

**PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL* (IC),
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR), DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN: STUDI EMPIRIS
PADA SEKTOR ENERGI**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S1**

Program Studi Akuntansi



Disusun Oleh :

Sella Septiana

31402100005

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
SEMARANG**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

**Pengaruh *Intellectual Capital* (IC), Pengungkapan
Corporate Social Responsibility (CSR), dan Profitabilitas
terhadap Nilai Perusahaan: Studi Empiris pada Sektor
Energi**

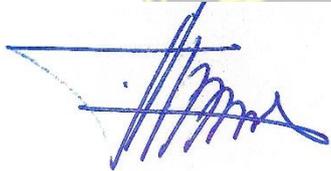
Disusun oleh :

Sella Septiana

NIM : 31402100005

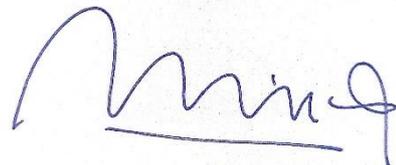
Telah disetujui oleh dosen review, dosen pembimbing
dan ketua program studi S1 Akuntansi
Sebagai syarat kelulusan skripsi Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sultan Agung Semarang
Semarang, 02 Juni 2025

Dosen Review



Dr. Chrisna Suhendi, MBA., SE., Ak. CA
NIK. 210493034

Dosen Pembimbing



Dr. Dra. Winarsih, SE, M.Si., CSRS., CSRA
NIK. 211415029

Ketua Program Studi S1 Akuntansi



UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNISSULA
Proyila Wihayanti, SE., M.si., Ph.D
NIK. 211403012

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Sella Septiana

NIM : 31402100005

Program Studi : S1 Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Intellectual Capital* (IC), Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan: Studi Empiris pada Sektor Energi ”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan hasil plagiat atau duplikasi dari karya orang lain. Pendapat orang lain yang terdapat dalam penelitian skripsi ini dikutip berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil plagiasi dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 20 Mei 2025

Yang menyatakan,



Sella Septiana

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sella Septiana
NIM : 31402100005
Program Studi : S1 Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa ~~Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi*~~ Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* dengan judul :

PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL (IC), PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR), DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN: STUDI EMPIRIS PADA SEKTOR ENERGI

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 03 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Sella Septiana)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah serta inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul **“Pengaruh *Intellectual Capital (IC)*, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan: Studi Empiris pada Sektor Energi”**. Laporan proposal skripsi ini disusun sebagai bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung. Dalam proses bimbingan proposal skripsi, peneliti menerima banyak motivasi dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada::

1. Prof. Dr. Heru Sulistyono, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang,
2. Ibu Provita Wijayanti, S.E., M.Si., Ph.D., Ak., CA., IFP., AWP. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang,
3. Ibu Dr. Dra. Hj. Winarsih, SE, M.Si., CSRS. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan motivasi dalam menyusun proposal penelitian ini,
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan pengajaran bekal ilmu pengetahuan serta seluruh staf

5. Bapak Teguh & Ibu Sutrianah selaku orang tua saya yang telah membesarkan saya dan membiayai segala kebutuhan saya dan memberi semangat serta doa supaya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Deni Rian Dono selaku kakak kandung saya yang telah memberi semangat dan memotivasi saya untuk bisa sukses dimasa yang akan datang supaya saya bisa membahagiakannya.
7. Terima kasih yang tak terhingga saya sampaikan kepada Ahmad Afifuddin selaku *support system* yang begitu berarti dalam hidup saya, yang telah setia menemani setiap langkah dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran, semangat, doa, serta kehadiran yang menjadi sumber kekuatan dan ketenangan di tengah perjalanan yang penuh tantangan ini. Kehadiranmu adalah anugerah yang membuat proses saya ini terasa lebih ringan dan bermakna..
8. Teman terdekat saya Wiwi, Hissya, Acha dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberi saya semangat dan dorongan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 <i>Signaling Theory</i>	15
2.2 Variabel Penelitian	16
2.2.1 Nilai Perusahaan.....	16
2.2.2 <i>Intellectual Capital</i>	18
2.2.3 <i>Corporate Social Responsibility</i>	21
2.2.4 Profitabilitas.....	22
2.3 Penelitian Terdahulu	25
2.3.1 Penelitian terdahulu tentang pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap Nilai Perusahaan	25
2.3.2 Penelitian terdahulu tentang pengaruh <i>Corporate Social</i> <i>Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan	26
2.3.2 Penelitian terdahulu tentang pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.....	28

2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	30
2.5	Pengembangan Hipotesis	32
2.5.1	Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	32
2.5.2	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	33
2.5.3	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	34
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.1	Jenis Penelitian	36
3.2	Populasi dan Sampel	36
3.2.1	Populasi	36
3.2.2	Sampel	37
3.3	Jenis Data dan Sumber Data	37
3.3.1	Jenis Data	37
3.3.2	Sumber Data	37
3.4	Metode Pengumpulan Data	38
3.5	Definisi dan Pengukuran Variabel.....	38
3.5.1	Variabel Dependen (Y).....	38
3.5.2	Variabel Independen (X)	39
3.6	Teknik Analisis Data	43
3.6.1	Uji Statistik Deskriptif	44
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	44
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda	47
3.6.4	Uji <i>Goodness of Fit Model</i>	48
3.6.5	Pengujian Hipotesis	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	51
4.2	Hasil Statistik Deskriptif	52
4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	55
4.3.1	Hasil Uji Normalitas	55
4.3.2	Hasil Uji Multikolinearitas:	57
4.3.3	Hasil Uji Autokorelasi	58

4.3.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	59
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	60
4.5 Hasil Uji Goodness of Fit Model	61
4.5.1 Hasil Uji F	61
4.5.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	62
4.6 Pengujian Hipotesis.....	63
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	64
4.7.1 Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	64
4.7.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	65
4.7.3 Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	67
BAB V PENUTUP.....	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Keterbatasan Penelitian	70
5.3 Saran Penelitian.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	76



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Grafik Perubahan Indeks Harga Saham Sektor Energi	3
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	31



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan ..	25
Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan.....	27
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	29
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	42
Tabel 3. 2 Kriteria Pengujian Durbin Watson	46
Tabel 4. 1 Kriteria Pengambilan Sampel.....	51
Tabel 4. 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	52
Tabel 4. 3 Sebelum Penghilangan Data Oulier	55
Tabel 4. 4 Setelah Penghilangan Data Oulier Pertama	56
Tabel 4. 5 Sesudah Penghilangan Data Oulier Kedua.....	57
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel 4. 7 Hasil Uji Autokorelasi.....	59
Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4. 10 Hasil Uji F	62
Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	62

BAB I

PENDAHULUAN

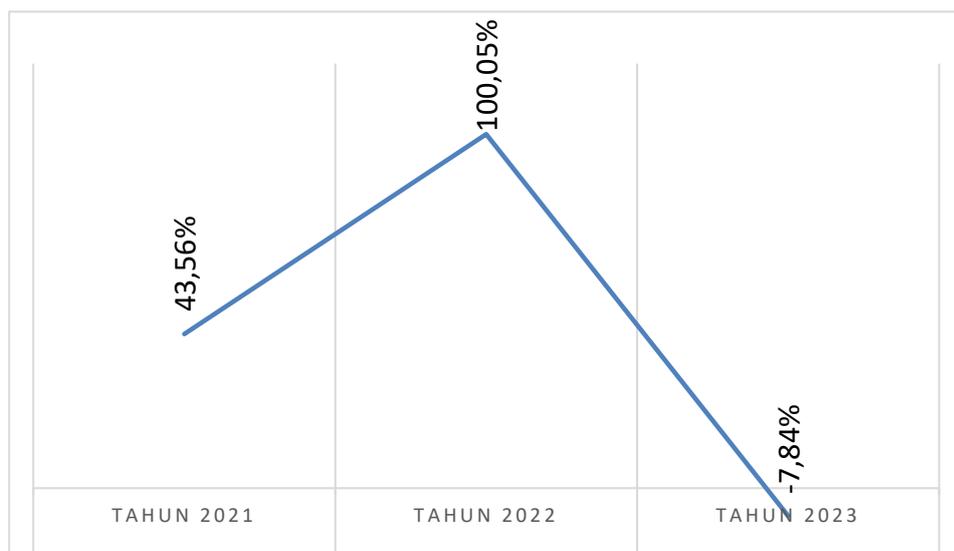
1.1 Latar Belakang

Nilai perusahaan adalah aspek penting dalam dunia bisnis sebab mencerminkan kesehatan keuangan dan potensi pertumbuhan perusahaan. Nilai perusahaan membantu perusahaan untuk menarik investor (Leny Suzan & Nurul Izza Ramadhani, 2023). Perusahaan dengan nilai yang tinggi cenderung memiliki performa keuangan yang lebih baik dan mampu menarik investasi yang lebih besar. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang tercermin pada harga saham (Winarsih & Fuad, 2022). Nilai perusahaan juga mempengaruhi persepsi pemangku kepentingan terhadap aset perusahaan dan dapat digunakan untuk memprediksi kesejahteraan pemegang saham (Appah et al., 2023). Nilai Perusahaan umumnya tercermin dari price to book value (PBV) (Winarsih & Fuad, 2022). Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rasio price to book value, yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku.

Harga saham perusahaan yang tinggi mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi dan sebaliknya, sehingga investor mudah memutuskan untuk berinvestasi. Apabila nilai perusahaan tinggi maka pasar akan percaya pada kinerja perusahaan serta prospek perusahaan di masa depan. Pada dasarnya investor mengukur kinerja perusahaan berdasarkan kemampuan perusahaan seperti kemampuan Profitabilitas (Gantino & Alam, 2020).

Indeks sektor energi mengikuti pergerakan indeks harga saham gabungan (IHSG). Namun secara umum dapat disimpulkan bahwa naik turunnya indeks sektor energi akan berpengaruh terhadap perubahan nilai indeks harga saham gabungan (Hocky & Chandra, 2022). IHSG mencerminkan pergerakan harga saham dari semua perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia, sehingga menjadi indikator penting bagi investor untuk menilai kondisi pasar saham Indonesia secara keseluruhan. Salah satu instrumen pasar modal ialah pasar saham (LumbanGaol et al., 2021). Di pasar modal, perusahaan akan berupaya untuk meningkatkan nilai perusahaan agar investor dapat berinvestasi dan mempertahankan modal yang ditanamnya. Hal tersebut menjadikan setiap perusahaan mempunyai strategi yang baik untuk meningkatkan nilai perusahaan sehingga menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan.

Fluktuasi harga saham merupakan suatu kejadian yang wajar karena didorong oleh kekuatan *supply* dan *demand*. Mengenai fluktuasi harga saham di pasar modal merupakan fenomena menarik terkait isu naik turunnya nilai perusahaan. Harga saham perusahaan energi mengalami volatilitas yang signifikan, mencerminkan ketidakpastian dan perubahan cepat dalam lingkungan bisnis global.



Gambar 2.1. Grafik Perubahan Indeks Harga Saham Sektor Energi

Salah satu sektor utama yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu sektor energi. Sektor ini mencakup perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam berbagai aspek produksi dan distribusi energi, termasuk minyak dan gas, batubara, serta energi terbarukan. Berdasarkan grafik perubahan indeks harga saham sektor energi menunjukkan bahwa selama tahun 2021-2023 perusahaan sektor energi mengalami fluktuasi. Indeks dari harga saham pada sektor energi senilai 43,56% saat 2021, indeksnya melambung saat 2022 menjadi 100,05% dan pada tahun 2023 indeks harga saham energi kembali menurun menjadi -7,84%. Fluktuasi harga saham di sektor ini sangat dipengaruhi oleh dinamika global dan kebijakan domestik, yang mencerminkan kompleksitas dan pentingnya sektor energi bagi Indonesia.

Berikut ini aspek fluktuasi harga saham yang dikutip dari [cnbcindonesia](#) mencatat bahwa pada tahun 2023, Indeks Harga Saham

Gabungan menutup 2023 dengan performa tahunan yang mentereng. Tercatat kinerja IHSG sepanjang 2023 menguat 6,16% di 7.272,797. Lebih tinggi dari pencapaian 2022 sebesar 4,09%. November jadi bulan perubahan arah IHSG. Tercatat empat kali IHSG menguat di atas 1% dalam sehari, dan menjadi terbanyak di antara bulan lain. Pertama pada 2 November 2023 IHSG menguat 1,64% dalam sehari. Kemudian 6 November 2023 menguat 1,33% dan 15 November 2023 naik 1,4%.

