti melaksanakan *islamic social reporting* dan mengungkapkannya, karena apabila tidak melaksanakan *islamic social reporting*, maka perusahaan akan terkena sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan sehingga dianggap pengungkapan *islamic social reporting* tidak memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan (Ardimas & Wardoyo, 2014).

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sutapa dan Heri Laksito (2018); Ibrahim dan Mutohar (2019); dan Isnani F, Evi R, Hafiez S (2018) yang menunjukkan bahwa *islamic social reporting* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iwan S, Swadari F, Masita D (2018); Bulan Rahma N (2018); dan Robbi Hasana I & Ahmad Mifdlol M (2019) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

#### **4.7.3 Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap profitabilitas**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima. *Resource-Based Theory* yang dikemukakan Wernerfelt menyatakan bahwa perusahaan akan lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan lain bila memiliki sumber daya yang langka dan berharga. Perusahaan dituntut untuk dapat mengelola sumber daya baik yang berupa fisik maupun intelektual agar dapat menciptakan nilai tambah yang optimal. Pengelolaan aset dengan efektif dan

efisien oleh *Intellectual capital* akan berdampak terhadap meningkatnya pengembalian aset. Pengembalian atas pengelolaan aset perusahaan dapat nilai menggunakan *return on asset*. (Fitriasari & Maria, 2019).

Pernyataan ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Listiya Ike Purnomo. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa secara bersamaan VAHU, STVA dan VACA berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas yang di proyeksikan dengan ROA .(Purnomo, 2018). Hal ini juga di dukung dengan teori yang dinyatakan oleh Stewart yang mengatakan bahwa *Human Capital* akan menciptakan inovasi produk dan layanan baru ataupun memberikan perbaikan yang selaras dengan kinerja dari perusahaan. *Structural Capital* mencakup teknologi, penemuan data, strategi dan budaya, sistem, rutinitas serta prosedur organisasi. *Customer Capital* atau *Relation Capital* yang dimaknai sebagai hubungan perusahaan dengan para mitranya (*stakeholder*) berada pada kondisi yang baik utamanya yang terkait dengan loyalitas konsumen maka akan berdampak terhadap meningkatnya profitabilitas pada perusahaan. (Kartika & Hatane, 2013).

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilaukan oeh Santoso, Djaelani, dan Destryanti (2017); Astuti, Sarda, dan Muchran (2019); Wardani, Widarno, dan Kristianto (2020); Rosida and Aisyah (2021) yang menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Namun penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ferry Surya Pratama (2021) ; Putri and Gunawan (2019); Farihah and Setiawan (2020); Rahayu, Kurniati, and Wahyuni (2020); Nadila and Annisa (2021) yang

menunjukkan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### **4.7.4 Pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap profitabilitas**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *islamic social reporting* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis keempat dalam penelitian ini ditolak. Pengungkapan Islamic Social Reporting dari hasil penelitian ini tergolong rendah, hal tersebut berdampak pada pandangan para investor untuk mengambil keputusan apakah akan melakukan investasi atau tidak, hal tersebut akan menyebabkan menurunnya profitabilitas perusahaan. Bisa disimpulkan bahwa di dalam sebuah perusahaan *islamic social reporting* atau pengungkapan tanggung jawab social perusahaan yang baik akan mempengaruhi citra perusahaan dan menjadi daya tarik bagi para investor.

Hal ini karena ada beberapa perusahaan yang tidak mengungkapkan aktifitasnya ke publik, maka pihak perusahaan perlu melakukan tindakan yang diinginkan, pantas, dan sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial.

