

***THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND INTELLECTUAL CAPITAL ON FIRM VALUE (EMPIRICAL STUDY ON BASIC INDUSTRY AND CHEMICAL, CONSUMER GOODS INDUSTRY, AND MISCELLANEOUS INDUSTRY COMPANIES LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE IN THE PERIOD OF 2015– 2017)***

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN INDUSTRI DASAR DAN KIMIA, INDUSTRI BARANG KONSUMSI, DAN ANEKA INDUSTRI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015– 2017)**

Oleh:

**Rega C<sup>1)</sup> Mukhzarudfa<sup>2)</sup> dan Achmad Hizazi<sup>3)</sup>**

<sup>1)</sup>Alumni Magister Ilmu Akuntansi Pascasarjana Universitas Jambi Tahun 2020

<sup>2&3)</sup> Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

Email: [chairunnisyarega@yahoo.com](mailto:chairunnisyarega@yahoo.com)<sup>1)</sup> [mukhzarudfa@unja.ac.id](mailto:mukhzarudfa@unja.ac.id)<sup>2)</sup> [hizazi@unja.ac.id](mailto:hizazi@unja.ac.id)<sup>3)</sup>

**ABSTRACT**

*This study aims to provide empirical evidence of the effect of Corporate Social Responsibility and Intellectual Capital on the value of companies in basic industries and chemical, consumer goods industry, and miscellaneous industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2015 - 2017. The samples in this study are basic industries and chemical, consumer goods industry, and miscellaneous industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) for 2018 which publishes annual reports for the period 2015 - 2017. The process of selecting samples in this study uses a purposive sampling method. Analysis of the data used in this study are descriptive statistics, classic assumption tests, and multiple linear regression analysis using SPSS. The research's results showed that Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, profitability, leverage, and firm size had effect towards firm value.*

**Keyword:** *Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, profitability, leverage, firm size, firm value.*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Industri Dasar dan Kimia, Industri Barang Konsumsi, dan Aneka Industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015 – 2017. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan Industri Dasar dan Kimia, Industri Barang Konsumsi, dan Aneka Industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk tahun 2018 yang menerbitkan laporan tahunan periode 2015 – 2017. Proses pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, nilai perusahaan.*

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Globalisasi memberikan kesempatan kepada setiap perusahaan untuk dapat masuk ke dalam lingkungan bisnis yang lebih luas. Globalisasi juga membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat. Perusahaan dituntut untuk meningkatkan kemakmuran para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang diukur melalui harga saham (Dhani & Utama, 2017)

Investor berharap perusahaan dapat mencapai, mempertahankan, bahkan meningkatkan posisi keuangan. Ketika perusahaan mendapatkan kepercayaan dari investor, maka dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut (Suparno & Ramadini, 2017).

Nilai perusahaan dapat diukur melalui harga pasar saham perusahaan yang secara keseluruhan erat kaitannya dengan kapitalisasi pasar. Perkembangan perdagangan saham sektoral tahun 2019 yang dipublikasikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di Indonesia menunjukkan bahwa sektor industri dasar dan kimia, industri barang konsumsi, dan aneka industri yang tergabung dalam sektor manufaktur mendominasi kapitalisasi pasar di bursa mencapai Rp 2.630 triliun atau setara dengan 35% dari seluruh kapitalisasi pasar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini menempatkan sektor ini menjadi sektor yang paling dominan di Indonesia yang akan memicu ketertarikan investor untuk berinvestasi pada sektor manufaktur.

Perusahaan terus berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui berbagai cara. Salah satunya dengan memenuhi kebutuhan serta ekspektasi investor yang peduli terhadap lingkungan dan kondisi sosial di masyarakat. (Gherghina & Vintilă, 2016) menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* muncul sebagai jawaban atas tekanan sosial dan sebagai kebutuhan serta ekspektasi investor yang peduli terhadap lingkungan dan kondisi sosial di masyarakat. Ketika perusahaan mampu memenuhi ekspektasi *stakeholder* tentu hal ini dapat menambah ketertarikan investor pada perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan di pasar.

Kasus lumpur panas PT. Lapindo Brantas di Sidoarjo konon menjadi pemicu DPR dan pemerintah menjadikan *Corporate Social Responsibility* sebagai kewajiban perseroan. Kewajiban tanggung jawab sosial dan lingkungan ini dituangkan dalam Undang – Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT). Pasal 74 ayat (1) dalam UUPT menjelaskan bahwa terdapat 2 (dua) kriteria sektor kegiatan yang wajib melaksanakan CSR, yaitu perusahaan yang menjalankan usahanya di bidang sumber daya alam dan perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam. Sektor yang kedua ini berarti perusahaan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber

daya alam. UUPT selanjutnya diatur lagi dalam Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (selanjutnya disebut PP CSR).

Fenomena lainnya terkait pelanggaran *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan di Indonesia yang berdampak pada sumber daya alam dapat ditemukan pada kasus PT. Rayon Utama Makmur (RUM) yang merupakan anak perusahaan PT. Sri Rejeki Isman, Tbk (SRIL) dimana PT. RUM telah mencemari lingkungan dan menimbulkan bau busuk dari limbah yang dihasilkan. Warga dari Kabupaten Wonogiri dan Karanganyar juga turut merasakan dampak dari bau busuk limbah pabrik. Warga menuntut agar PT. RUM menghentikan kegiatan operasionalnya (Purnomo, 2018).