Penguatan pada 15 November 2023 memulai reli kenaikan selama empat hari beruntun sekaligus menjadikan IHSG breakout dari resisten di level 7.000 dan merubah arah menjadi tren naik. Tren bullish IHSG semakin dipertegas dengan penguatan pada 23 November 2023 sebesar 1,41% dalam sehari. PT Barito Renewables Energy Tbk atau BREN melesat 858,3% menjadi pemimpin pergerakan IHSG. BREN mampu mengungkit IHSG sebesar 259,38 indeks poin. Sementara PT Adaro Energy Indonesia Tbk atau ADRO menjadi pemberat laju IHSG pada 2023. Pasar saham memulai 2023 dengan berat. Baru empat hari perdagangan berjalan, Kamis (5/1/2023), IHSG sudah harus tumbang 2,34%. Penurunan tajam tersebut tercatat sebagai performa terparah sepanjang tahun. Nilai kapitalisasi pasar IHSG sepanjang 2023 meningkat signifikan sebesar 22,86% year-on-year/yoy menjadi Rp11.708 triliun. Sementara pada 2022 nilai kapitalisasi pasar IHSG mencapai Rp9.529,86 trilliun.

Berdasarkan fenomena di atas, pergerakan IHSG masih sangat fluktuatif setiap tahunnya. Terdapat perusahaan yang dinilai baik oleh

investor dan banyak perusahaan yang pergerakannya tidak terlalu signifikan. Hal ini menjadi pertimbangan bagi investor sebelum melakukan kegiatan investasinya atau mungkin bagi investor yang sudah berinvestasi akan mempertimbangkan kembali apakah akan berinvestasi lagi atau tidak.

Salah satu tujuan perusahaan adalah memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Secara umum, faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dapat dikelompokkan menjadi faktor keuangan, operasional, pasar, eksternal, dan lainnya. Faktor keuangan seperti pendapatan, laba, arus kas, dan struktur modal mencerminkan kesehatan finansial perusahaan. Faktor operasional, seperti efisiensi operasional dan inovasi teknologi, menggambarkan kemampuan perusahaan untuk beroperasi secara efektif dan bersaing dalam industrinya. Sementara itu, kondisi pasar dan tingkat persaingan juga memainkan peran penting dalam menentukan peluang dan tantangan yang dihadapi perusahaan. Kondisi eksternal, termasuk regulasi pemerintah dan stabilitas ekonomi, turut memengaruhi kinerja perusahaan secara signifikan.

Selain faktor-faktor di atas, reputasi dan citra perusahaan, praktik tata kelola perusahaan, serta komitmen terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial semakin diakui sebagai aspek penting dalam penilaian nilai perusahaan. Reputasi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan investor dan konsumen, sedangkan tata kelola perusahaan yang efektif dan transparan dapat menciptakan lingkungan bisnis yang lebih stabil dan dapat diandalkan. Keberlanjutan dan tanggung jawab sosial juga menjadi perhatian utama dalam

penilaian perusahaan, seiring dengan meningkatnya kesadaran akan dampak lingkungan dan sosial dari kegiatan bisnis. Dengan memahami dan mengelola faktor-faktor ini, perusahaan dapat meningkatkan nilai mereka dan menarik lebih banyak dukungan dari berbagai pemangku kepentingan.

Penelitian sebelumnya Leny Suzan & Nurul Izza Ramadhani (2023) terkait faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan menunjukkan adanya tidak konsistensi modal intelektual dan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa praktek-praktek bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab secara sosial tidak hanya meningkatkan citra perusahaan tetapi juga berkontribusi pada performa finansial jangka panjang. Perusahaan dengan praktik CSR yang kuat cenderung memiliki kinerja operasional yang lebih baik, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.

Untuk menjaga keberlangsungan nilai perusahaan, perusahaan harus memiliki keunggulan kompetitif untuk memenangkan persaingan di era globalisasi. Salah satu keunggulan kompetitif perusahaan adalah modal intelektual (Appah et al., 2023). Aset tidak berwujud seperti *Intellectual Capital* menjadi faktor kunci dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan nilai perusahaan. *Intellectual Capital* merupakan kumpulan dari pengetahuan, informasi, properti intelektual, dan pengalaman yang dimiliki oleh suatu organisasi yang dapat digunakan untuk menciptakan nilai. Komponen utama dari *Intellectual Capital* mencakup human capital, structural capital, dan relational capital. Human capital meliputi keterampilan, pengetahuan, dan

kompetensi karyawan yang berkontribusi pada produktivitas dan inovasi. Structural capital mencakup proses, sistem, dan budaya organisasi yang mendukung efektivitas operasional. Relational capital mencakup hubungan perusahaan dengan pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis lainnya yang membantu dalam menciptakan jaringan dan reputasi yang kuat.

Human capital merupakan aset yang paling penting karena manusia sebagai sumber inovasi dan kreativitas. Pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh karyawan memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan teknologi. Investasi dalam pendidikan dan pelatihan karyawan tidak hanya meningkatkan kinerja individu tetapi juga memperkuat daya saing perusahaan secara keseluruhan. Karyawan yang termotivasi dan terampil mampu mengembangkan produk dan layanan baru, meningkatkan efisiensi, dan memberikan solusi yang bernilai tinggi bagi pelanggan.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian oleh LumbanGaol et al. (2021) menemukan bahwa perusahaan dengan tingkat human capital yang tinggi cenderung memiliki kinerja keuangan yang lebih baik. Selain itu, penelitian ini mengindikasikan bahwa investasi dalam human capital memberikan hasil yang lebih baik dalam jangka panjang dibandingkan dengan investasi dalam aset fisik. Sedangkan, penelitian oleh Rizkhyana et al. (2022) menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* memiliki dampak negatif terhadap nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep di mana perusahaan mengintegrasikan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan. CSR mencakup berbagai kegiatan seperti prakarsa lingkungan, kegiatan filantropi, etika bisnis, dan tanggung jawab terhadap karyawan. Elemen-elemen utama dari CSR mencakup tanggung jawab lingkungan (mengurangi jejak karbon, pengelolaan limbah, dan konservasi sumber daya), tanggung jawab sosial (dukungan terhadap komunitas lokal, peningkatan kesejahteraan karyawan, dan pendidikan), serta tanggung jawab ekonomi (praktik bisnis yang etis, transparansi keuangan, dan kontribusi terhadap perekonomian). CSR bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Dalam aspek tanggung jawab lingkungan, perusahaan berupaya mengurangi dampak negatif operasional mereka terhadap lingkungan. Hal ini bisa dilakukan melalui berbagai inisiatif seperti penggunaan energi terbarukan, pengelolaan limbah yang lebih efisien, dan inovasi produk yang lebih ramah lingkungan. Tanggung jawab sosial melibatkan kegiatan yang berfokus pada kesejahteraan masyarakat, seperti program pendidikan, dukungan kesehatan, dan proyek pengembangan komunitas. Di sisi lain, tanggung jawab ekonomi menekankan pentingnya integritas dan transparansi dalam bisnis, serta praktik bisnis yang berkelanjutan yang memberikan manfaat jangka panjang bagi semua pemangku kepentingan.

Implementasi CSR yang efektif dapat secara signifikan meningkatkan citra perusahaan. Ketika perusahaan menunjukkan komitmen mereka terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan, mereka membangun reputasi yang baik di mata publik. Pelanggan cenderung lebih loyal kepada perusahaan yang menunjukkan kepedulian terhadap isu-isu sosial dan lingkungan, sementara investor lebih tertarik pada perusahaan yang menjalankan praktik bisnis yang berkelanjutan. Dengan demikian, citra positif yang dibangun melalui CSR dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan serta menarik minat investor.

Penelitian oleh García-Rivas et al. (2023) mengungkapkan bahwa CSR dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar global. Studi ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mengimplementasikan CSR dengan baik cenderung lebih inovatif dan adaptif terhadap perubahan pasar. Inisiatif CSR yang berfokus pada keberlanjutan lingkungan dan sosial mendorong perusahaan untuk mengembangkan produk dan layanan baru yang memenuhi permintaan konsumen yang semakin sadar akan isu-isu keberlanjutan. Akibatnya, perusahaan tersebut tidak hanya meningkatkan nilai mereka sendiri tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan industri secara keseluruhan. Akan tetapi, penelitian oleh Winarsih & Fuad (2022) menunjukkan *Corporate Social Responsibility* tidak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas mencerminkan efisiensi perusahaan dalam menggunakan sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Beberapa indikator

umum yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan profit margin. ROA mengukur efisiensi perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba, dengan menghitung rasio antara laba bersih dan total aset. ROE mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari ekuitas pemegang saham, dengan menghitung rasio antara laba bersih dan total ekuitas. Salah satu informasi yang seringkali dibutuhkan oleh investor adalah mengenai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang dihitung menggunakan rasio profitabilitas (Pada et al., 2021). Hal ini dapat meningkatkan permintaan atas saham perusahaan tersebut di pasar modal, yang pada akhirnya menaikkan harga saham dan meningkatkan nilai pasar perusahaan. Di sisi lain, profitabilitas yang rendah atau fluktuatif dapat menurunkan nilai perusahaan. Perusahaan yang tidak mampu menghasilkan laba yang memadai sering kali dipandang berisiko lebih tinggi oleh investor dan kreditor. Hal ini dapat mengurangi minat investor dan meningkatkan biaya modal, yang pada akhirnya berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, menjaga dan meningkatkan profitabilitas merupakan strategi penting bagi perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan nilai pasarnya.

Penelitian oleh Pada et al. (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak hanya mempengaruhi nilai pasar langsung tetapi juga melalui mekanisme lain seperti reputasi perusahaan dan kemampuan untuk berinovasi. Penelitian ini menemukan bahwa perusahaan yang menunjukkan

kinerja profitabilitas tinggi juga cenderung lebih inovatif dan memiliki reputasi yang lebih baik di mata konsumen dan investor. Dengan demikian, profitabilitas berperan sebagai katalis dalam meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kepercayaan pasar dan investasi dalam inovasi. Dengan demikian, perusahaan dapat memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dan kesejahteraan jangka panjang.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh LumbanGaol et al. (2021). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh LumbanGaol et al. (2021) yaitu perbedaan pertama, penelitian ini menambahkan variabel Profitabilitas yang mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Leny Suzan & Nurul Izza Ramadhani (2023). Profitabilitas ditambahkan dalam penelitian ini karena mencerminkan efisiensi perusahaan dalam menggunakan sumber daya yang dimiliki. Perbedaan kedua terletak pada pengukuran CSR, pada penelitian ini menggunakan GRI standards yang terdiri dari 148 item sedangkan sebelumnya menggunakan GRI G4. GRI Standards memiliki keunggulan dibandingkan dengan GRI G4 yaitu GRI Standards mengusung perubahan signifikan mengenai struktur dokumen dan penggunaan bahasa. Perbedaan ketiga terletak pada obyek penelitian, pada penelitian ini menggunakan perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai obyek penelitian karena perusahaan sektor energi merupakan perusahaan yang mengalami kenaikan indeks harga saham selama tahun 2021-2023. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan analisis lebih detail dengan judul “Pengaruh *Intellectual Capital, Corporate*

Social Responsibility, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan : studi empiris sektor energi yang Terdaftar di BEI Periode 2021-2023.”

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian mengenai pengaruh *Intellectual Capital*, CSR, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan masih sangat terbatas, terutama yang mengintegrasikan ketiga faktor ini secara komprehensif. Sebagian besar studi sebelumnya cenderung fokus pada analisis masing-masing faktor secara terpisah atau hanya dua faktor sekaligus, sehingga tidak memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana ketiga faktor ini saling berinteraksi dan mempengaruhi nilai perusahaan, khususnya di sektor energi yang memiliki dinamika dan tantangan tersendiri. Dengan demikian, penelitian yang menggabungkan ketiga faktor ini sangat diperlukan untuk memberikan wawasan yang lebih lengkap dan mendalam tentang faktor-faktor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan di sektor energi yang terdaftar di BEI.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah *Intellectual Capital* (IC) berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Intellectual Capital* (IC) terhadap Nilai Perusahaan serta mendapatkan bukti empiris dari sektor energi.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan serta mendapatkan bukti empiris dari sektor energi.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan serta mendapatkan bukti empiris dari sektor energi.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai wacana dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang akuntansi keuangan. Manfaat keilmuan yang dapat memperkaya literatur akademis dengan mengintegrasikan tiga faktor penting (*Intellectual capital*, *CSR*, dan profitabilitas) dalam analisis nilai perusahaan di sektor energi. Hal ini memberikan perspektif baru yang komprehensif tentang bagaimana ketiga faktor tersebut secara simultan mempengaruhi nilai perusahaan. Disisi lain, menjadi referensi bagi studi-studi selanjutnya yang ingin mengeksplorasi hubungan antara *Intellectual Capital*, *CSR*, profitabilitas, dan nilai perusahaan dalam berbagai sektor industri lainnya. Penelitian ini bisa mengembangkan dan menguji model analisis baru yang

mengintegrasikan ketiga faktor tersebut, yang mungkin belum banyak diteliti secara bersamaan dalam konteks sektor energi di Indonesia. Hal ini dapat berguna untuk pengembangan teori di bidang manajemen strategis dan keuangan perusahaan., serta untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Penelitian ini bisa meningkatkan kualitas informasi akuntansi, sehingga fondasi bagi banyak aspek penting dalam pengelolaan bisnis dan keuangan. Hal ini bisa bermanfaat bagi semua pihak, termasuk investor, kreditor, dan pemerintah.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai wacana dalam memberikan masukan kepada perusahaan dan pemangku kepentingan.

