

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN
INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL
MODERASI
(Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa
Efek Indonesia)**

SKRIPSI



Oleh

ALVINA NOER FAHRANY

NIM : 17520058

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2021**

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN
INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL
MODERASI
(Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa
Efek Indonesia)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)



Oleh

ALVINA NOER FAHRANY

NIM : 17520058

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN
INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL
MODERASI
(Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa
Efek Indonesia)**

SKRIPSI

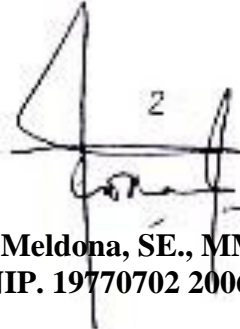
Oleh

ALVINA NOER FAHRANY

NIM : 17520058

Telah disetujui 27 Mei 2021

Dosen Pembimbing,



Hj. Meldona, SE., MM., Ak., CA

NIP. 19770702 200604 2 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan,

Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA

NIP. 19720322 200801 2 005

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN
INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL
MODERASI
(Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa
Efek Indonesia)**

SKRIPSI

Oleh
ALVINA NOER FAHRANY
NIM : 17520058

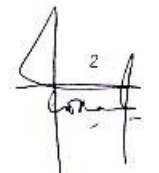
Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)
Pada 3 Juni 2021

Susunan Dewan Penguji:

1. Ketua
Nawirah, SE., MSA., Ak., CA
NIDT. 19860105 20180201 2 185
2. Dosen Pembimbing/Sekretaris
Hj. Meldona, SE., MM., Ak., CA
NIP. 19770702 200604 2 001
3. Penguji Utama
Ulfi Kartika Oktaviana, SE., M.Ec., Ak., CA
NIP. 19761019 200801 2 011

Tanda Tangan

()

()

()

Disahkan Oleh:
Ketua Jurusan,

Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA
NIP. 19720322 200801 2 005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alvina Noer Fahrany
NIM : 17520058
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)

adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 27 Mei 2021

Hormat saya,



Alvina Noer Fahrany

NIM : 17520058

HALAMAN MOTTO

"Di mana pun engkau berada, selalu lah menjadi yang terbaik dan berikan yang terbaik dari yang bisa kau berikan."

(B.J. Habibie)

"Jangan khawatir tentang kegagalan, khawatirkan tentang peluang yang kamu lewatkan ketika kamu bahkan tidak mencoba."

(Jack Canfield)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah: 5)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkah, rahmat, serta hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”. Shalawat serta salam senantiasa kita curahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW yang menuntun dari jalan kegelapan menuju jalan yang terang.

Penelitian ini dilakukan bukan hanya sekedar untuk memperoleh gelar sarjana Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, namun juga diharapkan dapat menambah pengetahuan maupun informasi yang dapat bermanfaat untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Sehingga, terdapat keberlanjutan pengembangan penelitian.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu membimbing dan memberikan sumbangan pemikiran dalam proses pengerjaannya, karena tanpa bimbingan tersebut penelitian ini tidak akan berhasil dengan baik. Pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Hj. Meldona, SE., MM., Ak., CA selaku Dosen Pembimbing Skripsi, atas waktu, ilmu serta bimbingannya yang sangat bermanfaat.
5. Bapak dan Ibu Dosen maupun karyawan khususnya Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Kedua orang tua, kakak, adik, dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan doa dan dukungan secara moril dan spiritual.

7. Teman-teman Jurusan Akuntansi Tahun 2017 yang telah menempuh ilmu bersama dan menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Dan seluruh pihak yang terlibat maupun membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih terdapat kekurangan-kekurangan, dengan kerendahan hati penulis memohon maaf atas kekurangan tersebut. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sehingga dapat dilakukan lebih baik lagi pada penelitian selanjutnya. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak.

Malang, 27 Mei 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Batasan Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kajian Teoritis.....	16
2.2.1 Teori <i>Stakeholder (Stakeholder Theory)</i>	16
2.2.2 Teori Sinyal (<i>Signalling Theory</i>)	17
2.2.3 <i>Corporate Social Responsibility</i>	19
2.2.4 <i>Intellectual Capital</i>	20
2.2.5 Nilai Perusahaan.....	24
2.2.6 Profitabilitas	25
2.2.7 Integrasi Islam.....	26
2.2.7.1 <i>Corporate Social Responsibility</i>	26
2.2.7.2 <i>Intellectual Capital</i>	28
2.2.7.3 Profitabilitas	29
2.3 Kerangka Konseptual	30
2.4 Hipotesis Penelitian.....	31
2.4.1 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	31
2.4.2 Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap Nilai Perusahaan	32
2.4.3 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Intellectual</i> <i>Capital</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	36
3.2 Lokasi Penelitian	36
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	37