Perusahaan disamping mencari dukungan *stakeholder* melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* juga menaruh perhatian pada internal perusahaan melalui pengembangan pengetahuan SDM. Pergeseran paradigma bisnis menuntut perusahaan untuk memberikan pengungkapan nonkeuangan disamping pengungkapan keuangan untuk membantu proses pengambilan keputusan bagi investor. Perubahan paradigma dari bisnis yang berbasis tenaga kerja menuju bisnis yang berbasis pengetahuan telah memasukkan sumberdaya manusia ke dalam laporan laba rugi. Diantara aset tidak berwujud, sumber daya manusia, yang disebut *intellectual capital* (modal intelektual) menjadi inti dari aset perusahaan (Suparno & Ramadini, 2017).

Fenomena yang menunjukkan bahwa perusahaan telah memberikan porsi besar dalam pengelolaan mengelola pengetahuan berbasis sumber daya manusia (*knowledge based-resources*) dapat diketahui dari perkembangan dana yang dikeluarkan perusahaan Industri Dasar dan Kimia, Industri Barang Konsumsi, dan Aneka Industri untuk pos pendidikan dan pelatihan.

Kecenderungan peningkatan dana yang dikeluarkan untuk pos pendidikan dan pelatihan. Pada tahun 2015, perusahaan Industri Dasar dan Kimia, Industri Barang Konsumsi, dan Aneka Industri rata-rata mengeluarkan dana sebesar Rp 8,489 milyar per tahun untuk pendidikan dan pelatihan. Kebutuhan dana untuk pendidikan dan pelatihan terus meningkat. Hal ini terlihat dari nominal dana pada tahun 2016 dan 2017 yang meningkat menjadi Rp 9,044 milyar dan Rp 9,418 milyar. Nilai pendidikan dan pelatihan yang terus meningkat setiap tahunnya menunjukkan bahwa perusahaan Industri Dasar dan Kimia, Industri Barang Konsumsi, dan Aneka Industri menaruh perhatian yang cukup besar dalam pengelolaan dan pengembangan pengetahuan berbasis sumber daya manusia (*knowledge based-resources*).

Penelitian ini merujuk pada penelitian (Gherghina & Vintilă, 2016) yang meneliti tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian (Gherghina & Vintilă, 2016) menunjukkan bahwa *Corporate Social*

Responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian (Gherghina & Vintilă, 2016). Pertama, penelitian (Gherghina & Vintilă, 2016) hanya menggunakan satu variabel independen dalam menjelaskan nilai perusahaan, yaitu *Corporate Social Responsibility*, sedangkan penelitian ini menambahkan satu variabel independen, yaitu *intellectual capital*. Peneliti mengharapkan dengan adanya penambahan satu variabel independen akan dapat meningkatkan kemampuan penelitian dalam menjelaskan faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Variabel *Intellectual Capital* dipilih karena keberhasilan perusahaan dalam bisnis didukung dengan teknologi dan pengetahuan. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan sebagai sumber daya ekonomi yang penting dalam suatu organisasi, maka *intellectual capital* memiliki peran penting dalam kemajuan bisnis perusahaan. Bisnis perusahaan yang semakin maju dapat mendorong valuasi saham perusahaan di bursa sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Sayyidah & Saifi, 2017)

Kedua, penelitian (Gherghina & Vintilă, 2016) dalam mengukur *Corporate Social Responsibility* menggunakan acuan *global index* namun hanya terdiri dari 40 item pengungkapan, sedangkan penelitian ini menggunakan acuan *Global Reporting Initiative* (GRI) Standar yang terdiri dari 136 item pengungkapan.

Berdasarkan latar belakang, dan fenomena penelitian, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut penelitian yang berjudul: **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia, Industri Barang Konsumsi, dan Aneka Industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015–2017)”**.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol?

## 2. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

### 2.1. Tinjauan Pustaka

#### 2.1.1. *Corporate Social Responsibility*

(Lako, 2011) menjelaskan bahwa teori Stakeholder ini menyatakan bahwa kesuksesan dan hidup matinya suatu perusahaan sangat bergantung pada kemampuannya menyeimbangkan beragam kepentingan dari para stakeholder atau pemangku kepentingan. Perusahaan dapat meraih dukungan yang berkelanjutan dan menikmati pertumbuhan pangsa pasar, penjualan, dan laba. Perspektif ini berbicara tentang masyarakat dan lingkungan yang merupakan stakeholder inti perusahaan yang harus diperhatikan.

Perusahaan tidak hanya berperan memaksimalkan keuntungannya, tetapi juga bertanggung jawab atas ekonomi dan hukum, serta sosial kepada masyarakat. *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja dengan karyawan, keluarga mereka, dan masyarakat lokal. Pendapat lain menjelaskan bahwa CSR adalah keputusan dan tindakan bisnis diambil dengan alasan atau tidaknya sebagian melampaui kepentingan ekonomi atau teknis langsung perusahaan. Dalam hal tanggung jawab sosial dinyatakan pula bahwa pengusaha harus mengawasi operasional dari sistem ekonomi yang memenuhi harapan publik (Mardikanto, 2014).