- a) Bagi perusahaan untuk memberikan wawasan berharga bagi perusahaan energi dalam mengelola dan memaksimalkan *intellectual capital*, melaksanakan praktik CSR yang efektif, dan meningkatkan profitabilitas untuk meningkatkan nilai perusahaan.
- b) Bagi investor untuk mengambil keputusan investasi yang lebih tepat. Investor dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk mengevaluasi perusahaan energi berdasarkan pengelolaan *intellectual capital*, pelaksanaan CSR, dan tingkat profitabilitas. Hal ini dapat membantu investor untuk menghindari risiko investasi, dan untuk mendapatkan laba yang optimal.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Landasan Teori merupakan pondasi dalam sebuah penelitian. Dengan landasan teori maka penelitian tersebut dapat dianggap tepat dan relevan, Landasan Teori pun juga digunakan sebagai jawaban sementara penelitian apa yang dinyatakan dalam hipotesis penelitian. Teori yang digunakan tidak boleh digunakan secara acak tetapi telah diuji secara tepat dan benar.

2.1.1 *Signaling Theory*

Menurut Ross (1977), *Signaling Theory* menjelaskan alasan suatu perusahaan memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal terkait dengan asimetri informasi antara manajemen perusahaan dengan pihak luar. Sinyal ini dapat berupa pengungkapan informasi yang relevan untuk mengurangi ketidakpastian dan menilai nilai sebenarnya dari perusahaan.

Menurut Brigham, EF, & Houston (2017), *Signaling Theory* merupakan teori sinyal yang menjadi indikasi dari manajemen tentang prospek perusahaan. Teori sinyal menunjukkan bahwa informasi yang telah dikeluarkan oleh suatu perusahaan sangat penting bagi para pihak di luar perusahaan di luar perusahaan (Hermawan et al., 2023). Teori signaling mengacu pada upaya perusahaan untuk menyampaikan informasi kepada para pemangku kepentingan (stakeholders) mengenai kualitas dan kinerja perusahaan.. Signaling dapat memengaruhi persepsi para pemangku kepentingan tentang nilai perusahaan dan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana faktor-faktor seperti *Intellectual Capital*, *Corporate*

Social Responsibility (CSR), dan profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas dapat dikatakan sebagai sinyal positif bagi investor dalam mengetahui kemampuannya suatu perusahaan yang telah dicapai selama periode tertentu (Hermawan et al., 2023).

2.2 Variabel Penelitian

2.2.1 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merujuk pada harga atau nilai keseluruhan dari sebuah perusahaan yang mencerminkan persepsi pasar terhadap prospek masa depan, potensi pertumbuhan, dan kinerja keuangan perusahaan tersebut. Nilai perusahaan sering kali diukur melalui beberapa indikator keuangan seperti harga saham, capital gain, serta rasio keuangan lainnya. Menurut Brigham dan Houston (2010), nilai perusahaan merupakan nilai pasar yang ditentukan berdasarkan harga saham yang diperdagangkan di bursa efek, yang mencerminkan harapan investor terhadap kinerja perusahaan di masa depan. Oleh karena itu, nilai perusahaan dapat dianggap sebagai representasi dari total kekayaan yang dimiliki oleh pemegang saham.

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi kinerja keuangan perusahaan seperti laba, pendapatan, dan efisiensi operasional. Selain itu, struktur modal dan kebijakan dividen juga memainkan peran penting. Sebagai contoh, Modigliani dan Miller (1958) dalam teori struktur modal mereka menyatakan bahwa dalam pasar yang sempurna, struktur modal tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Namun, dalam

praktiknya, aspek-aspek seperti biaya modal, risiko keuangan, dan fleksibilitas keuangan menjadi penentu utama. Faktor eksternal mencakup kondisi ekonomi makro, kebijakan pemerintah, serta kondisi industri tempat perusahaan beroperasi. Ketidakpastian ekonomi atau perubahan regulasi dapat berdampak signifikan pada nilai pasar perusahaan.

Menentukan nilai perusahaan adalah penting karena memberikan gambaran yang jelas mengenai posisi dan potensi perusahaan di pasar. Nilai perusahaan menjadi acuan utama bagi investor dalam mengambil keputusan investasi. Seperti yang dijelaskan oleh Yunita & Prastiwi (2021), analisis nilai perusahaan memungkinkan investor untuk menilai apakah saham perusahaan tersebut overvalued atau undervalued, sehingga dapat membuat keputusan yang lebih informasional dalam investasi mereka. Selain itu, manajemen perusahaan juga menggunakan informasi mengenai nilai perusahaan untuk merencanakan strategi bisnis dan kebijakan yang dapat meningkatkan nilai bagi pemegang saham. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dan cara untuk meningkatkan nilai tersebut merupakan hal yang sangat krusial dalam manajemen keuangan perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Winarsih & Fuad (2022) dan LumbanGaol et al. (2021), nilai perusahaan diukur menggunakan *Price Book Value* (PBV) dengan rumus:

$$PBV = \frac{\text{Price Per share}}{\text{Book Value Per Share}}$$

Keterangan :

PBV (*Price to Book Value*) = Nilai Perusahaan

Price Per Share = Harga Pasar Per Lembar Saham

Book Value Per Share = Nilai Buku Per Lembar Saham

Book Value Per Share = $\frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$

Sedangkan, penelitian oleh Appah et al. (2023), nilai perusahaan diukur menggunakan perhitungan Tobin's Q dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{MVE + DEBT}{TA}$$

Keterangan :

MVE : Nilai pasar ekuitas saham

DEBT : Total utang perusahaan

TA : Total aktiva

2.2.2 *Intellectual Capital*

Modal intelektual (*Intellectual Capital*) merujuk pada aset tidak berwujud yang dimiliki oleh suatu organisasi yang dapat memberikan nilai tambah dan keunggulan kompetitif. Modal intelektual terdiri dari pengetahuan, keterampilan, inovasi, dan hubungan yang dimiliki oleh perusahaan. Menurut Bontis et al. (2000) menyatakan bahwa terdapat 3 unsur utama IC, yaitu modal yang digunakan (VACA), modal manusia (VAHU), dan modal struktural (STVA). Modal manusia mencakup pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi yang dimiliki oleh karyawan. Modal struktural terdiri dari proses, database, dan teknologi yang mendukung operasional perusahaan. Sementara modal relasional mencakup hubungan dengan pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis.

Modal intelektual menjadi semakin penting dalam era ekonomi berbasis pengetahuan di mana inovasi dan pengetahuan menjadi kunci keberhasilan

perusahaan. Modal intelektual dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan kemampuan inovasi perusahaan. Penelitian oleh Yunita & Prastiwi (2021) menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki modal intelektual yang kuat cenderung memiliki kinerja keuangan yang lebih baik karena mampu menciptakan nilai melalui inovasi dan peningkatan proses bisnis. Modal intelektual juga berperan penting dalam menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Hal ini karena pengetahuan dan inovasi sulit untuk ditiru oleh pesaing, sehingga memberikan posisi yang kuat bagi perusahaan di pasar.

Pengukuran modal intelektual merupakan tantangan tersendiri karena sifatnya yang tidak berwujud dan sulit diidentifikasi secara langsung. Namun, berbagai metode telah dikembangkan untuk mengukur modal intelektual, mengacu pada pada Pulic (1998) yang digunakan oleh (Yunita & Prastiwi, 2021) diukur menggunakan *Value Added Intellectual Coefficient* (VAICTM). Tahapan perhitungan VAICTM yakni sebagai berikut:

1. Menghitung *Value Added* (VA)

$$VA = OUT - IN$$

Keterangan:

Output (OUT) = Total penjualan dan pendapatan lain.

Input (IN) = Beban dan biaya-biaya (selain beban karyawan).

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

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

Keterangan :

$VACA = Value Added Capital Employed$

$VA = Value Added$

$CE = Capital Employed$ (Jumlah ekuitas dan laba bersih)

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

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

Keterangan :

$VAHU = Value Added Human Capital$

$VA = Value Added$

$HC =$ Beban tenaga kerja (total gaji, upah dan pendapatan karyawan)

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

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

Keterangan :

$STVA = Structural Capital Value Added$

$VA = Value Added$

$Structural Capital (SC) = VA - HC$

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

VAIC™ merupakan penjumlahan dari VACA, VAHU dan STVA. VAIC™ dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

2.2.3 *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah konsep di mana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka serta dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan. CSR mencakup berbagai kegiatan seperti kegiatan amal, kepedulian terhadap lingkungan, peningkatan kesejahteraan karyawan, dan keterlibatan dalam komunitas lokal. Menurut Carroll (2016), CSR dapat dilihat dari empat dimensi utama yaitu tanggung jawab ekonomi, hukum, etis, dan filantropis. Menurut Kim (2016) berpendapat bahwa inisiasi CSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan karena implementasi CSR meningkatkan citra perusahaan.

Implementasi CSR yang efektif dapat memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan. Menurut penelitian oleh Winarsih & Fuad (2022), perusahaan yang berkomitmen pada praktek CSR cenderung menikmati peningkatan loyalitas pelanggan, reputasi yang lebih baik, dan hubungan yang lebih kuat dengan pemangku kepentingan. Hal ini dapat meningkatkan keuntungan finansial dan nilai perusahaan. Lebih lanjut, studi oleh Machmuddah et al. (2020) menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR cenderung memiliki akses yang lebih mudah ke pasar modal dan mendapatkan biaya modal yang lebih rendah. CSR juga dapat berfungsi sebagai alat mitigasi risiko, di mana perusahaan yang terlibat dalam praktek CSR dapat lebih baik dalam menghadapi krisis dan tantangan eksternal (LumbanGaol et al., 2021)

Pengukuran CSR dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti menggunakan indeks keberlanjutan, laporan keberlanjutan, dan standar internasional seperti ISO 26000. Salah satu metode yang umum digunakan adalah Global Reporting Initiative (GRI), yang menyediakan kerangka kerja bagi perusahaan untuk mengukur dan melaporkan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial mereka. Dalam praktiknya, perusahaan perlu mengadopsi pendekatan strategis terhadap CSR yang terintegrasi dengan tujuan bisnis mereka. Sebagai contoh, penelitian oleh Glavas dan Godwin (2020) menunjukkan bahwa CSR yang strategis, di mana kegiatan sosial dan lingkungan diintegrasikan dengan strategi bisnis inti, dapat menghasilkan sinergi yang lebih besar dan peningkatan kinerja perusahaan. CSR dapat diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI)* berdasarkan GRI Standards yang mengacu pada Global Sustainability Standards Board (2016, 2018, 2019) dengan rumus sebagai berikut :

$$CSRDI = \frac{\text{Total skor item CSR yang diungkapkan}}{148 \text{ item}}$$

Pengukuran dilakukan dengan memberikan skor pada setiap pengungkapan. Jika perusahaan mengungkapkan CSR, maka skornya adalah 1, sedangkan jika perusahaan tidak mengungkapkan CSR, skornya adalah 0.

2.2.4 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba (keuntungan) dalam periode tertentu. Menurut Faizah & Ediraras (2021), profitabilitas adalah mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuangan ditingkat penjualan, aset,

modal saham tertentu. Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk menghasilkan keuntungan bagi investor, dan profitabilitas dinilai sangat penting karena laba dapat dijadikan sebagai indikator dalam mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk evaluasi perusahaan (Machmuddah et al., 2020).

Rasio profitabilitas ini dapat digunakan oleh investor sebagai tolak ukur penilaian terhadap suatu perusahaan. Beberapa tolak ukur seperti perspektif keuangan dan perspektif proses bisnis dapat digunakan antara lain omzet penjualan dan tingkat keuntungan (laba) yang didapatkan perusahaan. Tolak ukur ini mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan nilai pasar di antara perusahaan perusahaan lain. Profitabilitas merupakan salah satu indikator keberhasilan manajemen suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik profitabilitas maka prospek masa depan perusahaan akan semakin baik, dan nilai perusahaan akan semakin meningkat.