Pada umumnya investor cenderung lebih memperhatikan capital gain (keuntungan) yang didapat tanpa memperhatikan suatu keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang. yang cenderung membeli dan menjual saham secara harian (daily trader), tanpa memperhatikan keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Investor lebih memilih saham dengan melihat pada market economy dan berita-berita yang muncul. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang

dilakukan Robbi Hasan Ibrahim & Ahmad Mifdlol Muthohar (2019) yang menyatakan bahwa ISR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang listing di ISSI.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh RM Ulfah (2023) yang menunjukkan bahwa *islamic social reporting* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Namun penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh A Santika (2019); Nurlaila Harahap (2017); dan Putra (2015) yang menunjukkan bahwa *islamic social reporting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

#### **4.7.5 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis kelima dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan *signaling theory* yang dikemukakan oleh Michael Spence (1973). Spence mengatakan dengan memberikan suatu sinyal, pihak pemilik informasi berusaha memberikan informasi yang dapat dimanfaatkan oleh pihak penerima informasi. Selanjutnya, pihak penerima akan menyesuaikan perilakunya sesuai dengan pemahamannya terhadap sinyal tersebut (Aprillianto dkk, 2014).

Dalam penelitian ini ditekankan bahwa perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan memberikan sinyal kepada investor melalui pelaporan informasi terkait profitabilitas perusahaan sehingga dapat memberikan gambaran akan prospek usaha di masa yang akan datang. Semakin tinggi angka profitabilitas

yang tercantum dalam laporan keuangan perusahaan, berarti semakin baik kinerja keuangan perusahaan. Pertumbuhan prospek tersebut oleh investor akan ditangkap sebagai sinyal positif sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor yang tercermin dari meningkatnya harga saham perusahaan.

Tujuan utama sebuah perusahaan adalah mendapatkan pengembalian atau laba yang optimal atas usaha yang dilakukan. Semakin tinggi perolehan keuntungan atau profitabilitas maka akan meningkatkan kepercayaan para investor untuk berinvestasi. Para investor akan bersedia membayar dengan harga yang lebih tinggi untuk turut serta memiliki perusahaan bila tingkat profitabilitas berada pada kondisi yang baik. Hal ini akan berdampak terhadap meningkatnya nilai dari sebuah perusahaan.

Pernyataan ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Ronny Wijaya yang menyatakan bahwa profitabilitas yang baik akan menjadi sinyal bagi investor untuk berinvestasi. Investor akan bersedia membayar dengan harga yang tinggi untuk membeli saham bila tingkat keuntungan berada pada kondisi yang baik sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan. (Rony, 2020).

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ifa Fatimah Cahyani 1, Endah Tri W (2020) ; Paskah S, Prasetiono Diponegoro (2015) ; Siti Ayu M (2018) ; dan Ferry Surya Pratama (2021) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nasution (2013)

dan Herawati (2012) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### **4.7.6 Pengaruh profitabilitas dalam memediasi *intellectual capital* dan nilai perusahaan**

Berdasarkan hasil *path analysis* menunjukkan nilai pengaruh langsung dari *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan sebesar 0,390, sedangkan pengaruh tidak langsung profitabilitas dalam memediasi hubungan antara *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan adalah sebesar  $(0,722 \times 0,090 = 0,065)$  lebih kecil dibandingkan 0,390 meski nilai signifikansi  $< 5\%$ . Maka artinya bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan dalam memediasi *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas dapat dijadikan sebagai variabel intervening.

Tinggi rendahnya nilai *intellectual capital* mampu memengaruhi peningkatan maupun penurunan kinerja keuangan yang dalam hal ini diukur menggunakan rasio profitabilitas. Tentunya perusahaan menginginkan rasio profitabilitas yang tinggi untuk mencerminkan kinerja keuangan yang baik. Tingginya rasio profitabilitas menunjukkan bahwa perusahaan mampu menggunakan aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Namun seiring dengan tingginya rasio profitabilitas yang dimiliki oleh perusahaan, manajemen perusahaan juga cenderung untuk memilih menggunakan dana internal perusahaan untuk mendanai perusahaan dibanding dengan menggunakan dana pihak eksternal yang dalam hal ini diperoleh dari penjualan saham perusahaan. Kecenderungan

penggunaan dana internal perusahaan ini bisa berakibat pada rendahnya harga saham juga saham beredar di pasar modal.