#### 2.1.2. *Intellectual Capital*

*Intellectual Capital* pertama kali didefinisikan oleh Galbraith pada tahun 1969 sebagai bentuk pengetahuan, kecerdasan, dan aktivitas kekuatan otak yang menggunakan ilmu pengetahuan untuk menciptakan nilai. Kebutuhan akan pengungkapan *Intellectual Capital* sebagai penggerak nilai perusahaan semakin tinggi. Namun, perusahaan memiliki kesulitan dalam mengukur *Intellectual Capital* secara langsung. Pulic (1998) memperkenalkan pengukuran *Intellectual Capital* secara tidak langsung dengan menggunakan *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC™), yaitu suatu ukuran untuk menilai efisiensi dari nilai tambah sebagai hasil dari kemampuan intelektual perusahaan (Tricahyadinata, 2014).

*Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC™) merupakan salah satu pengukuran dengan metode tidak langsung untuk mengukur seberapa dan bagaimana efisiensi modal intelektual dan modal karyawan menciptakan nilai yang berdasar pada hubungan tiga komponen utama, yaitu *capital employed*, *human capital*, dan *structural capital*. Metode VAIC™, dikembangkan oleh Pulic, didesain untuk menyajikan informasi tentang *value creation efficiency* dari aset berwujud (*tangible asset*) dan aset tidak berwujud (*intangible assets*) yang dimiliki perusahaan. Model ini

dimulai dengan kemampuan perusahaan untuk menciptakan *value added* (VA) (Suparno & Ramadini, 2017).

### 2.1.3. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Brigham & Houston, 2017). Nilai perusahaan itu sendiri secara harfiah dapat diamati melalui kemakmuran pemegang saham yang dapat diukur melalui harga saham perusahaan dipasar modal. Harga saham dapat dijadikan proksi sebagai nilai perusahaan apabila pasar telah memenuhi syarat efisien secara informasional. Namun, harga saham dipasar modal terbentuk berdasarkan kesepakatan antara permintaan dan penawaran investor, sehingga harga saham merupakan *fair price* yang dapat dijadikan sebagai proksi nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan Tobin's Q. Nilai Tobin's Q menggambarkan suatu kondisi peluang investasi yang dimiliki perusahaan atau potensi pertumbuhan perusahaan (Kasmawati, 2016).

### 2.1.4. Variabel Kontrol

Variabel kontrol adalah variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga hubungan variabel independen terhadap variabel dependen tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti. Penelitian ini menambahkan variabel kontrol dengan tujuan agar hasil analisis lebih menjelaskan fenomena dengan optimal karena variabel-variabel lain yang juga mempengaruhi variabel dependen, pengaruhnya menjadi terputus. Penggunaan variabel kontrol juga akan menyebabkan analisis akan memiliki kekuatan statistik (*power*) yang lebih tinggi (Widhiarso, 2011). Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan.

#### 1. Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas ini, maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan (Fahmi, 2017).

#### 2. Leverage

*Leverage* adalah rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrem) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut. Perusahaan sebaiknya

menyeimbangkan berapa utang yang layak diambil dan dari mana sumber – sumber yang dapat dipakai untuk membayar utang (Fahmi, 2017).

### 3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (*SIZE*) merupakan suatu skala yang digunakan untuk mengukur besar/kecilnya perusahaan yang dapat diukur dari segi keuangan dengan melihat total aset, penjualan, dan kapitalisasi pasar. (Sunyoto, 2016) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan dapat dilihat pada total aset perusahaan. Aset adalah manfaat ekonomis di masa yang akan datang yang diharapkan akan diterima oleh suatu badan usaha sebagai hasil transaksi masa lalu. Total aset adalah jumlah aset lancar, investasi jangka panjang, aset tetap, dan aset lain-lain. Total aset dapat digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai ukuran perusahaan. Total aset relatif lebih stabil dibandingkan dengan nilai *market capitalized* dan penjualan dalam mengukur ukuran perusahaan (Putri, 2012). Semakin besar total aset yang dimiliki oleh perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut semakin besar, dan sebaliknya. Variabel ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural ( $\ln$ ) dari total aset untuk menghindari terjadinya fluktuasi data yang berlebihan (Suryani & Damayanti, 2015).

## 2.2. Kerangka Pemikiran

### 2.2.1. Hubungan *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan terus berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaan di mata investor melalui berbagai cara. Salah satunya adalah dengan memenuhi kebutuhan serta ekspektasi investor yang peduli terhadap lingkungan dan kondisi sosial di masyarakat. (Gherghina & Vintilă, 2016) menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* muncul sebagai jawaban atas tekanan sosial dan sebagai kebutuhan serta ekspektasi investor yang peduli terhadap lingkungan dan kondisi sosial di masyarakat. Perusahaan senantiasa mencari tahu apa yang menjadi kebutuhan dan ekspektasi investor.

Penelitian (Laili, Djazuli, & Indrawati, 2019), (Saridewi, Susila, & Yudiaatmaja, 2016), (Srinivisan, 2014), dan (Bidhari, Salim, & Aisjah, 2013) menemukan hasil dimana *Corporate Social Responsibility* mampu memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian – penelitian tersebut sesuai dengan teori stakeholder yang menyatakan perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya.