Berdasarkan definisi Profitabilitas yang dikemukakan oleh penulis maka Profitabilitas dapat diartikan suatu perusahaan dapat dianggap sebagai indikator kinerja untuk mengukur bagaimana perusahaan menggunakan sumber daya yang dimilikinya. Bagi investor dan pemegang saham, rasio profitabilitas merupakan metrik yang penting karena dapat memberikan informasi mengenai pengelolaan suatu perusahaan. Selain itu, profitabilitas dapat digunakan sebagai panduan masa depan keuangan suatu perusahaan (Pada et al., 2021). ROA menjelaskan Rasio profitabilitas merupakan salah satu dari beberapa elemen rasio keuangan yang wajib dimiliki perusahaan. ROA menunjukkan seberapa baik perusahaan

menggunakan asetnya untuk menghasilkan keuntungan dan nilai bagi pemegang saham.

ROE juga menjelaskan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih atas modal sendirinya. Sebagaimana diungkapkan Appah et al. (2023), ROE yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan sehingga sangat menarik bagi pemegang saham atau calon pemegang saham serta manajemen.

Profitabilitas dapat dihitung menggunakan beberapa rasio, yaitu:

1. *Return On Asset* (ROA)

ROA merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas penggunaan aset perusahaan dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah yang tertanam dalam total aset. Menurut (Ela Amelia, 2023) Rumus ROA Sebagai berikut :

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

2. *Return On Equity* (ROE)

ROE merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas penggunaan ekuitas perusahaan dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah yang tertanam dalam total ekuitas. Menurut Bonansius (2023), rumus ROE sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Modal sendiri}} \times 100\%$$

2.3 Penelitian Terdahulu

Beberapa yang mendasari dan sesuai dengan pertanyaan penelitian terkait judul “Pengaruh *Intellectual Capital*, *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.”

2.3.1 Penelitian terdahulu tentang pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

Terdapat beberapa penelitian, antara lain: Leny Suzan & Nurul Izza Ramadhani (2023), Winarsih & Fuad (2022), Appah et al. (2023) menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan Hocky & Chandra (2022), Rizkhyana et al. (2022) menunjukkan hasil *Intellectual Capital* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Berikut ini adalah tabel penelitian terdahulu.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

Peneliti, Tahun	Variabel	Sampel dan Metode Analisis	Hasil
Leny Suzan & Nurul Izza Ramadhani (2023)	Variabel Dependen: Y : <i>Firm value</i> Variabel Independen: X : <i>Intellectual Capital</i>	Sampel: Perusahaan konsumen sektor non-siklikal yang terdaftar di (BEI) periode 2018 – 2021 dan diperoleh 76 sampel. Metode analisis: Analisis regresi data panel	Modal intelektual secara simultan dan parsial mempengaruhi nilai perusahaan.

Winarsih & Fuad (2022)	Variabel Dependen: Y : <i>Firm value</i> Variabel Independen: X : <i>Intellectual Capital</i>	Sampel: 40 laporan tahunan perusahaan sektor yang terdaftar di Jakarta Islamic Index dari tahun 2017-2019. Metode analisis: Analisis regresi berganda	<i>Intellectual Capital</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan,
Appah et al., (2023)	Variabel Dependen: Y: <i>Firm value</i> Variabel Independen: X : <i>Intellectual Capital</i>	Sampel: perusahaan dalam indeks LQ-45 pada tahun 2017 – 2021. Metode analisis: Regresi data panel dan analisis regresi linier berganda.	<i>Intellectual Capital</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
Hocky & Chandra (2022)	Variabel Dependen: Y: <i>Firm value</i> Variabel Independen: X : <i>Intellectual Capital</i>	Sampel: 51 perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di BEI periode 2019, dan diperoleh sebanyak 48 sampel. Metode analisis: Analisis jalur dengan tes statistik deskriptif	Modal intelektual berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
Rizkhyana et al. (2022)	Variabel Dependen: Y : <i>Firm value</i> Variabel Independen: X : <i>Intellectual Capital</i>	Sampel: 88 observasi yang dikumpulkan pada perusahaan-perusahaan yang masuk LQ45 antara tahun 2017 - 2020. Metode analisis: Analisis regresi	<i>Intellectual Capital</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

2.3.2 Penelitian terdahulu tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Terdapat beberapa penelitian, antara lain: Rizkhyana et al. (2022), Hermawan et al. (2023), Machmuddah et al. (2020) menunjukkan bahwa

Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan Winarsih & Fuad (2022), LumbanGaol et al. (2021) menunjukkan hasil *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Berikut ini adalah tabel penelitian terdahulu.

Tabel 2.2.

**Penelitian Terdahulu Corporate Social Responsibility terhadap Nilai
Perusahaan**

Peneliti, Tahun	Variabel	Sampel dan Metode Analisis	Hasil
Rizkhyana et al. (2022)	Variabel Dependen: Y : <i>Firm value</i> Variabel Independen: X : <i>Corporate Social Responsibility</i>	Sampel: 88 observasi yang dikumpulkan pada perusahaan yang masuk LQ45 antara tahun 2017 - 2020. Metode analisis: Analisis Regresi	CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
Hermawan et al. (2023)	Variabel Dependen: Y : <i>Firm value</i> Variabel Independen: X : <i>Corporate Social Responsibility</i>	Sampel: perusahaan farmasi Indonesia yang terdaftar di BEI periode 2016-2020 dan perusahaan farmasi Malaysia yang terdaftar di Bursa Efek Malaysia periode 2016-2020. 8 perusahaan farmasi Indonesia dari 10 perusahaan, dan 8 perusahaan farmasi Malaysia dari 16 perusahaan. Metode analisis: the partial least squares (PLS) analysis	CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan farmasi Indonesia.

Machmuddah et al. (2020)	Variabel Dependen: Y : <i>Firm value</i> Variabel Independen: X : <i>Corporate Social Responsibility</i>	Sampel: total sampel penelitian adalah 109 perusahaan yang terdaftar di (BEI) selama periode 2013-2017. Metode analisis: the partial least square (PLS)	CSR perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
Winarsih & Fuad (2022)	Variabel Dependen: Y : <i>Firm value</i> Variabel Independen: X : <i>Corporate Social Responsibility</i>	Sampel: 40 laporan tahunan perusahaan sektor yang terdaftar di Jakarta Islamic Index dari tahun 2017-2019 Metode analisis: Analisis regresi berganda	CSR tidak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
LumbanGaol et al. (2021)	Variabel Dependen: Y : <i>Firm value</i> Variabel Independen: X : <i>Corporate Social Responsibility</i>	Sampel: Sampel 116 perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI dari tahun 2014 – 2019 Metode analisis: Statistik deskriptif	CSR tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

2.3.2 Penelitian terdahulu tentang pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Terdapat beberapa penelitian, antara lain: Pada et al. (2021), Appah et al. (2023) menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan Bonansius (2023), Wijaya et al. (2021) menunjukkan hasil Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Berikut ini adalah tabel penelitian terdahulu.

Tabel 2.3

Penelitian Terdahulu Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Peneliti, Tahun	Variabel	Sampel dan Metode Analisis	Hasil
Pada et al. (2021)	Variabel Dependen: Y: Nilai Perusahaan Variabel Independen: X: Profitabilitas	Sampel: Perusahaan Rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebanyak 4 perusahaan, . yaitu PT. Gudang Garam, Tbk., PT. Handjaya Mandala Sampoerna, Tbk, PT. Wismilak Inti Makmur, Tbk., dan PT. Bentoel International Investama, Tbk. Metode analisis: Path Analysis dengan pendekatan deskriptif.	Profitabilitas (ROA) terhadap variable Nilai Perusahaan (PBV) mempunyai pengaruh positif dan signifikan.
Appah et al. (2023)	Variabel Dependen: Y : <i>Firm value</i> Variabel Independen: X : <i>Profitability</i>	Populasi dan sampel: perusahaan dalam indeks LQ-45 pada tahun 2017 – 2021. Metode analisis data: Regresi data panel dan Analisis Regresi linier berganda.	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
Bonansius (2023)	Variabel Dependen: Y : <i>Firm value</i> Variabel Independen: X : <i>profitability</i>	Sampel: perusahaan sektor konsumen non-siklikal yang terdaftar di (BEI) untuk periode 2016 - 2020 dan sampel	Profitabilitas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

		dengan total 59 perusahaan. Metode analisis: Analisis regresi moderasi	
Wijaya et al. (2021)	Variabel Dependen: Y : Nilai Perusahaan Variabel Independen: X : <i>profitabilitas</i>	Sampel: perusahaan LQ 45 yang terdaftar di BEI periode 2013 – 2016 sebanyak 32 perusahaan Metode analisis: Uji anova	Profitabilitas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis

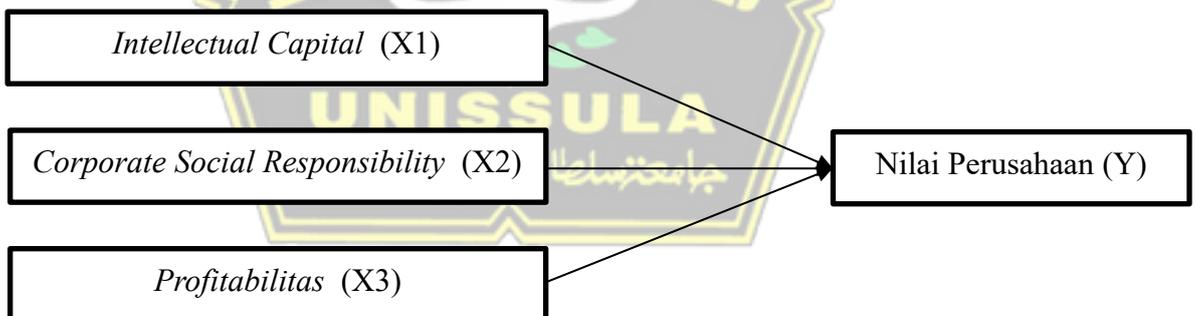
Hubungan antara *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa aset intelektual, seperti pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman karyawan, sebagai sumber keunggulan kompetitif. Jika *Intellectual Capital* dikelola dengan baik, dapat menghasilkan peningkatan nilai perusahaan melalui peningkatan produktivitas, inovasi, dan efisiensi. Namun, jika manajemen *Intellectual Capital* tidak efektif, maka dapat menimbulkan biaya tinggi dan mengurangi nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki hubungan yang kompleks dengan nilai perusahaan. Kegiatan CSR dapat meningkatkan citra perusahaan dan loyalitas pelanggan, yang berpotensi meningkatkan nilai perusahaan. Di sisi lain, investasi besar bisa menjadi beban keuangan yang mengurangi profitabilitas perusahaan dalam jangka pendek. Selain itu, efektivitas CSR dalam meningkatkan nilai perusahaan juga tergantung pada persepsi dan respon pemangku kepentingan. Hubungan CSR dengan nilai perusahaan bisa positif jika kegiatan

CSR sejalan dengan strategi bisnis dan nilai pemangku kepentingan, tetapi bisa negatif jika dianggap tidak relevan atau sebagai biaya tambahan tanpa manfaat langsung.

Hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan sebagai hal yang penting namun kompleks. Profitabilitas yang tinggi cenderung mengindikasikan efisiensi operasional dan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang memadai bagi pemegang saham dan investor. Akan tetapi, profitabilitas yang terlalu tinggi mungkin menandakan risiko operasional yang tidak terkelola dengan baik. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan beberapa faktor dan strategi bisnis secara menyeluruh ketika menilai bagaimana profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan.

Berdasarkan kajian pustaka dan uraian yang telah dipaparkan, kerangka pemikiran penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran

2.5 Pengembangan Hipotesis

2.5.1 Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan

Intellectual Capital (IC) mencakup pengetahuan, keterampilan, dan kapabilitas yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Komponen utama IC meliputi *human capital*, *structural capital*, dan *relational capital*. Hubungan antara *Intellectual Capital* dan nilai perusahaan terletak pada kemampuan perusahaan untuk mengelola dan memanfaatkan pengetahuan serta keahlian ini secara efektif, yang dapat menghasilkan produk dan layanan berkualitas tinggi, inovasi berkelanjutan, dan peningkatan efisiensi operasional. Ketika *Intellectual Capital* dioptimalkan, perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif yang lebih kuat, meningkatkan profitabilitas, dan akhirnya meningkatkan valuasi pasar.

Berdasarkan teori sinyal, Peningkatan *Intellectual Capital* dapat memberikan sinyal positif kepada investor mengenai potensi pertumbuhan dan daya saing perusahaan di masa depan. Artinya tidak hanya mendorong pertumbuhan pendapatan dan pengurangan biaya saja, tetapi meningkatkan reputasi perusahaan di mata investor dan pemangku kepentingan lainnya. Akibatnya, perusahaan yang memiliki *Intellectual Capital* yang kuat cenderung memiliki valuasi yang lebih tinggi di pasar, karena para investor melihat potensi pertumbuhan dan profitabilitas jangka panjang yang lebih besar.