Oleh karena itu *Intellectual capital* dapat meningkatkan maupun menurunkan nilai perusahaan dengan dimediasi oleh profitabilitas. Hal ini karena berdasarkan uji regresi linear berganda dengan *path analysis* menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan dalam memediasi *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan.

#### **4.7.7 Pengaruh profitabilitas dalam memediasi *islamic social reporting* dan nilai perusahaan**

Berdasarkan *path analysis* menunjukkan nilai pengaruh langsung dari *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan sebesar -1,043, sedangkan pengaruh tidak langsung profitabilitas dalam memediasi hubungan antara *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan adalah sebesar  $(-0,788 \times 0,090 = -0,071)$  dimana nilai tersebut lebih besar dari pengaruh langsung -1,043 dengan signifikansi  $< 5\%$ . Hal ini berarti bahwa pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh secara langsung. Maka artinya bahwa pengaruh profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan dalam memediasi *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak dapat dijadikan sebagai variabel intervening.

*Islamic social reporting* tidak dapat meningkatkan maupun menurunkan nilai perusahaan dengan dimediasi oleh profitabilitas. Hal ini karena berdasarkan uji regresi persamaan model ke 2 dan hasil uji regresi dengan *path analysis*

menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan dalam memediasi *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan pendapat Haniffa (2002) bahwa dalam pandangan Islam, perusahaan yang memiliki niat untuk melakukan pengungkapan tidak akan mempertimbangkan apakah perusahaan tersebut untung atau rugi. Artinya, besar kecil suatu pengungkapan tidak ditentukan oleh besar kecilnya profitabilitas, dan tetap mengungkapkan informasi *Islamic Social Reporting* terlepas dari tinggi atau rendahnya profit yang mereka miliki.

Hal ini dikarenakan perusahaan memandang pengungkapan *Islamic Social Reporting* sebagai suatu kebutuhan. Perusahaan menyadari bahwa pengungkapan *Islamic Social Reporting* sangat penting sebagai wujud transparansi perusahaan untuk dapat menambah kepercayaan serta nilai perusahaan dimata para pengguna laporan. Sejalan dengan penelitian Isnani, F, Evi R, Hafiez S (2018)



## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisa dari hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan yang termasuk Jakarta Islamic Index 70 periode tahun 2019-2022 mengenai pengaruh *intellectual capital* dan *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh profitabilitas dengan total 56 perusahaan yang menjadi populasi sampel penelitian dan data yang dapat diolah dalam penelitian sebanyak 54 perusahaan. Data tersebut diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Berdasarkan pembahasan yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan diantaranya :

1. *Intellectual capital* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau rendahnya jumlah *intellectual capital* yang dimiliki oleh perusahaan, maka memiliki pengaruh terhadap tinggi atau rendahnya nilai perusahaan tersebut. Oleh karena itu diketahui bahwa *intellectual capital* dapat berpengaruh secara langsung terhadap nilai perusahaan.
2. *Islamic social reporting* terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain hipotesis kedua dalam penelitian ini ditolak. Hal ini berarti semakin banyaknya jumlah *islamic social reporting* yang diungkapkan oleh suatu perusahaan akan berpengaruh

terhadap nilai perusahaan secara jangka panjang sehingga tidak dapat dirasakan dalam jangka pendek. Oleh karena itu diketahui bahwa *islamic social reporting* dapat berpengaruh secara langsung terhadap nilai perusahaan dengan arah negatif.

3. *Intellectual capital* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Dengan kata lain hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau rendahnya jumlah *intellectual capital* yang ada dalam suatu perusahaan, maka memiliki dampak pengaruh terhadap profitabilitas suatu perusahaan.
4. *Islamic social reporting* terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas. Dengan kata lain hipotesis keempat dalam penelitian ini ditolak. Hal ini artinya jika suatu perusahaan memiliki jumlah pengungkapan *islamic social reporting* yang diungkapkan oleh suatu perusahaan akan berpengaruh terhadap profitabilitas secara jangka panjang sehingga tidak dapat dirasakan dalam jangka pendek. Oleh karena itu diketahui bahwa *islamic social reporting* dapat berpengaruh secara langsung terhadap profitabilitas dengan arah negatif.
5. Profitabilitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain hipotesis kelima dalam penelitian ini diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dan begitu pula sebaliknya.