3.5 Data dan Jenis Data	39
3.6 Teknik Pengumpulan Data	39
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.7.1 Variabel Dependen.....	39
3.7.2 Variabel Independen	40
3.7.3 Variabel Moderasi	44
3.8 Analisis Data	45
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif	45
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	45
3.8.2.1 Uji Normalitas	46
3.8.2.2 Uji Multikolinearitas	46
3.8.2.3 Uji Autokorelasi	46
3.8.2.4 Uji Heteroskedastisitas.....	47
3.8.3 Uji Hipotesis	47
3.8.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda	47
3.8.3.2 Uji T	48
3.8.3.3 <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i>	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	50
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	50
4.1.2 Analisis Deskriptif	57
4.1.3 Uji Asumsi Klasik	59
4.1.3.1 Uji Normalitas	60
4.1.3.2 Uji Multikolinearitas	61
4.1.3.3 Uji Autokorelasi	62
4.1.3.4 Uji Heteroskedastisitas.....	62
4.1.4 Uji Hipotesis	63
4.1.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
4.1.4.2 Uji T.....	65
4.1.4.3 <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i>	67
4.2 Pembahasan	70
4.2.1 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	70
4.2.2 Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	72
4.2.3 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Intellectual Capital</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3. 1 Pengambilan Sampel.....	37
Tabel 3. 2 Daftar Perusahaan Penelitian	38
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel.....	44
Tabel 4. 1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	57
Tabel 4. 2 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4. 3 Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 4. 4 Hasil Uji Autokorelasi	62
Tabel 4. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
Tabel 4. 7 Hasil Uji T.....	66
Tabel 4. 8 Hasil Uji MRA untuk H_{3a}	67
Tabel 4. 9 Hasil Uji MRA untuk H_{3b}	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	30
---------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Sampel
- Lampiran 2 Indikator Pengukuran *Corporate Social Responsibility*
- Lampiran 3 Hasil Perhitungan Variabel Dependen
- Lampiran 4 Hasil Perhitungan Variabel Independen
- Lampiran 5 Hasil Perhitungan Variabel Moderasi
- Lampiran 6 Data Variabel
- Lampiran 7 Uji Statistik
- Lampiran 8 Tabel Distribusi T
- Lampiran 9 Biodata Penulis
- Lampiran 10 Bukti Konsultasi

ABSTRAK

Alvina Noer Fahrany. 2021, SKRIPSI. Judul: “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”

Pembimbing : Hj. Meldona, SE., MM., Ak., CA

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

Perusahaan pada dasarnya memiliki tujuan utama yakni meningkatkan nilai perusahaan secara maksimal, karena nilai perusahaan dapat menjadi *point* penting yang dapat menggambarkan kualitas perusahaan yang akan mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan, sehingga membuat investor semakin yakin dengan kinerja perusahaan dan prospek perusahaan di masa mendatang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial *corporate social responsibility* dan *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan, serta mengetahui profitabilitas dapat memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* dan *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan,

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang digunakan adalah laporan keuangan yang diperoleh dari *website* idx.co.id dengan populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015-2019. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sehingga diperoleh 25 sampel. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan *moderated regression analysis* (MRA).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, variabel *corporate social responsibility* dan *intellectual capital* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan menggunakan uji MRA menunjukkan bahwa variabel profitabilitas mampu memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* dan *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan.

ABSTRACT

Alvina Noer Fahrany. 2021, *THESIS*. Title: “*The Effect of Corporate Social Responsibility and Intellectual Capital on Company Value with Profitability as a Moderation Variable (Study on Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange)*”

Advisor : Hj. Meldona, SE., MM., Ak., CA

Keywords : *Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, Profitability, and Company Value*

Basically, a company has the main objective of maximally increasing company value, because company value can be an important point that can show the quality of the company which will affect investors' perceptions of the company, thereby making investors more convinced about the company's performance and future prospects. The aim of this research is to partially determine the effect of corporate social responsibility and intellectual capital on company value, and to know that profitability can strengthen the effect of corporate social responsibility and intellectual capital on company value.

This research used quantitative descriptive method for analyzing the data. The data was taken from financial reports obtained from idx.co.id website with a population of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2015-2019. The sampling technique used is purposive sampling in order to obtain 25 samples. The method used is multiple linear regression analysis and moderated regression analysis (MRA).

The result of this study indicates that partially, the variables of corporate social responsibility and intellectual capital have a significant effect on company value. By using the MRA test, it shows that the profitability variable is able to strengthen the effect of corporate social responsibility and intellectual capital on company value.

المستخلص

ألفينا نور فحراني. 2021، البحث العلمي. تحت العنوان: "تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات ورأس المال المعرفي على قيمة الشركة بالربحية كمتغير الاعتدال (دراسة في شركات التصنيع المسجلة في سوق الأوراق المالية أو بورصة إندونيسيا)".

المشرفة : ميلدونا الحاجة الماجستير

الكلمات المفتاحية : مسؤولية اجتماعية للشركات، رأس المال المعرفي، ربحية، قيمة الشركة.