Penelitian terdahulu Winarsih & Fuad (2022), menunjukkan hasil yang sama yang menyatakan *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Maka dapat dihipotesiskan sebagai berikut:

H_1 : *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan nilai perusahaan.

2.5.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) mencerminkan komitmen perusahaan terhadap praktik bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab secara sosial. Melalui aktivitas CSR, perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan finansial tetapi juga pada kesejahteraan sosial dan lingkungan. CSR memiliki hubungan positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan karena implementasi praktik CSR yang baik dapat meningkatkan reputasi dan citra perusahaan di mata pemangku kepentingan, termasuk konsumen, investor, dan komunitas lokal.

Berdasarkan teori sinyal, CSR dapat digunakan sebagai sinyal bahwa perusahaan memiliki reputasi yang baik dan peduli terhadap masyarakat serta lingkungan. Artinya ketika perusahaan secara aktif terlibat dalam tanggung jawab sosial, seperti menjaga lingkungan, berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat, dan memastikan praktik bisnis yang etis, hal tersebut tidak hanya menciptakan hubungan yang lebih baik dengan pemangku kepentingan tetapi juga meningkatkan loyalitas konsumen dan kepercayaan investor. Oleh karena itu, melalui komitmen terhadap CSR, perusahaan dapat memperkuat hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan, mengurangi risiko bisnis, dan menciptakan nilai jangka panjang, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh Yunita & Prastiwi (2021), Rizkhyana et al., (2022) menunjukkan hasil CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan CSR tidak hanya memperbaiki citra dan reputasi perusahaan, tetapi

juga meningkatkan hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan, dan secara keseluruhan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Maka dapat dihasilkan hipotesis sebagai berikut.

H₂: Corporate Social Responsibility berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.5.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan indikator utama dari kinerja keuangan perusahaan. Rasio profitabilitas, seperti *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE), sering digunakan oleh investor untuk menilai efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aset yang dimiliki. Hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa kinerja keuangan yang kuat secara langsung berdampak positif pada valuasi dan daya tarik perusahaan di pasar. Hal ini tidak hanya meningkatkan nilai perusahaan dari perspektif pasar, tetapi juga mencerminkan kemampuan perusahaan untuk bertahan dan tumbuh dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Artinya, profitabilitas yang tinggi secara konsisten dapat dianggap sebagai faktor krusial yang kuat terhadap peningkatan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

Berdasarkan teori sinyal, Profitabilitas yang tinggi dapat menjadi sinyal bahwa perusahaan memiliki manajemen yang efisien dan strategi bisnis yang efektif. Ross (1977) dalam teorinya menyatakan bahwa "tingkat profitabilitas yang tinggi dapat menjadi sinyal bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik di masa depan". Oleh karena itu, perusahaan yang menunjukkan tingkat profitabilitas yang tinggi akan cenderung memiliki nilai pasar yang lebih tinggi. Hal ini disebabkan semakin meningkatnya perubahan *Return on Assets*

menunjukkan semakin besar fluktuasi kemampuan manajemen dalam menghasilkan laba. Hal ini dapat mempengaruhi investor dalam memprediksi laba dan memprediksi risiko dalam investasi sehingga memberikan dampak pada kepercayaan investor dengan perusahaan.. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Appah et al., 2023) menunjukkan hasil Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi ini akan memicu manajemen melakukan praktik nilai perusahaan untuk mengurangi besarnya pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan. Maka berdasarkan uraian di atas maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₃ : Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang berdasarkan pada *filsafat positivisme* dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Data dikumpulkan melalui instrumen penelitian, kemudian dianalisis secara kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditentukan (Sugiyono, 2022). Penelitian ini termasuk dalam jenis explanatory research. Menurut Sugiyono (2022), explanatory research menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel yang diteliti.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan disimpulkan (Sugiyono, 2022). Dalam penelitian ini, populasinya mencakup semua perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Dalam sektor energi, terutama yang terkait dengan ketahanan energi nasional dapat mendorong investasi dalam sektor ini. Oleh karena itu, menghadapi fluktuasi harga energi global dan perubahan iklim yang mempengaruhi keberlanjutan sumber daya energi.

3.2.2 Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor energi pada tahun 2021 – 2023. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu (Sugiyono, 2022). Berikut ini kriteria yang digunakan dalam penelitian yakni sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor energi yang secara konsisten terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan pada situs www.idx.co.id atau website resminya.
3. Perusahaan sektor energi yang tidak mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan selama periode 2021 - 2023.

3.3 Jenis Data dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder. Menurut Sugiyono (2022), data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung diberikan kepada pengumpul data, melainkan diperoleh melalui orang lain atau dengan meneliti dokumen.

3.3.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan sumber data dari laporan keuangan pada perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2021-2023 yang telah memenuhi kriteria pengambilan sampel. Data pada

penelitian ini didapatkan melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) pada situs www.idx.co.id, website resmi perusahaan, dan sumber resmi lain yang dapat mendukung penelitian ini.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi untuk pengumpulan data. Metode ini melibatkan pengambilan data dan informasi dari buku, arsip, dokumen, angka, gambar, serta format laporan dan keterangan yang dapat digunakan untuk penelitian (Sugiyono, 2022). Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dengan mengunduh laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021-2023.

3.5 Definisi dan Pengukuran Variabel

3.5.1 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen pada penelitian ini yaitu Nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan nilai pasar dari surat utang dan ekuitas perusahaan yang beredar. Nilai perusahaan sebagai variabel dependen diukur dengan menggunakan proksi price to book value (PBV) dan Tobin's Q yang proksinya digunakan oleh LumbanGaol et al., (2021), Winarsih & Fuad (2022). PBV merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai bukunya. Nilai perusahaan diukur menggunakan *Price Book Value* (PBV) yakni dengan rumus:

$$PBV = \frac{\text{Price Per share}}{\text{Book Value Per Share}}$$

Keterangan :

PBV (*Price to Book Value*) = Nilai Perusahaan

Price Per Share = Harga Pasar Per Lembar Saham

Book Value Per Share = Nilai Buku Per Lembar Saham

Book Value Per Share = $\frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$

Jika semakin tinggi nilai PBV menunjukkan semakin mahal harga saham perusahaan tersebut. Sebaliknya, jika semakin rendah nilai PBV maka semakin murah harga saham perusahaan tersebut.

3.5.2 Variabel Independen (X)

Variabel Independen atau dalam arti lain variabel bebas yakni suatu variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen yang terdapat didalam penelitian ini yaitu *Intellectual Capital*, *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas.

1. *Intellectual Capital*

Pengukuran modal intelektual dalam penelitian ini menggunakan *proxy Value Added Intellectual Coefficient (VAICTM)*, yang memberikan informasi tentang efisiensi penciptaan nilai dari aset berwujud dan tidak berwujud di perusahaan. VACA adalah indikator VA yang dibuat oleh unit modal fisik. Rasio ini menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap unit CE terhadap nilai tambah organisasi. VAHU adalah indikator yang menunjukkan berapa banyak VA yang dihasilkan dengan dana yang dihabiskan untuk tenaga kerja. Rasio ini menunjukkan kontribusi yang

diberikan oleh setiap rupiah yang diinvestasikan di HC terhadap nilai tambah organisasi. STVA (*Structural Capital Value Added*) adalah rasio untuk mengukur jumlah SC yang dibutuhkan untuk menghasilkan 1 rupiah dari VA. Mengacu pada Public (1998) yang digunakan oleh Yunita & Prastiwi (2021) diukur menggunakan *Value Added Intellectual Coefficient* (VAICTM).

Menghitung *Value Added Intellectual Coefficient* (VAICTM) merupakan penjumlahan dari VACA, VAHU dan STVA. VAICTM dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$VAICTM = VACA + VAHU + STVA$$

Jika semakin tinggi nilai VAICTM menunjukkan semakin baik kemampuan perusahaan dalam menghasilkan nilai perusahaan melalui pengelolaan modal intelektual begitu sebaliknya. Semakin tinggi nilai VAICTM maka semakin efektif pengelolaan modal intelektual yang dilakukan perusahaan.

2. *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep di mana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka serta dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan. CSR dapat diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) berdasarkan GRI Standards yang mengacu pada Global Sustainability Standards Board (2016, 2018, 2019) yakni sebagai berikut :

$$CSRDI = \frac{\text{Total skor item CSR yang diungkapkan}}{148 \text{ item}}$$

Jika semakin tinggi nilai CSRDI menunjukkan semakin banyak perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan. Dengan demikian, semakin tinggi nilai CSRDI, semakin baik perusahaan dalam mengungkapkan CSRnya

3. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba (keuntungan) dalam periode tertentu. Menurut Appah et al. (2023) pengukuran profitabilitas pada penelitian ini menggunakan ROA dengan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Menurut Faizah & Ediraras (2021), profitabilitas adalah mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuangan ditingkat penjualan, aset, modal saham tertentu. Jika semakin tinggi nilai ROA menunjukkan semakin efisien perusahaan dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh laba. dan sebaliknya. Hal ini membuktikan bahwa semakin besar *Return on Assets* (ROA) sebagai rasio profitabilitas suatu perusahaan, maka penggunaan aset akan semakin efisien sehingga akan meningkatkan laba dari aktiva yang dimiliki. Dengan demikian, semakin tinggi rasio ini, semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh laba bersih. Sehingga ROA memotivasi manajemen untuk melakukan nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka definisi operasional dan pengukuran variabel dalam penelitian ini dapat diringkas sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

No	Variabel & Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Y = Nilai perusahaan Nilai perusahaan adalah interpretasi kesejahteraan pemegang saham pada harga dasar bagi perusahaan (Amry Mahdan Abrari et al., 2022).	$PBV = \frac{\text{Price Per share}}{\text{Book Value Per Share}}$ Mengacu pada penelitian (Winarsih & Fuad, 2022)	Rasio
2	X1 = <i>Intellectual Capital</i> <i>Intellectual Capital</i> (IC) merupakan aset tidak berwujud, terutama dalam literatur penelitian, dalam bentuk pengetahuan, keterampilan, ide, dan pelatihan bisnis karyawan perusahaan yang tidak tercantum dalam neraca (Barriga, 2019).	1. Menghitung <i>Value Added</i> (VA) $VA = OUT - IN$ 2. Menghitung <i>Value Added Capital Employed</i> (VACA) $VACA = \frac{VA}{CE}$ 3. Menghitung <i>Value Added Human Capital</i> (VAHU) $VAHU = \frac{VA}{HC}$ 4. Menghitung <i>Structural Capital Value Added</i> (STVA) $STVA = \frac{SC}{VA}$ 5. Menghitung <i>Value Added Intellectual Coefficient</i> (VAIC TM) $VAIC^{TM} = VACA + VAHU + STVA$ Mengacu pada penelitian (LumbanGaol et al., 2021)	Rasio
3	X2 = <i>Corporate Social Responsibility</i> CSR merupakan	$CSRDI = \frac{\sum \text{skor item CSR yang diungkapkan}}{148 \text{ item}}$ Mengacu pada (Global Sustainability Standards	Rasio

	komitmen perusahaan yang berkelanjutan untuk menjalankan bisnisnya sesuai dengan etika dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kesejahteraan karyawan, Komunitas lokal dan masyarakat luas (Sasongko et al., 2019).	Board, 2016, 2018, 2019)	
4	X3= Profitabilitas Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dan memberikan ukuran tingkat efektivitas pengelolaan perusahaan (Barriga, 2019).	$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$ <p>Mengacu pada penelitian (Hocky & Chandra, 2022)</p>	Rasio

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan moderasi. Penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena, yang menurut Sugiyono (2022), berfungsi untuk menggambarkan fakta, membuktikan, mengembangkan, dan menemukan pengetahuan. Oleh karena itu, dalam konteks ini, analisis regresi linear berganda dianggap tepat

karena memungkinkan untuk memahami pengaruh variabel secara langsung dalam suatu model analisis struktural.

3.6.1 Uji Statistik Deskriptif

Uji Statistik Deskriptif dilaksanakan sebelum melaksanakan pengujian terhadap model dan hipotesis. Menurut Ghozali (2018) uji statistik deskriptif merupakan gambaran atau deskripsi dari suatu data yang dapat dilihat dari rata-rata (mean), median, maksimum, minimum dan standar deviasi.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji hipotesis memerlukan uji asumsi klasik dengan menggunakan analisis regresi berganda. Uji asumsi klasik dilaksanakan dengan tujuan untuk menguji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas yang akan dilaksanakan pada penelitian ini (Ghozali, 2018). Apabila segala asumsi terpenuhi dalam regresi maka perkiraan hasil yang dihasilkan akan bersifat *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE) (Ghozali, 2018). *Best* berarti memiliki varians yang paling minimum diantara nilai varians alternative pada setiap model yang ada. *Linear* berarti linier pada variabel acak (Y). *Unbiased* berarti tidak bias atau nilai harapan dari estimator sama atau mendekati nilai parameter yang sebenarnya (Ghozali, 2018).