6. Profitabilitas terbukti dapat memediasi *intellectual capital* dan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa *intellectual capital* dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara tidak langsung dengan melalui pengungkapan profitabilitas, sehingga dengan adanya mediasi dari profitabilitas maka nilai perusahaan dapat meningkat.
7. Profitabilitas terbukti tidak dapat memediasi *islamic social reporting* dan nilai perusahaan. Hal ini artinya *islamic social reporting* tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara tidak langsung dengan melalui pengungkapan profitabilitas, sehingga dengan adanya mediasi ini nilai perusahaan tidak dapat dirasakan dalam jangka pendek.

## 5.2.Implikasi

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian, terdapat beberapa implikasi yang dapat diambil dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

### 1. Implikasi Teoritis

Bagi akademisi, penelitian ini dapat menambah referensi, wawasan, dan pengetahuan sehingga dapat meningkatkan pemahaman teoritis tentang nilai perusahaan di Indonesia. Selain itu juga penelitian ini dapat digunakan untuk sebagai dasar untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang akuntansi.

## 2. Implikasi Praktisi

Bagi praktisi penelitian ini dapat memberikan informasi, rekomendasi, dan referensi kepada perusahaan di Indonesia untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan supaya menghasilkan kinerja usaha yang lebih maksimal. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar untuk menentukan kebijakan yang bermanfaat bagi perusahaan tentang nilai perusahaan dan profitabilitas karena berdasarkan hasil penelitian ternyata profitabilitas dapat menjadi variabel intervening sehingga perlu untuk ditingkatkan lagi penerapannya. Selain itu juga bagi peneliti selanjutnya penelitian ini dapat memberikan informasi dan referensi bagi penelitian di masa yang akan mendatang berdasarkan penemuan serta kelemahan yang mungkin terdapat pada penelitian ini.

### 5.3. Keterbatasan Penelitian

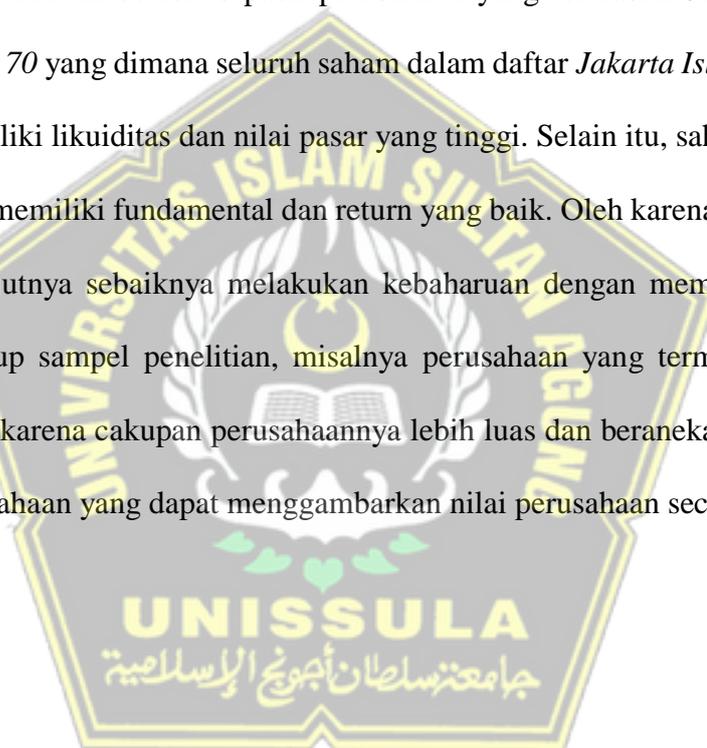
Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yaitu:

1. Terdapat beberapa website perusahaan yang tidak dapat diakses sehingga penulis kesulitan untuk memperoleh data.
2. Terdapat beberapa perusahaan yang menyajikan laporan keuangan, annual report, dan sustainability report yang terbatas hanya menyajikan dua tahun terbaru publikasi laporan, sehingga kebanyakan untuk data tahun 2020 sulit untuk diakses dan didapatkan.