تملك شركة الهدف الأساسي وهو ترقية قيمة شركة إلى حد أقصى، لأن قيمتها نقطة مهمة تصور جودتها التي تؤثر نظرة مستثمر لها حتى تجعله واثق بإجراء شركة وإمكانيتها في المستقبل. يهدف هذا البحث لمعرفة تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات ورأس المال المعرفي على قيمة الشركة جزئياً، ومعرفة ربحية ترقى تأثيرها عليها.

كان نوع هذا البحث بحثاً كمياً بالمنهج الوصفي. والبيانات المستخدمة هي قوائم مالية تال من الموقع idx.co.id بقبيل شركات التصنيع المسجلة في سوق الأوراق المالية أو بورصة إندونيسيا عام 2015-2019. واستخدم طريقة أخذ العينة تكوين العينة الهادفة حتى تال 25 عينة. والطريقة المستخدمة لتحليل الانحدار المستقيم المتعدد وتحليل الانحدار المعتدل.

دلت نتيجة البحث على أن متغير المسؤولية الاجتماعية للشركات ورأس المال المعرفي تؤثر تأثيراً كبيراً على قيمة الشركة جزئياً. وباستخدام تحليل الانحدار المعتدل، دل على أن متغير الربحية ترقى تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات ورأس المال المعرفي على قيمة الشركة.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis mengalami kemajuan yang sangat pesat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya usaha atau industri yang baru muncul dan tingkat persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat dan kompetitif. Perusahaan akan terus meningkatkan kemampuannya untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain dengan mempertahankan keunggulan bisnisnya guna meningkatkan nilai perusahaan, dimana nilai perusahaan ini dapat menjadi salah satu *point* penting untuk menarik para investor karena dapat menggambarkan seberapa besar perusahaan dapat memberikan keuntungan bagi para investor (Dzikir, Syahnur, & Tenriwaru, 2020).

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

Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar modal percaya, tidak hanya pada kinerja perusahaan tetapi juga akan percaya pada prospek perusahaan di masa mendatang. Mempertahankan nilai perusahaan yang telah *go public* merupakan hal yang sangat penting, dikarenakan tingginya tingkat kesejahteraan

pemegang saham dapat digambarkan dari tingginya nilai perusahaan (Sudana & I, 2011). Tingginya tingkat nilai perusahaan dapat menggambarkan baik buruknya kinerja suatu perusahaan yang akan mempengaruhi persepsi investor pada perusahaan.

Perusahaan dalam kegiatan operasinya perlu memperhatikan pembangunan ekonomi, pembangunan sosial dan perlindungan lingkungan untuk dapat mempertahankan keberlangsungan suatu usaha dan pembangunan yang berkelanjutan. Salah satunya diperlukan adanya tanggung jawab dengan memperhatikan kondisi lingkungan seperti kerusakan lingkungan sekitar serta kesenjangan sosial yang diakibatkan dari adanya kegiatan perusahaan yang tidak terkendali terhadap sumber daya untuk memperoleh laba (Dzikir, Syahnur, & Tenriwaru, 2020).

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

Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility* (CSR)) saat ini memiliki peran penting dalam entitas bisnis. Bukan hanya untuk sekedar

mengikuti *trend* saja, melainkan untuk memahami esensi dan manfaatnya yang menjadi fokus dari perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian yang menyatakan bahwa CSR sebagai sebuah gagasan sehingga perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpedoman pada aspek keuangan atau *single bottom line* saja, melainkan juga pada aspek sosial dan aspek lingkungan (*triple bottom line*), karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan atau *sustainable* (Daniri, 2014).

Kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan di Indonesia telah diatur oleh pemerintah dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) yang disahkan pada tanggal 20 Juli 2007. Undang-undang tersebut menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan komitmen perseroan untuk berperan dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan tujuannya untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Tanggung jawab sosial dari perusahaan (*corporate social responsibility*) terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua pemangku kepentingan atau *stakeholder*, antara lain pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga kompetitor (Y & Amanah, 2018).

Investor lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang menerapkan program CSR sebagai kegiatan usahanya yang dapat meningkatkan nilai perusahaan, sejalan dengan penelitian Dzikir, Syahnur, dan Tenriwaru (2020) yang menyatakan bahwa *point plus* yang didapatkan perusahaan dari melaksanakan aktivitas CSR akan membuat nilai perusahaan naik, sehingga

menjadi daya tarik bagi investor. Pasar akan memberikan apresiasi positif pada perusahaan yang melakukan aktivitas CSR yang ditunjukkan dengan meningkatnya harga saham yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan, sehingga pasar akan percaya bahwa perusahaan di masa mendatang akan terus berkembang dan berkelanjutan. Pelaksanaan CSR membuat citra perusahaan akan meningkat sehingga loyalitas konsumen menjadi semakin tinggi (Dzikir, Syahnur, & Tenriwaru, 2020). Dengan meningkatnya loyalitas konsumen yang tinggi dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan meningkat, sehingga dengan adanya pelaksanaan CSR, diharapkan tingkat profitabilitas dan nilai perusahaan juga meningkat.