Pergeseran paradigma bisnis menuntut perusahaan untuk memberikan pengungkapan nonkeuangan disamping *Corporate Social Responsibility* untuk membantu proses pengambilan keputusan bagi investor. Perubahan paradigma dari bisnis yang berbasis tenaga kerja menuju bisnis yang berbasis pengetahuan telah

memasukkan sumberdaya manusia ke dalam laporan laba rugi. Diantara aset tidak berwujud, sumber daya manusia, yang disebut *intellectual capital* (modal intelektual) menjadi inti dari aset perusahaan (Suparno & Ramadini, 2017)

Penelitian (Lotfi, Elkabbouri, & Ifleh, 2016) dan (Nuryaman, 2015) juga menemukan nilai perusahaan dipengaruhi oleh *intellectual capital*. Investor cenderung mempertimbangkan pengelolaan *intellectual capital* perusahaan, sehingga peningkatan *intellectual capital* akan direspon secara positif oleh investor yang menyebabkan nilai perusahaan yang diukur dengan pendekatan pasar juga turut meningkat. Manajemen *Intellectual Capital* yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor.

### 2.2.2. Hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan terus berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaan di mata investor melalui berbagai cara. Salah satunya adalah dengan memenuhi kebutuhan serta ekspektasi investor yang peduli terhadap lingkungan dan kondisi sosial di masyarakat. (Gherghina & Vintilă, 2016) menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* muncul sebagai jawaban atas tekanan sosial dan sebagai kebutuhan serta ekspektasi investor yang peduli terhadap lingkungan dan kondisi sosial di masyarakat.

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa kesuksesan dan hidup matinya suatu perusahaan sangat bergantung pada kemampuannya menyeimbangkan beragam kepentingan dari para *stakeholder* atau pemangku kepentingan. Perusahaan dapat meraih dukungan yang berkelanjutan dan menikmati pertumbuhan pangsa pasar, penjualan, dan laba. Perspektif ini berbicara tentang masyarakat dan lingkungan yang merupakan *stakeholder* inti perusahaan yang harus diperhatikan (Lako, 2011).

Penelitian (Laili et al., 2019) (Saridewi et al., 2016), (Saridewi et al., 2016) (Srinivisan, 2014), dan (Bidhari et al., 2013) menemukan hasil dimana *Corporate Social Responsibility* mampu memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian – penelitian tersebut sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. *Stakeholder* merupakan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan yang meliputi konsumen, pemasok, masyarakat setempat, kreditor, pemegang saham, pemerintah setempat, pemerintah asing, karyawan, penyalur, rekan bisnis, aktivitas sosial dan media massa. Perusahaan dapat memiliki kelangsungan hidup tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut perlu diusahakan, sehingga seluruh jenis aktivitas perusahaan tertuju untuk memperoleh dukungan tersebut. Apabila perusahaan dapat memaksimalkan manfaat yang diterima *stakeholder*, maka akan timbul kepuasan dan

apresiasi bagi *stakeholder* dan akan meningkatkan nilai perusahaan melalui permintaan saham perusahaan yang meningkat.

### 2.2.3. Hubungan *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan harus mempunyai nilai tambah yang akan membuat perusahaan menjadi lebih unggul dari perusahaan lain. Perusahaan yang mampu mengelola pengetahuan berbasis sumber daya manusia (*knowledge based-resources*) telah memiliki strategi bersaing yang merupakan kunci kesuksesan dalam persaingan yang terjadi antarperusahaan. Keberhasilan perusahaan dalam bisnis didukung dengan teknologi dan pengetahuan. Pengetahuan sebagai sumber daya ekonomi yang penting dalam suatu organisasi, maka *intellectual capital* memiliki peran penting dalam kemajuan bisnis berbasis pengetahuan. *Intellectual capital* terkait dengan keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan seiring dengan meningkatnya kinerja *intellectual capital* yang dimiliki perusahaan. Modal intelektual (*intellectual capital*) dapat dikatakan baik jika perusahaan dapat mengembangkan kemampuan dalam memotivasi karyawannya agar dapat berinovasi dan dapat meningkatkan produktivitasnya, serta memiliki sistem dan struktur yang dapat mendukung perusahaan dalam mempertahankan bahkan meningkatkan nilai perusahaan (Sayyidah & Saifi, 2017).

(Fakhroni & Irwansyah, 2017) menemukan bahwa *intellectual capital* mempengaruhi nilai perusahaan. *Intellectual capital* yang memadai dalam perusahaan dipandang investor sebagai daya jual perusahaan di masa sekarang dan prospek kemajuan perusahaan di masa depan, sehingga investor yang akan menanamkan modalnya memperhatikan *intellectual capital* perusahaan dalam pengambilan keputusannya. *Intellectual Capital* yang tinggi menyebabkan investor menempatkan harga yang lebih tinggi pada saham perusahaan karena pengelolaan kekayaan intelektual perusahaan yang baik akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat.

Penelitian (Lotfi et al., 2016) dan (Nuryaman, 2015) juga menemukan nilai perusahaan dipengaruhi oleh *intellectual capital*. Investor cenderung mempertimbangkan pengelolaan *intellectual capital* perusahaan, sehingga peningkatan *intellectual capital* akan direspon secara positif oleh investor yang menyebabkan nilai perusahaan yang diukur dengan pendekatan pasar juga turut meningkat. Manajemen *Intellectual Capital* yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan. Jika tiga elemen dari *Intellectual Capital*, yaitu sumber daya modal (VACA), sumber daya manusia (VAHU), dan sumber daya struktural (STVA) dapat dimanfaatkan secara optimal, itu akan menciptakan *Intellectual Capital* yang unggul di perusahaan.