#### 5.4. Agenda Penelitian Mendatang

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan di atas, penelitian ini diharapkan dapat mencerminkan hasil penelitian yang lebih berkualitas dimasa yang akan datang, penulis memberikan beberapa saran penelitian selanjutnya diantaranya sebagai berikut :

1. Penelitian ini berfokus pada perusahaan yang termasuk *Jakarta Islamic Index 70* yang dimana seluruh saham dalam daftar *Jakarta Islamic Index 70* memiliki likuiditas dan nilai pasar yang tinggi. Selain itu, saham-saham ini juga memiliki fundamental dan return yang baik. Oleh karena itu penelitian selanjutnya sebaiknya melakukan kebaruaran dengan memperluas ruang lingkup sampel penelitian, misalnya perusahaan yang termasuk wilshire 5000 karena cakupan perusahaannya lebih luas dan beraneka ragam sektor perusahaan yang dapat menggambarkan nilai perusahaan secara lebih luas.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyatul, Munawaroh. 2014. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responcibility sebagai Variabel Moderating. Vol. 3 No. 4, Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Surabaya.
- Alamsyah, Ichsan Emrald. “Investasi Sektor Manufaktur Mencapai Rp 216 Triliun di 2019” Republika Online, <https://republika.co.id/berita/q54k1s349/investasi-sektor-manufaktur-mencapai-rp-216-triliun-di-2019>, Senin, 3 Februari 2020, diakses pada 29 Mei 2023
- Aldehita, Agung, Asori. 2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR). Simposium Nasional Akuntansi 17 Mataram.
- Andriana, Denny. “Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan” Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan, Vol.2 No.1 (2014),
- Angelika, Erika. Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Profitabilitas Dengan Pertumbuhan Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018), Volume 8, No. 2, Tahun 2020.
- Asnawi, Said Kelana. Wijaya, Chandra. Metodologi Penelitian Keuangan Prosedur, Ide dan Kontro, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2016.

Awalya, M. J. dan Asrori. “Pengaruh GCG, *SIZE*, Jenis Produk dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengungkapan ISR” Jurnal Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia.

Budiarso, “Modal Intelektual Dan Kinerja Perusahaan (Studi pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesiaperiode 2009 s/d 2012)”, Jurnal Accountability, Vol. 3 No. 1 (2014), 23-35. URL <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/accountability/article/view/4945/4461>

Cahyani, Ifa Fatimah. Wahyuningtyas, Endah Tri. Dampak Intellectual Capital Dan Capital Structure Terhadap Firm Value Dengan Financial Performance Sebagai Variabel Intervening, Nasional Conference For Ummah (Ncu), 30 Desember 2020.

Darmadji dan Fakhrudin, Pasar Modal di Indonesia, edisi 3 Jakarta: Salemba Empat, 2012. Departemen Komunikasi, “Momentum Perbaikan Ekonomi Indonesia Berlanjut pada Triwulan IV 2021” BI Online.[https://www.bi.go.id/id/berita/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp\\_243922.aspx](https://www.bi.go.id/id/berita/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_243922.aspx). Senin, 7 Februari 2022, diakses pada 1 Oktober 2022.