1) Uji Normalitas

Dalam penelitian ini tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah variabel campuran atau residu model regresi berdistribusi normal (Ghozali,

2018). Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan uji *Kolmogorov Smirnov* dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika nilai probabilitas $\geq 0,05$ berarti menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.
- Jika nilai probabilitas $< 0,05$ berarti menunjukkan bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apa yang ada pada model regresi dapat digunakan untuk mencari hubungan antar variabel independen atau variabel independen (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik seharusnya tidak demikian ada korelasi antar variabel independen, sehingga tidak menimbulkan terdapat kesalahan standar yang besar. Untuk mengetahui apakah itu benar Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai toleransi dan nilai *varians inflationfactor* (VIF)

- Apabila nilai toleransi $\leq 0,10$ dan VIF ≥ 10 , berarti terjadi multikolinieritas dalam penelitian.
- Apabila nilai toleransi $> 0,10$ dan VIF < 10 , berarti tidak terjadi multikolinieritas dalam penelitian.

Oleh karena itu, nilai toleransi yang kecil sama dengan nilai VIF yang tinggi, menunjukkan bahwa kolinearitasnya tinggi. Nilai cutoff yang digunakan adalah nilai toleransi = 0,10 atau VIF > 10 (Ghozali, 2018).

3) Uji Autokorelasi

Dalam penelitian ini tujuan dari uji autokorelasi adalah untuk menguji apakah pada kasus model regresi linier terdapat korelasi antara confounding error pada periode t dengan confounding error pada periode $t-1$ (sebelumnya) (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak mengalami masalah autokorelasi (Ghozali, 2018). Uji *Durbin Watson* (uji DW) menguji ada tidaknya autokorelasi (Ghozali, 2018). Kriteria Uji *Durbin Watson* adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Kriteria Pengujian Durbin Watson

Hipotesis Nol	Keputusan	Apabila
Tidak ada autokorelasi positif	Ditolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No decision</i>	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negatif	Ditolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	<i>No decision</i>	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi positif dan negatif	Diterima	$du < d < 4 - du$

Sumber: (Ghozali, 2018)

Keterangan :

$d = \text{Durbin Watson}$; $du = \text{Durbin Watson upper}$, $dl = \text{Durbin Watson lower}$

4) Uji Heteroskedastisitas

Dalam Penelitian ini uji heteroskedastisitas fungsinya untuk dapat mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual dalam suatu pengamatan sehingga dapat mengetahui apakah terdapat heteroskedastisitas atau

tidak pada suatu model regresi linier berganda (Ghozali, 2018). Apabila *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut homokedastisitas, namun apabila berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Menurut Ghozali (2018) model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas merupakan model regresi yang baik. Uji heteroskedastisitas dapat dilaksanakan dengan menggunakan uji *Glejser* dengan cara meregres nilai absolut residual terhadap variabel Variabel Independen dengan ketentuan apabila nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Namun apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda menggunakan metode kuantitatif yang didukung dengan adanya program aplikasi SPSS dalam sistem statistika perhitungannya. Tujuan terknik analisis dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel independen yang berjumlah lebih dari satu terhadap variabel dependen. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah model regresi linear berganda yang persamaannya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Nilai perusahaan

α = Konstanta

$X_1 = Intellectual Capital$

$X_2 = Corporate Social Responsibility$

$X_3 = Profitabilitas$

$\beta_1 - \beta_3 = \text{Nilai Koefisien Regresi Berganda}$

$\varepsilon = \text{Standar Error}$

3.6.4 Uji *Goodness of Fit Model*

Menurut Ghozali (2018) menyatakan keakuratan fungsi regresi sampel dalam memperkirakan nilai sebenarnya dapat diukur melalui *Goodness of Fit Model*. Secara statistik, paling tidak *Goodness of Fit* dapat diukur melalui nilai koefisien determinasi dan nilai statistik F. Perhitungan statistik dianggap signifikan jika nilai uji statistik berada pada daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya, jika nilai uji statistik berada dalam daerah H_0 yang diterima, maka dianggap tidak signifikan (Ghozali, 2018).

1) Uji F

Dalam penelitian Tujuan Uji Statistik F yaitu untuk dapat mengetahui pengaruh dari variabel independen secara simultan (bersama) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Pengujian ini dilakukan dengan cara mengukur nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi menunjukkan hasil $\leq 0,05$ maka variabel Variabel Independen secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis ditolak dan berarti variabel independen secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependennya (Ghozali, 2018). Dengan

demikian dapat dikatakan bahwa model sudah fit dan dapat digunakan pada pengujian berikutnya.

2) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi diterapkan dengan tujuan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat yang dilihat dari Adjusted R^2 (Ghozali, 2018). Penelitian ini mempunyai lebih dari dua variabel independen, sehingga digunakan adjusted R^2 . Adjusted R^2 yang menunjukkan angka yang lebih besar yaitu mendekati satu berarti model yang digunakan lebih baik dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Ketika R^2 yang disesuaikan menurun, mis. mendekati nol, hal ini berarti model lebih lemah dalam menjelaskan variasi variabel terikat (Ghozali, 2018).

3.6.5 Pengujian Hipotesis

Untuk dapat mengetahui hipotesis-hipotesis yang telah diajukan yaitu menggunakan analisis regresi melalui Uji t. Uji statistik t dilakukan untuk menggambarkan apakah satu variabel independen secara individual memiliki pengaruh dalam menerangkan variasi variabel independen (Ghozali, 2018).

1. Pengujian *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

H_0 , $\beta \leq 0$, artinya *Intellectual Capital* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H_a , $\beta > 0$, artinya *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. Pengujian *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

$H_0, \beta \leq 0$, artinya *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

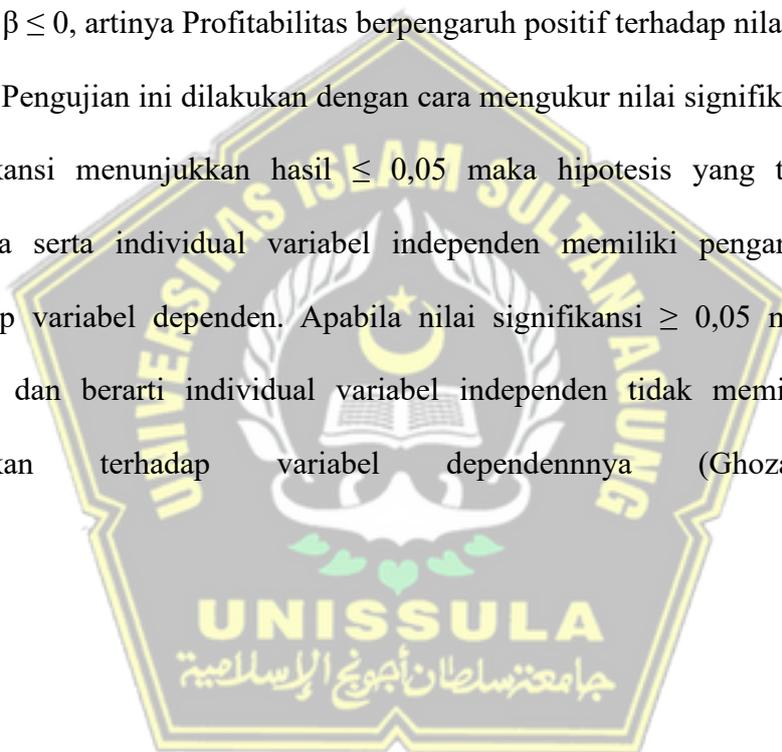
$H_a, \beta > 0$, artinya *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3. Pengujian Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

$H_0, \beta \leq 0$, artinya Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

$H_a, \beta > 0$, artinya Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengujian ini dilakukan dengan cara mengukur nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi menunjukkan hasil $\leq 0,05$ maka hipotesis yang telah diajukan diterima serta individual variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka hipotesis ditolak dan berarti individual variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependennya (Ghozali, 2018).



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini mencakup populasi perusahaan di sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2021-2023. Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Berikut adalah penentuan sampel dalam penelitian ini:

Tabel 4. 1 Kriteria Pengambilan Sampel

No	Kriteria Sampel	Jumlah
1	Perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI dari periode 2021-2023	83
2	Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan serta laporan tahunan pada situs www.idx.co.id atau website resmi lainnya selama periode 2021-2023.	(17)
3	Perusahaan sektor energi yang tidak mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan selama periode 2021 - 2023	(34)
	Perusahaan yang dijadikan sampel	32
	Jumlah periode penelitian	3
	Total data yang dijadikan sampel	96

Berdasarkan Tabel 4.1, diketahui bahwa terdapat 83 perusahaan di sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021-2023. Setelah melalui proses seleksi dengan metode *purposive sampling*, yang dilakukan dengan mempertimbangkan kriteria tertentu, diperoleh 32 perusahaan. Dengan

menggunakan periode waktu tahun 2021 hingga 2023, jumlah sampel yang didapatkan adalah sebanyak 96 data.

4.2 Hasil Statistik Deskriptif

Pengujian statistik deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini. Disajikan hasil analisis statistik deskriptif sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Median	Std. Deviation
X1 IC	96	0,76	62,02	9,4861	5,3100	10,74387
X2 CSR	96	0,24	0,93	0,5789	0,5700	0,17042
X3 Profitabilitas	96	-38,36	61,63	11,4815	6,8950	15,23327
Y PBV	96	0,21	32,62	2,0789	0,9300	4,47505
Valid N (listwise)	96					

Sumber: Data sekunder hasil olahan SPSS 26 (2025)

1. *Intellectual Capital*

Berdasarkan data pada tabel 4.3 uji statistik deskriptif, dapat disimpulkan bahwa variabel *Intellectual Capital* bernilai minimum 0,76 yang diperoleh dari perusahaan Darma Henwa Tbk tahun 2022, sedangkan nilai maksimum 62,02 yang diperoleh dari perusahaan Adaro Minerals Indonesia Tbk tahun 2021. Nilai mean pada variabel *Intellectual Capital* sebesar 9,4861 sedangkan nilai mediannya sebesar 5,3100 hal ini menandakan sebagian besar perusahaan memiliki nilai *Intellectual Capital* di bawah rata-rata, namun terdapat beberapa perusahaan dengan nilai sangat tinggi yang menarik rata-rata menjadi lebih besar. Hal ini mengindikasikan adanya outlier atau nilai ekstrem ke atas. Standar deviasi

pada variabel *Intellectual Capital* bernilai 10,74387 yang berarti penyebaran data sangat tinggi terhadap nilai rata-ratanya.

2. *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan data pada tabel 4.3 uji statistik deskriptif, dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* bernilai minimum 0,24 yang diperoleh dari Adaro Minerals Indonesia Tbk tahun 2022, sedangkan nilai maksimum 0.93 yang diperoleh dari ABM Investama Tbk 2021 dan 2022. Nilai mean pada variabel *Corporate Social Responsibility* sebesar 0,5716 sedangkan nilai mediannya sebesar 0,5700 hal ini menandakan variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki distribusi data yang relatif simetris. Artinya, sebagian besar perusahaan memiliki tingkat pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* yang berada di sekitar nilai tengah, namun terdapat beberapa perusahaan dengan tingkat *Corporate Social Responsibility* yang lebih tinggi sehingga sedikit menaikkan rata-rata. Perbedaan antara mean dan median yang tidak terlalu besar menunjukkan bahwa tidak terdapat penyimpangan ekstrem dalam data CSR. Standar deviasi pada variabel *Corporate Social Responsibility* bernilai 0,17042 yang berarti penyebaran data pada variabel *Corporate Social Responsibility* merata.

3. Profitabilitas

Berdasarkan data pada tabel 4.3 uji statistik deskriptif, dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas bernilai minimum -38,36 yang diperoleh dari perusahaan Buana lintas Lautan Tbk. sedangkan nilai maksimum 61,63 yang diperoleh dari perusahaan Golden Energy Mines Tbk tahun 2022. Nilai mean pada

variabel Profitabilitas sebesar 11,4815 sedangkan nilai mediannya sebesar 6,8950 hal ini menandakan variabel Profitabilitas memiliki perbedaan yang cukup besar antara mean dan median ini mengindikasikan bahwa sebagian besar perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang lebih rendah, namun ada beberapa perusahaan yang memiliki profitabilitas sangat tinggi yang menarik nilai rata-rata (mean) ke arah yang lebih tinggi. Standar deviasi pada variabel profitabilitas bernilai 15,23327 yang berarti penyebaran data pada variabel profitabilitas cukup luas.