Tidak hanya melalui aktivitas CSR, investor akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan, tetapi investor juga akan tertarik pada perusahaan yang menerapkan prinsip (*knowledge based-resources*) dimana perusahaan akan menciptakan suatu cara untuk mengelola pengetahuan sebagai sarana untuk memperoleh penghasilannya. *Intellectual Capital* (IC) menjadi salah satu pendekatan yang digunakan dalam penilaian dan pengukuran dari *knowledge asset*. Sejalan dengan pernyataan dari (Sayyidah & Saifi, 2017) bahwa pengetahuan berbasis sumber daya manusia (*knowledge based-resources*) menjadi salah satu strategi bersaing yang merupakan kunci kesuksesan dalam persaingan yang terjadi antar perusahaan. *Intellectual Capital* (IC) atau modal intelektual menjadi salah satu hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh pihak investor.

Isu tentang modal intelektual di Indonesia mulai berkembang setelah munculnya Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) no. 19 (revisi 2000)

tentang aktiva tidak berwujud. Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (2012) dalam PSAK no 19 disebutkan bahwa aktiva tidak berwujud adalah aktiva non-moneter yang dapat diidentifikasi dan tidak mempunyai wujud fisik serta dimiliki untuk digunakan dalam menghasilkan atau menyerahkan barang dan jasa, disewakan pada pihak lainnya, atau untuk tujuan administratif.

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

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

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

Dalam penelitian ini, profitabilitas digunakan sebagai variabel moderasi yang diduga dapat berpengaruh memperkuat atau memperlemah hubungan *corporate social responsibility* dan *intellectual capital* dengan nilai perusahaan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi dinilai memiliki prospek yang baik yang dapat memberikan manfaat ekonomi di masa depan membuat investor tertarik untuk meningkatkan permintaan saham yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Pengambilan keputusan investasi oleh calon investor dapat dilakukan dengan mempertimbangkan nilai profitabilitas yang dicapai oleh perusahaan di samping kinerja dan tanggung jawab sosial. Harapannya dapat meningkatkan nilai perusahaan karena banyaknya permintaan investasi oleh para investor atas tingginya nilai profitabilitas di dalam perusahaan tersebut.

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

efektif dengan meminimumkan biaya untuk memperoleh laba yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Lestari & Satyawan, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh (Dzikir, Syahnur, & Tenriwaru, 2020) dan (Fauzi, Suransi, & Alamsyah, 2016) menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan serta profitabilitas tidak mampu memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan yang berarti profitabilitas dapat memperlemah hubungan CSR terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Tenriwaru & Nasaruddin, 2020) menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Namun hasil ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Wulandari, DN, & Yunanto, 2020) dan (Wahyuni, 2018) bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Berbeda pula dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Bawafi & Prasetyo, 2015) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas dapat memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Devi, Budiasih, & Badera, 2017), (Sayyidah & Saifi, 2017), (Sukiati, Nuryani, & Leviany, 2015) menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Lestari & Sapitri, 2016) menyatakan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sejalan dengan penelitian yang

dilakukan oleh (Widarjo, 2011). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sayyidah dan Saifi (2017) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan dalam memoderasi hubungan antara *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan.

Adanya ketidakkonsistenan dari hasil penelitian-penelitian terdahulu, penulis tertarik untuk meneliti kembali variabel *corporate social responsibility* dan *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi khususnya pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan manufaktur dipilih sebagai objek penelitian dikarenakan Perusahaan manufaktur merupakan salah satu aset yang memiliki peranan penting dalam pembangunan, terutama dalam menghadapi persaingan bebas, serta dituntut untuk semakin efektif dalam mempublikasikan laporan keuangannya, sehingga saham perusahaan manufaktur banyak diminati. Investor akan tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan manufaktur dikarenakan prospek bisnis di bidang manufaktur terbukti sangat menguntungkan setiap tahunnya (Padmayanti, Suryandari, & Munidewi, 2019).

Perusahaan manufaktur telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap berbagai masalah, seperti polusi, limbah, keamanan produk, dan ketenagakerjaan. Hal ini dapat terjadi karena perusahaan manufaktur lebih banyak berinteraksi dengan masyarakat. Dalam proses produksinya, perusahaan akan menghasilkan limbah produksi yang berkaitan dengan masalah pencemaran lingkungan, serta proses produksi yang dilakukan perusahaan juga membutuhkan tenaga kerja produksi yang sangat erat kaitannya dengan masalah keselamatan kerja. Selain itu perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang menjual produknya kepada

konsumen, sehingga masalah keamanan produk harus diungkapkan kepada publik (Permana, 2012).