### 2.2.4. Hubungan *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

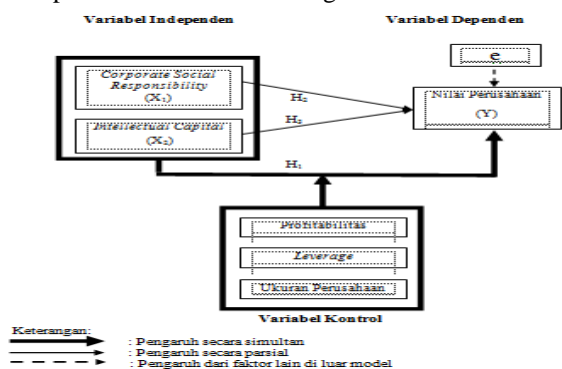
dengan Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Kontrol

Kinerja keuangan perusahaan merupakan sumber daya potensial bagi perusahaan untuk melakukan aktivitas seperti *Corporate Social Responsibility* dan pengembangan pendidikan dan pelatihan sumber daya manusia di perusahaan melalui peningkatan *Intellectual Capital*. Variabel keuangan perusahaan seperti profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan turut mempengaruhi pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan. Penelitian (Laili et al., 2019) menemukan bahwa kemampuan finansial perusahaan yang diukur dengan profitabilitas mampu meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas perusahaan yang tinggi dapat memberikan kemampuan yang lebih bagi perusahaan dalam melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan pengembangan dan pendidikan untuk *Intellectual Capital* yang lebih baik.

Penelitian (Handriani & Robiyanto, 2018) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan Variabel *leverage* yang tinggi membuat perusahaan lebih terikat akan kontrak – kontrak dengan kreditor, sehingga perusahaan akan berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaannya agar perusahaan menjadi lebih menarik baik bagi investor maupun kreditor. Nilai perusahaan yang tinggi akan memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam mendapatkan pinjaman/hutang tambahan untuk operasional perusahaan.

Penelitian (Laili et al., 2019) dan (Handriani & Robiyanto, 2018) juga menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam melaksanakan *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital*. Hal ini disebabkan perusahaan dengan ukuran perusahaan yang besar tentu memiliki total aset yang besar pula. Aset yang besar dapat diidentikkan dengan sumber daya yang berpotensi bagi perusahaan untuk melakukan aktivitas – aktivitas lainnya seperti *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital*.

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka model penelitian ini adalah sebagai berikut:



Sumber: Data diolah peneliti

Gambar 1. Model Penelitian

### 2.3. Hipotesis

Hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H<sub>1</sub>: *Corporate social responsibility* dan *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- H<sub>2</sub>: *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- H<sub>3</sub>: *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- H<sub>4</sub>: *Corporate social responsibility* dan *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol.

## 3. METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah perusahaan Industri Dasar dan Kimia, Industri Barang Konsumsi, dan Aneka Industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015 – 2017. Perusahaan Industri Dasar dan Kimia, Industri Barang Konsumsi, dan Aneka Industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 171 perusahaan. Proses pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel dipilih dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan Industri Dasar dan Kimia, Industri Barang Konsumsi, dan Aneka Industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018.
2. Perusahaan tidak *delisting* dari Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian.
3. Perusahaan menerbitkan laporan tahunan lengkap selama periode penelitian.
4. Perusahaan menyajikan data lengkap sesuai dengan variabel yang diteliti, yaitu *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, dan nilai perusahaan.

Berdasarkan proses *purposive sampling* pada diperoleh 112 perusahaan yang dapat dijadikan sampel dengan jumlah observasi sebanyak 336 data.

### 3.2. Variabel Penelitian

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate social responsibility* dan *Intellectual Capital*. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan.



Tabel 1. Definsi Operasional Variabel

Variabel	Definsi Operasional	Pengukuran	Skala
Dependen Nilai perusahaan (V) (Dhassani & Utama, 2017)	Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya komakurasi pemegang saham (Beigham dan Houston, 2017).	$Value = \frac{(\text{Share Price} \times \text{Total Share}) + \text{Total Liabilities}}{\text{Total Assets}}$	Rasio
Independen Corporate Social Responsibility (CSR)(C) (Mardiana, 2014)	Corporate Social Responsibility adalah kebijakan, praktik, dan prosedur perusahaan yang berkaitan dengan kepedulian, ketertarikan, dan tanggung jawab sosial perusahaan (Mardiana, 2014).	$CSR = \frac{\text{Jumlah Item yang dipilih}}{100 \text{ Item}} \times 100\%$	Rasio
Intellectual Capital (IC) (Wahyuni, 2017)	VAM <sup>TM</sup> merupakan kombinasi value added perusahaan yang dijabarkan oleh physical capital (VACA), human capital (VAMU), dan structural capital (STVA).	$VAM^{TM} = VACA + VAMU + STVA$	Rasio
kontrol Profitabilitas (R) (Hassani & Halim 2015)	Profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih sebelum pajak. Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan pendapatan yang stabil.	$ROE = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Shareholders Equity}} \times 100\%$	Rasio
Variabel	Definsi Operasional	Pengukuran	Skala
Leverage (L) (Hassani & Halim 2015)	Leverage adalah rasio yang menunjukkan seberapa banyak perusahaan membiayai operasinya dengan utang.	$DER = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Shareholders Equity}}$	Rasio
Ukuran Perusahaan (C) (Sardiani & Damayanti, 2015)	Ukuran perusahaan (SIZE) merupakan suatu skala yang digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, yang dapat diukur dan ada kaitannya dengan masalah sosial, ekonomi, dan kapitalisasi pasar.	$SIZE = \ln(\text{Total Asset})$	Rasio