Dzahabiyya, Jauza. dkk “Analisis Nilai Perusahaan Dengan Model Rasio Tobin’s Q”, Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Dewantara, Vol. 4 No. 1 (2020)

E., Vitalis, “Effect of Intellectual Capital on Performance of Firms Listed on Nigeria Stock Exchange”. Research Journal of Finance and Accounting, Vol.9 No.8 (2018)

- Fahmi, Irham. Analisis Laporan Keuangan, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Fakhrudin, Muchamad Imam “Pengaruh Modal Intelektual dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan”, Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Vol 6, No 5, (2017)
- Febrianty, “Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Profitabilitas Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman di Indonesia” Jurnal Akuntansi dan Pendidikan, Vol. 7 No. 1 (2018)
- Fitria, Soraya dan Hartanti. 2010. “Islam dan Tanggung Jawab Sosial : Studi Perbandingan Pengungkapan Berdasarkan Global Reporting Initiative Indeks dan Islamic Social Reporting Indeks”. Simposium Nasional Akuntansi XIII. Purwokerto.
- Fordebi, Adesy, Ekonomi dan Bisnis Islam, Jakarta: Raja Grafindo, 2016.
- Ghondang, Hironymus, Path Analysis (Analisis jalur) konsep & Praktik dalam Penelitian, Medan:PT. penerbit Mitra Grup,2020
- Ghozali,Imam. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Halim, Ian Tryaldi. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persentase Penduduk Miskin di Indonesia Tahun 2015-2018 Menggunakan Regresi Data Panel, JURNAL EMACS (Engineering, MAtematics and Computer Science) Vol.2 No.2, 2020

- Haniffa, R. M., & Cooke, T. E. (2002). Culture, Corporate Governance, and Disclosure in Malaysian Corporation. *Abacus*, 38, 317-349.
- Haniffa, R. (2002). Social Reporting Disclosure-An Islamic Perspective. *Indonesian Management & Accounting Research*, Vol. 1.No. 2, 128146.
- Herwanti, T., Irwan, M., & Fitriyah, N. (2016). Pengaruh Tingkat Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) terhadap Profitabilitas dan Dampaknya terhadap Zakat Perusahaan. *Valid: Jurnal Ilmiah*, 13(4), 396–413.
- Ibrahim, R. H., & Muthohar, A. M. (2019). Pengaruh Komisaris Independen dan Indeks Islamic Social Reporting Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(01), 9-20.
- Indeks Saham Syariah, IDX Online, <https://www.idx.co.id/idx-syariah/indekssaham-syariah/>, diakses pada 30 Oktober 2022.
- Indra, I Made. Cahyaningrum, Ika. Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015.
- Indrarini, Silvia. Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba (Good Governance dan Kebijakan Perusahaan), Surabaya: Scopindo, 2019.
- Iwan S., Fifi S., Dian M. D., Pengaruh Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 6 Nomor 2, 2018.

Jayanti, Lutfia Dwi. Binastut, Sugiharti. Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia, Jurnal Ekonomi Bisnis Volume 22 No.3, Desember 2017.

Kasmir, Analisis Laporan Keuangan . Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2018.

Kurnia, Astrid Wirawati. Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur (Sub Sektor Farmasi) Yang Terdaftar Di Bei, Jurnal Akuntansi, 2019

Kusumawardhani, Aninditha Putri. “Pengaruh Earning Per Share Dan Price Earning Ratio Terhadap Price Book Value Pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Indeks Idx30 Tahun 2015-2020” Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 8 No. 2 September 2021.

Lindawati, Yulianto, Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Tergabung Dalam Jakarta Islamic Index), Economic, Accounting, Management and Business Vol. 4, No. 4, October 2021.

M, Siti Ayu. Pengaruh Modal Intelektual terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Mediasi, Tesis, Universitas Muhamadiyah Malang (UMM).

M. Izhar Arief, Erlina, Idhar Yahya, Pengaruh Modal Intellectual terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening pada

Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, Jurnal Telaah & Riset Akuntansi, Vol. 7 No.2 Juli 2014

M., Kartika, dan S. E. Hatane. “Pengaruh Intellectual Capital pada Profitabilitas Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2007-2011”. Business Accounting Review, Vol 1, No2 (2013).