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)**”.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat disusun tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Mengetahui apakah *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, untuk mengetahui pengaruh yang dapat ditimbulkan dari informasi yang terdapat dalam laporan keuangan sehingga dapat dijadikan acuan dalam menyusun laporan keuangan dengan baik dan wajar yang nantinya dapat digunakan pemakai laporan keuangan di pasar modal.
2. Bagi kalangan akademik, sebagai bahan informasi atau pembelajaran dalam memberikan kontribusi pada pengembangan teori dalam mengadakan penelitian khususnya dalam bidang akuntansi keuangan yang digunakan sebagai pembandingan terhadap penelitian serupa, baik yang sudah dilakukan maupun yang akan dilakukan di masa yang akan datang.
3. Bagi pihak perusahaan, menjadi bahan pertimbangan dalam penyusunan laporan keuangan yang wajar sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku sehingga dapat menjadi laporan keuangan yang berkualitas yang dapat menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya.
4. Bagi Investor, untuk tambahan informasi yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan investasi di pasar modal sehingga dapat mencapai keuntungan yang diinginkan.

1.5 Batasan Penelitian

Agar penelitian ini dapat lebih fokus dan tidak menyimpang dari permasalahan diperlukan adanya batasan masalah. Batasan-batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang menjadi obyek penelitian merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.
2. Penelitian ini menggunakan *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen.
3. Penilaian profitabilitas sebagai variabel moderasi menggunakan *Return On Assets (ROA)*.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai nilai perusahaan telah dilakukan oleh beberapa peneliti.

Berikut ini uraian tentang nilai perusahaan dari penelitian-penelitian terdahulu:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan Indikator atau Fokus Penelitian	Metode/ Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	A. Nurul Dzikir, Syahnur, Tenriwaru (2020), Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Corporate social responsibility</i> (CSR) 2. Profitabilitas 3. Nilai Perusahaan 	<i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA)	CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas tidak mampu memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan.
2.	Riana Wulandari, Sigit Wibowo DN, Ary Yunanto (2020), Analisis Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Corporate social responsibility</i> (CSR) 2. Kebijakan dividen 3. Profitabilitas 4. Nilai Perusahaan 	Regresi data panel, regresi moderasi	CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas tidak

	dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi Studi Pada Industri Perbankan			mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas mampu memoderasi pengaruh kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan.
3.	Tenriwaru, Fadliah Nasaruddin (2020), Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> 2. Profitabilitas 3. Nilai perusahaan 	Analisis regresi linear berganda	Pengungkapan CSR berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.
4.	Sri Fitri Wahyuni (2018), Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Corporate social responsibility</i> 2. Profitabilitas 3. Nilai perusahaan 	Analisis regresi linear sederhana, <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA)	CSR secara parsial tidak mempengaruhi nilai perusahaan, ROA secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan ROA tidak dapat memoderasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan.
5.	Sunitha Devi, I Gusti Nyoman Budiasih, I Dewa Nyoman Badera (2017), Pengaruh	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengungkapan <i>enterprise risk management</i> (ERM) 2. Pengungkapan <i>intellectual</i> 	Analisis regresi data panel	Pengungkapan ERM, pengungkapan IC berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

	Pengungkapan <i>Enterprise Risk Management</i> dan <i>Pengungkapan Intellectual Capital</i> Terhadap Nilai Perusahaan	3. Nilai perusahaan <i>capital (IC)</i>		
6.	Ulfah Sayyidah, Muhammad Saifi (2017), Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor <i>Property</i> dan <i>Real Estate</i> di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015)	1. <i>Intellectual capital</i> 2. Profitabilitas 3. Nilai perusahaan	Analisis regresi berganda dan <i>moderating regression analysis (MRA)</i>	VAIC berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, Untuk uji t hanya VAHU yang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan VACA dan STVA tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh signifikan dalam memoderasi hubungan antara VAIC terhadap nilai perusahaan.
7.	Nanik Lestari, Rosi Candra Sapitri (2016), Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Terhadap Nilai Perusahaan	1. <i>Intellectual capital</i> 2. Nilai perusahaan	Analisis regresi berganda dan statistik deskriptif	VAIC tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
8.	Armi Sulthon Fauzi, Ni Ketut Suransi, dan Alamsyah (2016), Pengaruh GCG dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi	1. <i>Good Corporate Governance (GCG)</i> 2. <i>Corporate social responsibility (CSR)</i> 3. Profitabilitas 4. Nilai Perusahaan	Analisis regresi linier berganda.	Secara parsial CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan, GCG berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, ROA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, interaksi ROA terhadap CSR

				berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, interaksi ROA terhadap GCG berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. secara simultan pengungkapan <i>good corporate governance</i> , <i>corporate social responsibility</i> dan ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
9.	Muh Hosen Bawafi, Adi Prasetyo (2015), Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> 2. Profitabilitas 3. Nilai perusahaan 	Uji regresi linear berganda	CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas sebagai variabel pemoderasi dapat memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.
10.	Wiwin Sukiati , Nunung Nuryani , Tevi Leviany (2015), Pengaruh Modal Intelektual, Kinerja Keuangan, Investasi pada Riset dan Pengembangan Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modal intelektual 2. Kinerja keuangan 3. Investasi pada riset pengembangan 4. Nilai perusahaan 	Uji regresi linear berganda	Modal intelektual, profitabilitas (kinerja Keuangan) serta investasi pada riset dan pengembangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