Sumber: Data diolah peneliti

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

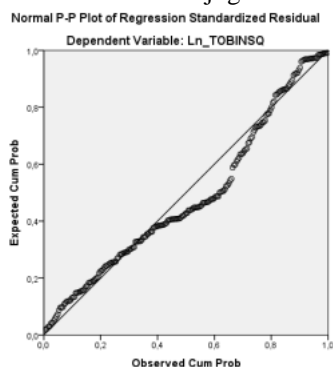
##### 4.1. Hasil Penelitian

###### 4.1.1. Uji Asumsi Klasik

Jumlah observasi yang dijadikan fokus dalam penelitian ini awalnya berjumlah 336 observasi. Namun, setelah dilakukan uji asumsi klasik, terdapat distribusi data yang tidak normal pada data regresi sehingga peneliti mengurangi data observasi yang memiliki nilai outlier. Jumlah observasi akhir yang diuji adalah 219 observasi.

###### 1. Uji Normalitas Data

Pengujian normalitas data dalam penelitian ini menggunakan uji grafik normal p-plot dan uji statistik Zkurtosis. Berikut uji grafik normal p-plot.



Sumber: Data diolah peneliti

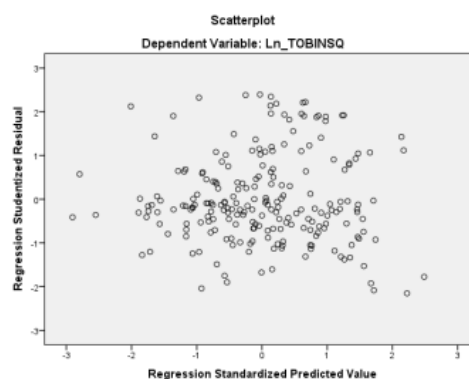
Gambar 2. Normal P-Plot

###### 2. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas penelitian menunjukkan semua variabel memiliki nilai Tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

###### 3. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan scatterplot disajikan sebagai berikut.



Sumber: Data diolah peneliti

Gambar 3. Scatterplot

Hasil uji heterokedastisitas dengan scatterplot seperti yang disajikan pada gambar 3 di atas, menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi.

###### 4. Uji Autokorelasi

Penelitian ini menguji autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin-Watson. Hasil uji autokorelasi dengan Durbin-Watson menunjukkan nilai DW sebesar 1,079. Nilai DW lebih besar dari nilai -2 dan lebih kecil dari nilai +2 (-2 < DW < +2), sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

###### 4.1.2. Pengujian Hipotesis

###### 1. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Hasil uji F pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* secara simultan terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 21,100 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Hal ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan ( $H_1$  diterima).

Hasil uji F pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol

menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 14,856 dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol ( $H_4$  diterima).

2. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Hasil uji t penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2. di bawah ini.

**Tabel 2. Hasil Uji t (Parsial)**

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
1 (Constant)	,370	,198	1,869	,063
Ln_CSR	,312	,085	3,687	,000
Ln_VAIC	,231	,051	4,526	,000

Sumber: Data diolah peneliti

Tabel 2. menunjukkan variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai t hitung 3,687 dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ). Hal ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Tabel 2. menunjukkan variabel *Intellectual Capital* memiliki nilai t hitung 4,526 dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ). Hal ini menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Koefisien Determinasi

Besarnya pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* secara simultan terhadap nilai perusahaan ditunjukkan melalui nilai *adjusted R square* sebesar 0,156 yang mengandung arti bahwa 15,6% besarnya nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital*.

Penambahan variabel kontrol profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan pada pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* secara simultan terhadap nilai perusahaan menghasilkan *adjusted R square* sebesar 0,241 yang mengandung arti bahwa 24,1% besarnya nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan.

4.2. Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis pertama membuktikan secara empiris bahwa *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Ketika *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* berubah baik meningkat/menurun, maka akan mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan

beberapa penelitian terdahulu seperti (Laili et al., 2019), (Saridewi et al., 2016), (Saridewi et al., 2016), (Srinivisan, 2014), dan (Bidhari et al., 2013)

Hasil pengujian hipotesis kedua membuktikan secara empiris bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi/rendah *Corporate Social Responsibility*, maka akan mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan terus berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaan di mata investor melalui berbagai cara. Salah satunya adalah *Corporate Social Responsibility*. Penelitian (Gherghina & Vintilă, 2016) menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* muncul sebagai jawaban atas tekanan sosial dan sebagai kebutuhan serta ekspektasi investor yang peduli terhadap lingkungan dan kondisi sosial di masyarakat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa apabila perusahaan dapat memaksimalkan manfaat yang diterima *stakeholder*, maka akan timbul kepuasan dan apresiasi bagi *stakeholder* dan akan meningkatkan nilai perusahaan melalui permintaan saham perusahaan yang meningkat (Lako, 2011).

Hasil pengujian hipotesis ketiga membuktikan secara empiris bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi kepemilikan institusional, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Perusahaan harus mempunyai nilai tambah yang akan membuat perusahaan menjadi lebih unggul dari perusahaan lain, sehingga menarik bagi investor. Penelitian (Fakhroni & Irwansyah, 2017) menemukan bahwa *intellectual capital* yang memadai dalam perusahaan dipandang investor sebagai daya jual perusahaan di masa sekarang dan prospek kemajuan perusahaan di masa depan, sehingga investor yang akan menanamkan modalnya memperhatikan *intellectual capital* perusahaan dalam pengambilan keputusannya. *Intellectual Capital* yang tinggi menyebabkan investor menempatkan harga yang lebih tinggi pada saham perusahaan.