Misbahuddin dan Hasan, Iqbal. Analisis Data Penelitian Dengan Statistik, Jakarta: Bumi Aksara, 2018.

Mufreni, Alfin. Amanah, Dhea. “Pengaruh Kapitalisasi Pasar dan Likuiditas Saham Terhadap Harga Saham Pada Pt. Astra Internasional Tbk.” Jurnal Ekonomi Manajemen, Vol. 1 No. 1 (2015)

Nasir, M. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2018.

Nikmah, Apriyanti, Hera. Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia, Jurnal Akuntansi, Vol.4 No.1 (2016)

Ningrum, Endah Prawesti. Nilai Perusahaan (Konsepp dan Aplikasi). Indramayu: CV Adanu Abimata, 2020.

Nuryadi, dkk, Dasar-Dasar Statistik Penelitian, Yogyakarta: Sibuku Media, 2017.

Pratama, Ferry Surya. “Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Publikdi Indonesia”, Jurnal Ilmiah Indonesia, Vol.6 No. 2 (2021) 117

- Purnomo, Listiya Ike. “Pengaruh Intelektual Capital Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Industri Jasa Sektor Properti Dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011 –2015”, Jurnal Akuntansi Berkelanjutan
- Puspita. Gita, Wahyudi, Tri. “Modal Intelektual(Intellectual Capital)dan Nilai Perusahaan Pada Industri Manufaktur”, Owner: Riset & Jurnal Akuntansi, Vol. 5 No. 5 (2021)
- Putri, Atikah Juliani. Dkk. “Engaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening” Jurnal Eksplorasi Akuntansi, Vol. 1, No 3, (2019)
- Rahayu, T. 2013. Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting (Indeks ISR) Terhadap Nilai Perusahaan. Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Rahayu,Dede Sri Pengaruh Intellectual Capital dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan, Business Innovation & Entrepreneurship Journal, Volume 3 No.1 (2021).
- Riduwan dkk, Cara Mudah Belajar SPSS 17 dan Aplikasi Statistik Penelitian, Bandung: Alfabeta 2013. Ridwan dan Lestari, Tita. Dasar-Dasar Statistika, Bandung: Alfabeta, 2019.
- S. Liliek Nur Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderasi antara Faktor Modal Intelektual dengan Nilai Perusahaan Manufaktur Periode Penelitian

Periode 2017-2019, Jurnal Sekretari dan Manajemen, Volume 5 No. 2  
September 2021

S. Nurhayati, Analisa Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Pasar Dan Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Lq45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2013. Jurnal ASET (Akuntansi Riset), Vol. No. 1, (2017).

Santoso, Singgih. Buku Statistik Multivariat, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2017.

Savira, Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Ukuran Dewan Pengawas Syariah, *Cross-Directorship*, Kepemilikan Manajerial, dan Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Semarang. 2015.

Sawir. Agnes, Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2015.

Septiana, Gina. “Analisis Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”

Setianto, Buddy. Prospek Investasi Semen Batujara per Laporan Keuangan Q2.. Jakarta : BSK Capital, 2016.

Silalahi, Elvie Maria Buku Referensi Intellectual Capital. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2021.

- Siregar, Hasrul. Fajrillah, Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Di Indonesia, Jurnal Bisnis dan Ekonomi, Volume 2 No 1, Juni 2020.
- Sondakh, Priska. Saerang, Ivonne. Samadi, Reitty. Pengaruh Struktur Modal (ROA, ROE dan DER) Terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada Perusahaan Sektor Properti yang Terdaftar di BEI (Periode 2013-2016), Jurnal EMBA Vol.7 No.3 Juli 2019.
- Sugiono, Arief. Untung, Edi. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT Grasindo 2016.
- Sugiono, Metode penelitian Administratif , Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sugiono, Statistika Untuk Penelitian, Bandung: Alfabeta, 2019.
- Suhadi, Zein, Siti Mudrika. Path Analysis factor Dominan penentu Rasa Percaya Diri, Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022.
- Suharna, Dede. Thiara, Khoirunnisa. Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Sektor Perbankan di LQ 45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2018, Journal of Management Studies, Vol. 7, No.1,
- Sultan, Sultan. Supri, Zikra. Pengaruh Intellectual Capital dan Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Mediasi, Assets: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, Volume 11, Nomor 1, Juni 2021.