11.	Wahyu Widarjo (2011), Pengaruh Modal Intelektual dan Pengungkapan Modal Intelektual pada Nilai Perusahaan yang Melakukan <i>Initial Public Offering</i>	1. Modal intelektual 2. Pengungkapan modal intelektual 3. Nilai perusahaan	Uji regresi linear berganda	Modal intelektual tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, pengungkapan modal intelektual berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
-----	---	--	-----------------------------	---

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang telah disajikan dalam tabel 2.1, ditemukan adanya persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini. Persamaannya adalah penggunaan variabel dependen yang digunakan yaitu nilai perusahaan serta menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Sedangkan perbedaannya adalah (1) variabel independen yang diteliti, dalam penelitian ini menggunakan *corporate social responsibility* dan *intellectual capital* secara bersama-sama, karena pada penelitian sebelumnya belum ada yang menggunakan variabel tersebut secara bersama-sama; (2) Sampel yang digunakan, dalam penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2019. Jadi peneliti menggunakan tahun terkini dengan periode 5 tahun.

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*)

Pada awal tahun 1970-an konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah dikenal dan sering disebut sebagai teori *stakeholder* yang artinya terkait dengan kebijakan dan praktik yang berkaitan dengan pemangku kepentingan (*stakeholder*), nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat

dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Menurut Chariri dan Ghozali (2007) teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang beroperasi semata-mata untuk keuntungannya sendiri, tetapi harus juga memberikan manfaat kepada *stakeholder*-nya, seperti pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain. Berdasarkan teori *stakeholder*, adanya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diharapkan dapat meningkatkan daya tarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan.

Pengungkapan CSR menjadi penting karena *stakeholders* perlu menilai dan memahami sejauh mana perusahaan menjalankan tugasnya sesuai dengan keinginan *stakeholders*, sehingga perusahaan dituntut untuk bertanggung jawab atas aktivitas CSR yang dilakukan. Tujuan utama teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajer perusahaan memahami lingkungan pemangku kepentingan mereka dan mengelola hubungan yang ada di lingkungan perusahaan mereka secara lebih efektif. Namun, tujuan teori *stakeholder* yang lebih luas adalah untuk membantu manajer perusahaan meningkatkan nilai dampak aktivitas mereka dan meminimalkan kerugian bagi pemangku kepentingan (*stakeholder*). Padahal inti dari keseluruhan teori *stakeholder* terletak pada apa yang terjadi ketika perusahaan menjalin hubungan dengan *stakeholders* (Rokhlinasari, 2016).

2.2.2 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Menurut Williams (2001) *signalling theory* menunjukkan bahwa organisasi akan terus berusaha untuk mengungkapkan sinyal dalam bentuk informasi positif kepada investor dalam laporan keuangan perusahaan, dengan harapan sinyal

positif dari organisasi akan mendapat respon positif dari pasar, yang dapat memberikan perusahaan keunggulan kompetitif bagi perusahaan dan dapat memberikan nilai yang cukup tinggi bagi perusahaan.

Teori sinyal menekankan pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan tentang keputusan investasi eksternal perusahaan. Informasi merupakan elemen penting bagi investor dan pelaku bisnis, karena informasi pada hakikatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran tentang kelangsungan hidup perusahaan, bagaimana pasar saham berkembang pada kondisi masa lalu, sekarang dan masa yang akan datang. Investor di pasar modal membutuhkan informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi (Tandelilin, 2010).

Dapat disimpulkan bahwa teori sinyal berkaitan dengan ketersediaan informasi. Laporan tahunan merupakan salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan dan dapat menjadi sinyal bagi pihak eksternal perusahaan khususnya pihak investor. Laporan tahunan menyajikan informasi berupa informasi akuntansi yaitu informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan dan informasi non-akuntansi yaitu informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan. Laporan tahunan hendaknya mengungkapkan informasi yang akurat dan relevan yang dapat digunakan oleh pengguna laporan yakni pihak internal maupun eksternal perusahaan. Investor akan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan yang menyajikan laporan keuangan secara terbuka dan transparan, karena dari laporan keuangan tersebut dapat dijadikan sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan.

2.2.3 *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah mekanisme dimana organisasi secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan berinteraksi dengan pemangku kepentingan (*stakeholder*), yang melampaui tanggung jawab organisasi di bidang hukum. Hadi (2014) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilandasi oleh pertimbangan etika perusahaan dan bertujuan untuk meningkatkan perekonomian dan meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, serta kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat pada umumnya. Sigalingging (2019) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai kelanjutan dari perilaku sosial yang diwajibkan oleh hukum di luar kepentingan perusahaan. CSR adalah pengembangan konsep "*triple bottom line*". Konsep ini menyatakan bahwa untuk mempertahankan keberlangsungan perusahaan, maka perusahaan perlu memperhatikan 3P yang tidak hanya *profit*, tetapi juga dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat (*people*) dan berperan aktif dalam pelestarian lingkungan (*planet*).