4. Nilai Perusahaan

Berdasarkan data pada tabel 4.3 uji statistik deskriptif, dapat disimpulkan bahwa variabel Nilai Perusahaan bernilai minimum 0,21 yang diperoleh dari perusahaan Sumber Energi Andalan Tbk 2023, sedangkan nilai maksimum 32,62 yang diperoleh dari perusahaan Transcoal Pacific Tbk tahun 2021. Nilai mean pada variabel nilai perusahaan sebesar 2,0789 sedangkan nilai mediannya sebesar 0,9300 hal ini menandakan variabel nilai perusahaan memiliki distribusi data tidak simetris dan condong ke kanan. Perbedaan yang cukup besar antara mean dan median ini menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan memiliki nilai yang lebih rendah, namun ada beberapa perusahaan yang memiliki nilai yang sangat tinggi, sehingga menarik nilai rata-rata (mean) ke arah yang lebih besar. Standar deviasi pada variabel nilai perusahaan bernilai 4,47505 yang berarti penyebaran data pada variabel nilai perusahaan merata.

4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan uji Kolmogorov – Smirnov dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4. 3 Sebelum Penghilangan Data Oulier

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		96	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	4,42997259	
Most Extreme Differences	Absolute	,340	
	Positive	,340	
	Negative	-,287	
Test Statistic		,340	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,000 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,000
		Upper Bound	,000
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.			

Sumber: Data sekunder hasil olahan SPSS 26 (2025)

Data yang di hasilkan merupakan hasil uji normalitas dengan menggunakan data awal yang berjumlah 96 sampel. Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 4.3 menunjukkan hwa hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* memperoleh nilai sig. 0,000 dimana nilai sig. < 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa data residual.

Untuk menormalkan data, maka penelitian ini menghilangkan data yang tidak normal atau outlier dengan menggunakan metode box plot dimana pada

outlier pertama menyisakan 79 sampel, karena terdapat sampel yang dieliminasi karena ekstrim atau tidak normal dimana X1 (*Intellectual Capital*) terdapat 4 data, X3 (Profitabilitas) terdapat 10 data, dan Y (Nilai Perusahaan) terdapat 10 data. Setelah itu dilakukan kembali uji normalitas yang memperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Setelah Penghilangan Data Oulier Pertama

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N	79		
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	,55096575	
Most Extreme Differences	Absolute	,193	
	Positive	,193	
	Negative	-,115	
Test Statistic	,193		
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000 ^c		
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,005 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,003
		Upper Bound	,007
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 624387341.			

Sumber: Data sekunder hasil olahan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov setelah penghilangan data outlier yang pertama dengan menggunakan box plot memperoleh nilai sig. sebesar 0,000 dimana nilai tersebut $< 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa data residual.

Kemudian dilakukan Outlier kedua dengan mengeliminasi 11 sampel dengan keterangan X1 sebanyak 7 data, X3 terdapat 1 data dan Y sebanyak 4 data.

Sehingga dari hasil outlier kedua menyisakan 68 sampel. Berikutnya dilakukan uji normalitas dan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Sesudah Penghilangan Data Oulier Kedua

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		68	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-1,1037199	
	Std. Deviation	,73020515	
Most Extreme Differences	Absolute	,067	
	Positive	,067	
	Negative	-,045	
Test Statistic		,067	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,896 ^e	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,888
		Upper Bound	,904
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Based on 10000 sampled tables with starting seed 112562564.			

Sumber: Data sekunder hasil olahan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.5, tolak ukur *Asymp. Sig. (2-tailed)* dalam uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) memperoleh nilai sebesar 0,200. Hal ini memperlihatkan bahwa tingkat signifikan yang didapatkan pada pengujian ini $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan nilai residual telah berdistribusi normal atau lolos uji normalitas.

4.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas:

Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat hubungan atau korelasi antara variabel independen dan dependen dalam model regresi yang diuji. Pengujian ini menggunakan *tolerance value* dan *variance inflation factor*

(VIF). Multikolinieritas dianggap tidak terjadi jika nilai toleransi lebih dari 0,1 dan nilai VIF < 10. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1_IC	,576	1,736
	X2_CSR	,867	1,153
	X3_Profitabilitas	,581	1,723
a. Dependent Variable: Y_PBV			

Sumber: Data sekunder hasil olahan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa variabel *Intellectual Capital*, *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas memperoleh nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10. Sehingga dapat diartikan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen pada penelitian.

4.3.3 Hasil Uji Autokorelasi

Pada penelitian ini uji autokorelasi dilakukan untuk menentukan ada atau tidaknya autokorelasi dalam model regresi. Uji autokorelasi pada penelitian ini menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) dengan kriteria pengambilan keputusan $d_U < d < 4 - d_U$. Hasil uji autokorelasi pada penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 4. 7 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,366 ^a	,134	,093	,41247	1,828
a. Predictors: (Constant), X3_Profitabilitas, X2_CSR, X1_IC					
b. Dependent Variable: Y_PBV					

Sumber: Data sekunder hasil olahan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa diperoleh nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1,828. Tabel DW menunjukkan dU sebesar 1,7001 dan 4-dU sebesar 2,2999. Dapat disimpulkan bahwa nilai DW berada antara dU dan 4-dU maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi dalam model regresi.

4.3.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah adanya varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser dengan melakukan regresi nilai absolut residualnya terhadap variabel independennya dan didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,624	,139		-4,487	,000
	X1_IC	,025	,013	,158	1,877	,065

X2 CSR	3,103	,249	,855	12,481	,000
X3 Profitabilitas	-,016	,007	-,191	-2,282	,026
a. Dependent Variable: ABRESID					

Sumber: Data sekunder hasil olahan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji *Glejser* pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa *Intellectual capital* memperoleh nilai sig. 0,065 > 0,05. Profitabilitas memperoleh nilai sig. 0,026 < 0,05. Dan variabel *Corporate Social Responsibility* memperoleh nilai sig. 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda dilaksanakan guna mengetahui apakah ada pengaruh signifikan dari variabel (X) yaitu *Intellectual Capital*, Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* terhadap variabel (Y) adalah Nilai Perusahaan Hasil dari analisis regresi linear berganda disajikan dalam tabel:

Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,951	,172		5,524	0,000
	X1 IC	-,017	,016	-,158	-1,029	0,307
	X2 CSR	-,339	,308	-,137	-1,100	0,275
	X3 Profitabilitas	,026	,009	,456	2,988	0,004
a. Dependent Variable: Y_PBV						

Sumber: Data sekunder hasil olahan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel 4.9 maka diperoleh persamaan dari hasil analisis regresi linear berganda:

$$PBV = 0,951 - 0,017IC - 0,339CSR + 0,026ROA + \varepsilon$$

Penjelasan lebih lanjut mengenai persamaan regresi adalah sebagai berikut:

1. Konstanta bernilai 0,951 dengan koefisien positif yang berarti nilai *Intellectual Capital*, Profitabilitas, dan *Corporate Social Responsibility* dianggap bernilai 0 atau konstan, maka Y (Nilai Perusahaan) memperoleh nilai sebesar 0,951.
2. Variabel *Intellectual Capital* menghasilkan nilai koefisien -0,017 yang berarti semakin tinggi nilai *Intellectual Capital* yang dilaksanakan suatu perusahaan mempunyai dampak pada tingginya nilai perusahaan sebesar 0,017
3. Variabel *Corporate Social Responsibility* menghasilkan nilai koefisien -0,339 yang berarti semakin tinggi nilai *Corporate Social Responsibility* yang diungkapkan oleh perusahaan memiliki dampak terhadap tingginya nilai perusahaan sebesar 0,339.
4. Variabel Profitabilitas menghasilkan nilai koefisien positif 0,026 semakin tinggi nilai profitabilitas yang diungkapkan oleh perusahaan akan mempunyai dampak terhadap tingginya nilai perusahaan sebesar 0,026.

4.5 Hasil Uji Goodness of Fit Model

4.5.1 Hasil Uji F

Uji F dilakukan guna menunjukkan apakah variabel independen penelitian berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependennya. Hasil uji F pada penelitian ini sebagai berikut

Tabel 4. 10 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,686	3	,562	3,303	,026 ^b
	Residual	10,889	64	,170		
	Total	12,574	67			
a. Dependent Variable: Y_PBV						
b. Predictors: (Constant), X3_Profitabilitas, X2_CSR, X1_IC						

Berdasarkan tabel 4.10 diatas dipelohen F-hitung sebesar 3,303 dengan nilai signifikan sebesar $0,026 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa *intellectual capital, corporate social responsibility*, profitabilitas secara bersama – sama terhadap nilai perusahaan.

4.5.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinan digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerapkan model regresi dalam menerangkan variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil pengolahan diperoleh hasil koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,366 ^a	,134	,093	,41247
a. Predictors: (Constant), X3_Profitabilitas, X_CSR, X1_IC				
b. Dependent Variable: Y_PBV				

Berdasarkan tabel 4.11, nilai koefisien determinan (*Adjusted R Square*) adalah 0,093 jadi kemampuan variabel independen (*Intellectual Capital*,

profitabilitas, *Corporate Social Responsibility*) dalam menerangkan variabel dependen sebesar 9,3% dan sisanya sebesar 90,7% nilai perusahaan dipengaruhi oleh variabel lain.

4.6 Pengujian Hipotesis

Berdasarkan tabel 4.9 tolak ukur uji t dapat dilihat melalui arah koefisien regresi dan nilai signifikansi. Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan pengujian di atas, didapatkan hasil estimasi variabel *Intellectual Capital* memiliki koefisien *Intellectual Capital* sebesar 0,17 dengan arah negatif dan nilai signifikansi 0,307, di atas 0,05 menunjukkan bahwa variabel *intellectual capital* memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. H_1 menyatakan *Intellectual Capital* berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan. Maka dapat disimpulkan bahwa **H_1 ditolak.**

2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan pengujian di atas, didapatkan hasil estimasi variabel *corporate social responsibility* memiliki koefisien CSR sebesar 3,39 dengan arah negatif dan nilai signifikansi 0,275, di atas 0,05 menunjukkan bahwa variabel *corporate social responsibility* memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. H_2 menyatakan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan. Maka dapat disimpulkan bahwa **H_2 ditolak.**

3. Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan pengujian di atas, didapatkan hasil estimasi variabel *profitabilitas* memiliki koefisien profitabilitas sebesar 0,26 dengan arah positif dan nilai signifikansi 0,004, di bawah 0,05 menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. H_3 menyatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Maka dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima.

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

4.7.1 Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan

Variabel *Intellectual Capital* tidak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Intellectual Capital* yang dimiliki perusahaan belum tentu akan direspons positif oleh pasar atau investor dalam bentuk peningkatan nilai perusahaan.

Secara teoretis, *Signaling Theory* menjelaskan bahwa pengungkapan informasi mengenai aset intelektual seharusnya menjadi sinyal positif yang mencerminkan potensi keunggulan kompetitif perusahaan. Namun, hasil negatif ini menunjukkan adanya kemungkinan kegagalan dalam menyampaikan sinyal tersebut secara efektif. Rendahnya apresiasi pasar terhadap *Intellectual Capital* dapat disebabkan oleh kurangnya kejelasan, relevansi, atau konsistensi informasi yang diungkapkan perusahaan. Selain itu, pasar mungkin memandang investasi dalam *Intellectual Capital* sebagai sesuatu yang tidak langsung

menghasilkan keuntungan dalam jangka pendek, sehingga kontribusinya terhadap nilai perusahaan menjadi tidak terlihat secara langsung.

Temuan hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilaksanakan oleh Leny Suzan & Nurul Izza Ramadhani (2023), Winarsih & Fuad (2022), Appah et al. (2023) yang menekankan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Tetapi, penelitian ini sejalan seperti penelitian yang dilaksanakan oleh Hocky & Chandra (2022), Rizkhyana et al. (2022) menunjukkan hasil *Intellectual Capital* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

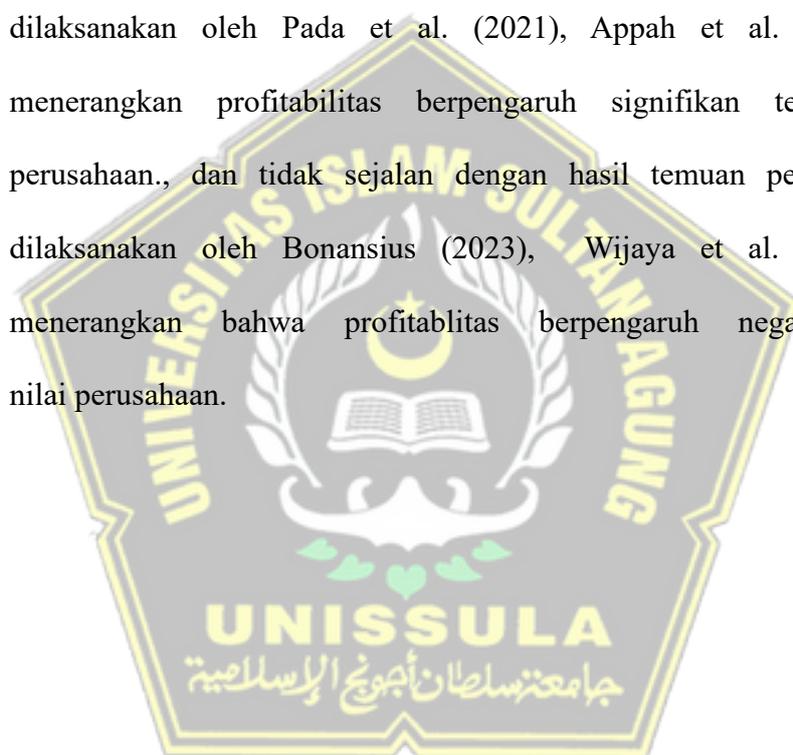
4.7.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Variabel profitabilitas terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa secara statistik, profitabilitas berkontribusi dalam meningkatkan nilai perusahaan. Namun, kekuatan hubungan ini tetap memerlukan interpretasi yang kritis, mengingat faktor-faktor eksternal dapat mempengaruhi efektivitas sinyal yang diterima oleh pasar.