- Sutapa., Hanafi, R. (2019). Dampak Islamic Corporate Governance , Islamic Social Reporting Pada Kinerja Keuangan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Indonesia*. Vol. 8. No. 2, 155-165.
- Suwandi, Nilai Perusahaan (Analisis Kemampuan Manajerial dan Struktur Pengawasan), Malang: Literasi Nusantara Abadi, 2022.
- Taufiqurrochman. C. “Pengaruh Intellectual Capital terhadap Return on Equitu serta Implikasinya terhadap Harga Saham (pada Perusahaan Ritel yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”. *Jurnal Kebangsaan*, Vol 5 No. 10 (2016)
- Ulum, Ihyaul. *Intellectual Capital: Model Pengukuran, Framwork Pengungkapan & Kinerja Organisasi*, Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2017.
- Ulum, Ihyaul. *Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Di Indonesia*. Tesis. Universitas Diponegoro, 2018.
- Walidayni. Nur Amalia, *Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Indeks Harga Saham JII Periode 2012-2016 Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening*, Tesis Magister, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019.
- Widiawati. 2012. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Islamic Social Reporting Perusahaan-Perusahaan yang Terdapat Pada Daftar Efek Syariah Tahun 2009-2011. Skripsi S1 FE UNDIP. Tidak Dipublikasikan.
- Wijaya, Ronni Andri. dkk “Pengaruh Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada

Perusahaan Tambang yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018)”Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, Vol. 2 No. 1 (2020)

“Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) ”, Indonesia Stock Exchang,  
<https://idx.co.id>, diakses pada tanggal 1 Oktober 2022

“Investasi Sektor Manufaktur Meroket pada Kuartal II-2019”, Kementerian Perindustrian Republik Indonesia Online,  
<https://www.kemenperin.go.id/artikel/20904/Investasi-SektorManufaktur-Meroket-pada-Kuartal-II-2019>, Minggu, 4 Agustus 2019, diakses tanggal 16 Juli 2022.

“Lampaui Target, Investasi Manufaktur Tembus Rp325,4 Triliun” Kementerian Perindustrian Republik Indonesia Online,  
<https://kemenperin.go.id/artikel/23114/Lampaui-Target,-InvestasiManufaktur-Tembus-Rp325,4-Triliun->, Minggu, 4 Agustus 2019, diakses tanggal 16 Juli 2022.

“Manufacturing Value Added in Asia”, The Global Economy Online,  
[http://www.theglobaleconomy.com/ranking/Manufacturing\\_value\\_added/Asia](http://www.theglobaleconomy.com/ranking/Manufacturing_value_added/Asia), diakses tanggal 26 Juni 2022

“Naik 44 Persen, Investasi Manufaktur Kian Moncer di Kuartal I-2020” Kementerian Perindustrian Republik Indonesia Online,  
<https://kemenperin.go.id/artikel/21696/Naik-44-Persen,InvestasiManufaktur-Kian-Moncer-di-Kuartal-I-2020>, Senin, 27 April 2020, diakses pada tanggal 29 Juli 2022

“Tahun 2019, Di Tengah Ketidakpastian Global, Ekonomi Indonesia Masih Tumbuh Di Atas 5 Persen dan Mampu Memperbaiki Kualitas Pertumbuhan”, Badan Pusat Statistik Online, <https://ekon.go.id/publikasi/detail/847/tahun-2019-di-tengahketidakpastian-global-ekonomi-indonesia-masih-tumbuh-di-atas-5-120-persen-dan-mampu-memperbaiki-kualitas-pertumbuhan>. Jumat, 20 Desember 2019, diakses pada 1 Oktober 2022