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

semakin naik, maka investor akan tertarik dan mempertimbangkan untuk berinvestasi.

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

1) *Sustainability*

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

2) *Accountability*

Prinsip ini berkaitan dengan pengakuan perusahaan dalam melakukan tindakan yang mempengaruhi lingkungan sekitar perusahaan dan karena pengakuan tersebut perusahaan berasumsi untuk bertanggung jawab pada tindakan yang dilakukan. Prinsip ini berdampak pada perhitungan dari tindakan yang akan diambil perusahaan baik internal organisasi maupun eksternal.

3) *Transparancy*

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

2.2.4 *Intellectual Capital*

Intellectual Capital atau modal intelektual didefinisikan sebagai informasi dan pengetahuan yang digunakan dalam pekerjaan untuk menciptakan nilai di

suatu perusahaan (Williams, 2001). Menurut Lestari dan Sapitri (2016) *intellectual capital* merupakan kombinasi dari aset tidak berwujud yang terdiri dari pasar, *intellectual property*, sumber daya manusia dan infrastruktur, yang dapat berperan dalam pekerjaan. Kategori pengetahuan dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu pengetahuan terkait karyawan (*human capital*), pengetahuan terkait pelanggan (*customer capital*), dan pengetahuan terkait perusahaan (*structural capital*). Ketiga kategori tersebut dapat membentuk *intellectual capital* untuk perusahaan. Menurut Sukiati, Nuryani, dan Leviany (2015) modal intelektual didefinisikan sebagai kombinasi dari sumber daya tidak berwujud dan aktivitas yang memungkinkan organisasi untuk mengubah materi, keuangan dan sumber daya manusia menjadi sistem keterampilan yang menciptakan nilai bagi para pemangku kepentingan. Menurut Widardjo (2011) menyatakan bahwa dibandingkan dengan perusahaan dengan sumber daya intelektual yang rendah, investor akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada perusahaan dengan sumber daya intelektual yang tinggi. Nilai yang diberikan investor kepada perusahaan akan tercermin dari harga saham perusahaan.

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

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

Model ini diawali dengan kemampuan perusahaan menciptakan *value added* (VA). *Value added* merupakan merupakan indikator yang paling obyektif untuk mengevaluasi keberhasilan usaha dan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai (*value creation*). VA dihitung antara selisih *output* dan *input*. *Output* (OT) mencakup semua produk dan jasa yang dijual ke pasar, sedangkan *input* (IN) mencakup semua beban yang digunakan. Poin penting dari model ini adalah bahwa beban tenaga kerja (*labour expenses*) tidak termasuk dalam IN. Karena peran aktifnya dalam proses penciptaan nilai (*value creation*), potensi intelektual (dinyatakan dalam *labour expenses*) tidak dihitung sebagai biaya. Oleh karena itu, aspek kunci dari model Pulic adalah memperlakukan tenaga kerja sebagai entitas yang menciptakan nilai. VA dipengaruhi oleh efisiensi *human capital*, *structural capital*, dan *capital employed* (Ulum, 2008). Berdasarkan metode VAICTM, terdapat tiga komponen pembentuknya, yaitu:

a. *Value Added Capital Employed (VACA)*

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

b. *Value Added Human Capital (VAHU)*

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

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

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

manajemen dan segala bentuk *intellectual property* yang dimiliki oleh perusahaan (Sawarjuwono & Kadir, 2003).

2.2.5 Nilai Perusahaan

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

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

Investor menggunakan rasio keuangan untuk menentukan nilai pasar perusahaan. Rasio ini dapat memberikan petunjuk kepada manajemen tentang bagaimana investor mengevaluasi kinerja masa lalu dan prospek perusahaan di

masa depan. Terdapat beberapa rasio yang digunakan untuk mengukur nilai pasar perusahaan, salah satunya Tobin's Q. Rasio ini dinilai dapat memberikan informasi terbaik, karena Tobin's Q mengandung semua unsur hutang dan ekuitas perusahaan, tidak hanya saham biasa, tidak hanya ekuitas perusahaan, tetapi juga semua aset perusahaan (Fauzi, Suransi, & Alamsyah, 2016). Dengan menggunakan seluruh aset perusahaan dapat diartikan bahwa perusahaan juga memperhatikan kreditor, karena sumber pembiayaan operasional perusahaan tidak hanya berasal dari ekuitasnya, tetapi juga dari pinjaman kreditor. Menurut Sukamulja (2004) semakin besar nilai Tobin's Q, semakin baik prospek pertumbuhan perusahaan. Hal ini dapat dilihat karena dibandingkan dengan nilai buku aset perusahaan, semakin besar nilai pasar aset perusahaan maka semakin banyak investor yang rela berkorban untuk memiliki perusahaan.