Hasil pengujian hipotesis keempat membuktikan secara empiris bahwa *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital* dan variabel kontrol profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Perusahaan ketika ingin meningkatkan *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* membutuhkan profitabilitas sebagai sumber keuangan, *leverage* sebagai penyedia pengawasan yang lebih tinggi dari pihak terkait, seperti kreditor dan aset sebagai jaminan bagi investor. Faktor – faktor ini akan bersama-sama mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan.

Kinerja keuangan perusahaan merupakan sumber daya potensial bagi perusahaan untuk melakukan aktivitas seperti *Corporate Social Responsibility* dan pengembangan pendidikan dan pelatihan sumber daya



manusia di perusahaan melalui peningkatan *Intellectual Capital*. Variabel keuangan perusahaan seperti profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan turut mempengaruhi pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan.

Penelitian (Laili et al., 2019) menemukan bahwa kemampuan finansial perusahaan yang diukur dengan profitabilitas mampu meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas perusahaan yang tinggi dapat memberikan kemampuan yang lebih bagi perusahaan dalam melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan pengembangan dan pendidikan untuk *Intellectual Capital* yang lebih baik. Semakin tinggi sumber daya keuangan yang tersedia di dalam perusahaan, maka akan semakin baik dalam mendukung aktivitas – aktivitas perusahaan meliputi *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital*. Hal ini disebabkan kedua kegiatan *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* ini merupakan suatu investasi yang pengembalian keuntungannya (*return*) belum dapat dinikmati oleh perusahaan dalam waktu yang singkat atau jangka pendek sebab *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* ini merupakan investasi perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka waktu yang panjang.

Variabel *leverage* sebagai variabel kontrol memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. *Leverage* muncul sebagai hasil dari keputusan manajemen untuk mendanai perusahaan lewat utang. Perusahaan yang memiliki tingkat utang yang tinggi umumnya lebih mendapatkan pengawasan yang tinggi dari pihak – pihak terkait, seperti kreditor. Hal ini mendorong perusahaan untuk dapat meningkatkan nilai perusahaannya agar perusahaan menjadi lebih menarik baik bagi investor maupun kreditor. Salah satu langkah yang dapat dilakukan oleh perusahaan guna meningkatkan nilainya adalah melalui *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital*. Ketika perusahaan mendapatkan pengawasan yang lebih tinggi, perusahaan akan lebih serius dalam melakukan aktivitas *Corporate Social Responsibility* dan peningkatan *Intellectual Capital*.

Penelitian (Handriani & Robiyanto, 2018) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Variabel *leverage* yang tinggi membuat perusahaan lebih terikat akan kontrak – kontrak dengan kreditor, sehingga perusahaan akan berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaannya agar perusahaan menjadi lebih menarik baik bagi investor maupun kreditor. Nilai perusahaan yang tinggi akan memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam mendapatkan pinjaman/hutang tambahan untuk operasional perusahaan.

Ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol dalam penelitian ini juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan

umumnya dapat diukur dengan menggunakan *In total asset* perusahaan. Perusahaan yang berukuran besar tentu juga akan memiliki total asset yang besar pula. Asset yang besar menjadi jaminan bagi investor ketika berinvestasi pada perusahaan tersebut. Berbeda halnya dengan perusahaan yang berukuran kecil, karena perusahaan yang berukuran kecil tentu juga akan memiliki total asset yang kecil pula. Asset yang kecil kurang menjadi jaminan bagi investor ketika berinvestasi pada perusahaan tersebut. Perusahaan yang berukuran besar juga dinilai memiliki sumber daya yang tinggi dalam perusahaan sehingga mampu mengelola aktivitas *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* dengan lebih baik. Hasil dari aktivitas *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* juga dinilai lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang berukuran kecil. Hal ini ditunjukkan dengan hasil penelitian ukuran perusahaan, *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* yang memiliki koefisien regresi positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian (Laili et al., 2019) dan (Handriani & Robiyanto, 2018) juga menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam melaksanakan *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital*. Hal ini disebabkan perusahaan dengan ukuran perusahaan yang besar tentu memiliki total aset yang besar pula. Aset yang besar dapat diidentikkan dengan sumber daya yang berpotensi bagi perusahaan untuk melakukan aktivitas – aktivitas seperti *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital*.

## 5. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Persaingan usaha yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk peka dengan investor yang berinvestasi pada perusahaan yang memiliki etika bisnis yang baik, peduli terhadap dampak lingkungan dan memiliki tanggung jawab sosial perusahaan, serta memiliki SDM yang handal. Perusahaan yang memiliki visi dan misi yang sesuai dengan investor saat ini tentu akan mendapatkan manfaat jangka panjang seperti peningkatan nilai perusahaan yang tercermin pada harga saham.
2. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang menaruh perhatian besar dan bertanggung jawab atas dampak yang ditimbulkan dari aktivitas operasinya akan memiliki keberlanjutan.

Keberlanjutan perusahaan memberikan kepastian investasi bagi investor sehingga nilai tambah ini menjadi daya tarik investor untuk berinvestasi yang pada akhirnya akan meningkatkan harga pasar saham dan nilai perusahaan.