Penjelasan terhadap temuan ini dapat ditinjau melalui perspektif *Signaling Theory*. Teori ini berpendapat bahwa informasi yang disampaikan perusahaan, seperti kinerja profitabilitas, berfungsi sebagai sinyal yang mempengaruhi persepsi investor dan pemangku kepentingan

lainnya. Namun, tidak semua sinyal yang dikirimkan perusahaan mampu diterima dan diinterpretasikan secara efektif oleh pasar. Ketidaktepatan dalam penerimaan sinyal tersebut dapat disebabkan oleh ketidakpastian makroekonomi, fluktuasi industri, atau keterbatasan dalam transparansi pengungkapan informasi.

Hasil penelitian ini sejalan seperti hasil penelitian yang dilaksanakan oleh Pada et al. (2021), Appah et al. (2023) yang menerangkan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan., dan tidak sejalan dengan hasil temuan penelitian yang dilaksanakan oleh Bonansius (2023), Wijaya et al. (2021) yang menerangkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.



4.7.3 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Terhadap Nilai Perusahaan

Variabel *Corporate Social Responsibility* tidak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penolakan ini dapat dijelaskan melalui perspektif *Signaling Theory*, yang menyatakan bahwa informasi yang disampaikan oleh perusahaan dapat menjadi sinyal bagi investor dan pemangku kepentingan lainnya. Namun faktanya, temuan penelitian ini menyatakan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang disebabkan kurangnya kualitas pelaporan *Corporate Social Responsibility*. Dalam hal ini, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tanpa disertai hasil nyata atau dampak positif dapat memberikan sinyal negatif kepada pasar.

Signaling Theory menjelaskan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* seharusnya memberikan sinyal positif mengenai komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan keberlanjutan. Namun, apabila pengungkapan tersebut tidak diiringi dengan kinerja yang baik atau dampak yang jelas, hal ini dapat menimbulkan keraguan di kalangan investor. Investor dapat menganggap pengeluaran untuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* sebagai pemborosan sumber daya yang seharusnya dialokasikan untuk kegiatan produktif, sehingga menurunkan tingkat kepercayaan terhadap manajemen perusahaan. Dalam kondisi ini, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang tidak efektif dapat

menjadi sinyal negatif yang berkontribusi terhadap penurunan nilai perusahaan.

Temuan penelitian ini sejalan seperti temuan penelitian yang dilaksanakan oleh Winarsih & Fuad (2022), LumbanGaol et al. (2021) yang menerangkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan tidak selaras dengan hasil temuan penelitian yang dilaksanakan oleh Rizkhyana et al. (2022), Hermawan et al. (2023), Machmuddah et al. (2020) yang menerangkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Bab ini bertujuan untuk menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, untuk merangkum temuan utama penelitian terkait pengaruh *Intellectual Capital*, pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dan profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan yang menjadi sampel. berdasarkan analisis data dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya. Kesimpulan ini dirumuskan sebagai berikut:

1. *Intellectual Capital* berpengaruh tidak terbukti terhadap nilai perusahaan, disebabkan perusahaan dalam sampel penelitian mungkin belum mampu mengelola dan mengoptimalkan sumber daya intelektualnya. Kurangnya bukti nyata yang efektif mengenai nilai tambah dari *Intellectual Capital* dapat menyebabkan investor merespons negatif terhadap peningkatan *Intellectual Capital*.
2. *Corporate Social Responsibility* tidak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kondisi ini diduga disebabkan oleh rendahnya kualitas pelaporan *Corporate Social Responsibility* di sebagian perusahaan sampel, yang mengindikasikan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan belum optimal dalam memberikan informasi yang relevan dan kredibel bagi investor dan pemangku kepentingan, sehingga berdampak negatif terhadap persepsi pasar.

3. Profitabilitas terbukti berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini membuktikan bahwa profitabilitas tetap menjadi faktor utama yang diperhatikan investor dalam menilai prospek dan kesehatan perusahaan. Meskipun signifikansinya tidak sepenuhnya kuat, hasil ini mempertegas pentingnya perusahaan untuk menjaga dan meningkatkan tingkat profitabilitas sebagai strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan nilai pasar.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Berdasarkan nilai Adjusted R^2 , diperoleh angka 0,093 menunjukkan variabel independen yakni IC, *Corporate Social Responsibility*, dan Profitabilitas hanya berkontribusi dalam menghadirkan pengaruh senilai 9,3 % terhadap nilai perusahaan. sisanya senilai 90,7 % dipengaruhi oleh variabel lainya.
2. Penelitian ini mengukur *Corporate Social Responsibility* hanya berdasarkan pengungkapan yang tersedia di laporan tahunan perusahaan. Ini mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang sebenarnya, karena ada kemungkinan perusahaan melakukan *Corporate Social Responsibility* di luar laporan tahunan atau tidak mengungkapkan dampak jangka panjang dari aktivitas *Corporate Social Responsibility* tersebut.
3. Penggunaan sampel pada penelitian ini hanya berfokus pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI dan periode penelitian hanya selama 3 tahun dari tahun 2021-2023.

5.3 Saran Penelitian

1. Bagi Akademisi

- a) Peneliti selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, seperti kepemilikan manajerial, struktur modal, atau faktor eksternal makro ekonomi. Penambahan variabel-variabel ini dapat memperkaya pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.
- b) Penelitian lebih lanjut dapat menggunakan metode yang lebih komprehensif dalam mengukur pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan IC. Penggunaan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dalam mengukur dampak nyata dari kedua variabel ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap dan akurat.
- c) Penelitian lebih lanjut sebaiknya mencakup sampel yang lebih luas, baik secara geografis maupun sektor industri, untuk memperoleh hasil yang lebih representatif. Selain itu, melakukan perbandingan antar negara atau perusahaan dari berbagai sektor dapat membuka wawasan baru tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Perusahaan sebaiknya meningkatkan pengelolaan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan lebih

transparan dan menyeluruh. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang jelas, konkret, dan terukur akan meningkatkan kepercayaan investor dan pemangku kepentingan lainnya, serta menunjukkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan keberlanjutan. Perusahaan juga perlu meningkatkan pengelolaan *Intellectual Capital*, baik dalam hal sumber daya manusia, teknologi, maupun inovasi.

3. Bagi Investor

- a) Investor perlu lebih cermat dalam mengevaluasi pengelolaan *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* perusahaan. Perusahaan yang mampu mengelola kedua aspek ini dengan baik akan memiliki keunggulan kompetitif di masa depan, meskipun dampaknya tidak selalu langsung tercermin dalam kinerja keuangan jangka pendek.
- b) Sebagai investor, sangat penting untuk memantau kinerja profitabilitas perusahaan, terutama yang tercermin dalam indikator seperti *Return on Assets* (ROA). Profitabilitas yang baik merupakan indikator utama kesehatan keuangan perusahaan dan potensi pertumbuhannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amry Mahdan Abrari, Heri Pratikto, & Ely Siswanto. (2022). the Influence of Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, and Capital Structure on Firm Value With Profitability As Intervening Variable (Study of Raw Material and Manufacturing Producing Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchan. *International Journal of Economics and Management Research*, 1(3), 38–54. <https://doi.org/10.55606/ijemr.v1i3.41>
- Appah, T. R., Yuniarti, S., Sisharini, N., Sunarjo, S., & Yahya, N. (2023). *Does Profitability Matter in the Relationship Between*. 38(1), 57–70.
- Barriga, M. (2019). TMB: Corporate social responsibility. *Public Transport International*, 57(1), 16–18. <https://doi.org/10.1515/9783110695816-016>
- Bonansius, A. R. (2023). *Capital Structure As a Moderating Variable Between Profitability and Firm Growth To Firm Value*.
- Bontis, N., William Chua Chong, K., & Richardson, S. (2000). Intellectual capital and business performance in Malaysian industries. *Journal of Intellectual Capital*, 1(1), 85–100. <https://doi.org/10.1108/14691930010324188>
- Ela Amelia, D. P. (2023). *14326-47148-1-Pb*. 3(1).
- Faizah, S. N., & Ediraras, D. T. (2021). Mediation of Profitability on Corporate Social Responsibility To Firm Value. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 13(2), 51–58. <https://doi.org/10.23969/jrak.v13i2.4423>
- Gantino, R., & Alam, L. R. (2020). terhadap Nilai Perusahaan dimoderasi oleh Kinerja. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(2), 215–230.
- García-Rivas, M. I., Gálvez-Sánchez, F. J., Noguera-Vivo, J. M., & Meseguer-Sánchez, V. (2023). Corporate social responsibility reports: A review of the evolution, approaches and prospects. *Heliyon*, 9(7). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e18348>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Global Sustainability Standards Board. (2016). *GRI Standards 2016*.
- Global Sustainability Standards Board. (2018). *GRI Standards 2018*.
- Global Sustainability Standards Board. (2019). *GRI 207: pajak*.

- Hermawan, S., Sari, Y. A., Biduri, S., Rahayu, D., & Rahayu, R. A. (2023). Corporate Social Responsibility, Firm Value, and Profitability: Evidence From Pharmaceutical Companies in Indonesia and Malaysia. *International Journal of Professional Business Review*, 8(2), 1–24. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i2.625>
- Hocky, A., & Chandra, T. (2022). Intellectual Capital and Firm Size Impact on Profitability and Firm Value on Financial Sector. *Proceeding 2nd International Conference on Business & Social Sciences (ICOBUSS)*, 1188–1195.
- Leny Suzan, & Nurul Izza Ramadhani. (2023). Firm Value Factors: The Effect Of Intellectual Capital, Managerial Ownership, And Profitability. *Jurnal Akuntansi*, 27(3), 401–420. <https://doi.org/10.24912/ja.v27i3.1487>
- LumbanGaol, G. A., Firmansyah, A., & Irawati, A. D. (2021). Intellectual Capital, Corporate Social Responsibility, and Firm Value in Indonesia's Banking Industries. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu*, 14(1). <https://doi.org/10.35448/jrat.v14i1.10229>
- Machmuddah, Z., Sari, D. W., & Utomo, S. D. (2020). Corporate social responsibility, profitability and firm value: Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 631–638. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.631>
- Pada, S., Rokok, P., Terdaftar, Y., Bei, D., Kuartal, P., Jahratu, Y., Santy, N., Sisharini, N., & Huda, K. (2021). *Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Dividen*. 6, 89–102.
- Public A. (1998). Measuring The Performance Of Intellectual Potential In Knowledge Economy. *Annual National Business Conference*.
- Rizkhyana, B., Kartasari, S. F., & Malinda, S. (2022). Determinants of Firm Value. *IJEED (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, 5(2), 332–338. <https://doi.org/10.29138/ijebed.v5i2.1776>
- Sasongko, H., Alipudin, A., & Uria, M. Y. (2019). Effect Corporate Social Responsibility, Firm Size, and Intellectual Capital on Firm Value in Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Latest Engineering and Management Research*, 4(6), 78–89. www.ijlemr.com
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Wijaya, H., Tania, D., & Cahyadi, H. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Bina Akuntansi*, 8(2), 109–121. <https://doi.org/10.52859/jba.v8i2.148>

Winarsih, W., & Fuad, K. (2022). Predicting Firm Value in The Jakarta Islamic Index with Profitability as A Mediating Variable. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 6(2), 177. <https://doi.org/10.33603/jka.v6i2.5867>

Yunita, W., & Prastiwi, D. (2021). Effect of Intellectual Capital on Firm Value. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 5(06), 1–12. www.ijebmr.com