3. *Intellectual Capital* berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang berinvestasi pada *Intellectual Capital* akan mendapatkan nilai tambah dan menciptakan *competitive advantage*. Perusahaan dengan nilai tambah mampu bersaing dan akan mendapat penghargaan lebih dari investor. Penghargaan investor ini direspon dengan minat investor atas saham perusahaan yang pada akhirnya akan meningkatkan harga pasar saham dan nilai perusahaan.
4. *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dalam melaksanakan *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* perlu ditopang oleh kondisi keuangan yang baik yang tercermin dari profitabilitas, diawasi oleh para kreditor, dan perlu memiliki sumber daya perusahaan yang besar. Sinergi dari *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan akan memberikan *competitive advantage* yang pada akhirnya akan meningkatkan valuasi saham perusahaan dan nilai perusahaan.

## 5.2. Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan periode pengamatan, sebab semakin lama interval waktu pengamatan maka semakin besar pula kesempatan untuk memperoleh informasi yang akurat dan handal.
2. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya memperluas sampel penelitian di sektor-sektor perusahaan lainnya karena sampel penelitian ini hanya sebatas pada perusahaan Industri Dasar dan Kimia, Industri Barang Konsumsi, dan Aneka Industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan beberapa variabel independen yang lain yang memungkinkan dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan, seperti kepemilikan asing, kepemilikan pemerintah, struktur modal.

## DAFTAR REFERENSI

- Bidhari, S. C., Salim, U., & Aisjah, S. (2013). *Effect of Corporate Social Responsibility Information Disclosure on Financial Performance and Firm Value in Banking Industry Listed at Indonesia Stock Exchange*. 5(18), 39–47.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2017). *Fundamentals of Financial Management* (Ninth Edit). Cengage Learning.
- Dhani, I. P., & Utama, A. . G. S. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 2(1), 135–148. <https://doi.org/10.31093/jraba.v2i1.28>
- Fahmi, I. (2017). *Analisis Kinerja Keuangan: Panduan Bagi Akademisi, Manajer, dan Investor untuk Menilai dan Menganalisis Bisnis dari Aspek Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Fakhroni, Z., & Irwansyah. (2017). *Intellectual Capital Dan Market Value: Studi Perusahaan High-Ic Intensive Di Bursa Efek Indonesia*. 5(3), 1575–1588. <https://doi.org/10.17509/jrak.v5i3.9232>
- Gherghina, Ş. C., & Vintilă, G. (2016). Exploring the impact of corporate social responsibility policies on firm value: The case of listed companies in Romania. *Economics and Sociology*, 9(1), 23–42. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2016/9-1/2>
- Handriani, E., & Robiyanto, R. (2018). Corporate Finance and Firm Value in The Indonesian Manufacturing Companies. *International Research Journal of Business Studies*, 11(2), 113–127. <https://doi.org/10.21632/irjbs.11.2.113-127>
- Kasmawati. (2016). Tobin's Q as a Proxy for Corporate Governance Variables and Explanatory Variables in Manufacturing Companies in Jakarta Stock Exchange. *International Journal of Recent Scientific Research*, 7(6), 11552–11558.
- Laili, C. N., Djazuli, A., & Indrawati, N. K. (2019). the Influence of Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Firm Size on Firm Value: Financial Performance As Mediation Variable. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 17(1), 179–186. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2019.017.01.20>
- Lako, A. (2011). *Dekonstruksi CSR & Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi*. Semarang: Erlangga.
- Lotfi, M., Elkabbouri, M., & Ifleh, Y. (2016). The Relationship Between Intellectual Capital, Firm Value and Financial Performance in the Banking Sector: Empirical Evidence From Morocco. *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 17(3), 1004–1013.
- Mardikanto, T. (2014). *Corporate Social Responsibility*. Bandung: Alfabeta.
- Nuryaman. (2015). The Influence of Intellectual Capital on The Firm's Value with The Financial Performance as Intervening Variable. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211(September), 292–298. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.037>
- Purnomo, A. (2018). *Tarik Ulur Limbah Busuk PT RUM Jawa pos*. Retrieved from <https://www.jawapos.com/jpg-today/22/12/2018/tarik-ulur-limbah-busuk-pt-rum/>

- Putri, E. D. (2012). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva dan Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Manajemen*, 01(September), 1–10. Retrieved from [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)
- Saridewi, S. P., Susila, G. P. A. J., & Yudiaatmaja, F. (2016). Pengaruh Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 15–23. <https://doi.org/10.35829/magisma.v5i2.23>
- Sayyidah, U., & Saifi, M. (2017). Pengaruh Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan Sub Sektor Property dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 - 2015). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 46(1), 163–171.
- Srinivisan, S. (2014). *Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Value - Evidence From the Indian Stock Market*. 3.
- Sunyoto, D. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Yogyakarta: PT. Refika Aditama.
- Suparno, & Ramadini, R. (2017). Pengaruh Intellectual Capital dan Earning PerShare terhadap Nilai Perusahaan ( Studi Empiris pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014 ). *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0083491>
- Suryani, A., & Damayanti, E. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Debt To Equity Ratio, Profitabilitas Dan Kepemilikan Saham Institusional Pada Perataan Laba. *E-Jurnal Akuntansi*, 13(1), 208–223.
- Tricahyadinata, I. (2014). *REVIEWS Beberapa Peneliti; Pengembangan dan Pengungkapan Intellectual Capital*. (2003).
- Widhiarso, W. (2011). *Analisis Data Penelitian dengan Variabel Kontrol*. 1–4.