2.2.6 Profitabilitas

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

Sebagai teknik analisis keuangan komprehensif, *Return On Assets* (ROA) sangat penting. Analisis ROA adalah teknik yang biasa digunakan oleh para pemimpin perusahaan dan investor untuk mengukur efektivitas perusahaan dan keseleruhan operasi perusahaan. ROA merupakan rasio yang digunakan untuk

mengukur keuntungan atau laba bersih yang diperoleh melalui penggunaan aset. Dengan kata lain, semakin tinggi rasio tersebut, semakin baik produktivitas laba bersih aset tersebut. Hal ini akan semakin meningkatkan daya tarik perusahaan kepada investor (Fauzi, Suransi, & Alamsyah, 2016). Menurut Bawafi dan Prasetyo (2015) tingkat profitabilitas yang lebih tinggi menunjukkan perusahaan dapat memperoleh laba yang lebih besar, sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan kegiatan tanggung jawab sosialnya dan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan dengan lebih luas.

2.2.7 Integrasi Islam

2.2.7.1 *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan wujud kepedulian terhadap kesejahteraan dan kebaikan bersama terhadap sesama makhluk ciptaan Allah SWT. Untuk mencapai keseimbangan lingkungan serta kesejahteraan antar makhluk Allah dapat dilakukan dengan cara mengelola lingkungan sekitar dan menjaga kepedulian terhadap umat manusia. Hal tersebut merupakan salah satu wujud ketaatan kepada Allah SWT. Firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 195:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ ۗ وَأَحْسِنُوا ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

Artinya:

“Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena

sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik”. (Q.S. Al-Baqarah-195)

يَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ ۗ قُلْ مَا أَنْفَقْتُمْ مِنْ خَيْرٍ فَلِلْوَالِدَيْنِ وَالْأَقْرَبِينَ وَالْيَتَامَىٰ
وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ ۗ وَمَا تَفْعَلُوا مِنْ خَيْرٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ

Artinya:

“Mereka bertanya tentang apa yang mereka nafkahkan. Jawablah: “Apa saja harta yang kamu nafkahkan hendaklah diberikan kepada ibu-bapak, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang sedang dalam perjalanan”. Dan apa saja kebaikan yang kamu buat, maka sesungguhnya Allah Maha Mengetahuinya”. (Q.S. Al-Baqarah-215)

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ
سُنْبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ ۗ وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ ۗ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya:

“Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh butir, pada tiap-tiap butir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui”. (Q.S. Al-Baqarah-261)

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۗ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۗ وَأَحْسِنَ
كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۗ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ

الْمُفْسِدِينَ

Artinya:

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagiamu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan” (Q.S. Al-Qasas-77)

Dapat disimpulkan bahwa integrasi islam dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan hubungan antara manusia dan lingkungan sekitarnya. Allah telah memerintahkan untuk berbuat baik sebagaimana Allah telah berbuat baik kepada hamba-Nya dan janganlah berbuat kerusakan di bumi ini karena Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan. Allah akan sangat menyukai kepada mereka yang melaksanakan amal sholeh dan peduli terhadap sosial dan lingkungan dan Allah akan mengecam kepada orang-orang yang tidak memiliki rasa kepedulian sosial. Oleh karena itu, apabila dikaitkan dengan perusahaan, kita diajarkan untuk berbuat baik, dan dilarang untuk berbuat kerusakan di bumi. Tujuannya agar tidak mengecewakan masyarakat khususnya investor sehingga jika kita menjaga kepercayaan dengan tidak merusak bumi maka akan menumbuhkan citra perusahaan yang baik.

2.2.7.2 Intellectual Capital

Allah SWT telah memerintahkan umat-Nya untuk senantiasa menuntut ilmu dan menerapkan ilmu yang dimiliki dalam kebaikan serta dalam kehidupan

sehari-hari. Hal ini telah dikuatkan dalam salah satu ayat dalam Al-Qur'an Surah Al-'Ankabut ayat 43 yang berkaitan dengan ilmu pengetahuan:

وَتِلْكَ الْأَمْثَالُ نَضْرِبُهَا لِلنَّاسِ ۖ وَمَا يَعْقِلُهَا إِلَّا الْعَالِمُونَ

Artinya:

“Dan perumpamaan-perumpamaan ini Kami buat untuk manusia; dan tiada yang memahaminya kecuali orang-orang yang berilmu”. (Q.S. Al-'Ankabut-43)

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa Allah mengumpamakan sesuatu perumpamaan bagi manusia dan hanya orang yang berakal yang dapat memikirkan perumpamaan tersebut. Bagi orang-orang yang selalu menggunakan hati dan pikirannya serta untuk ahli-ahli ilmu pengetahuan tentu dapat memahami perumpamaan tersebut dan akan menambah pengetahuan mengenai rahasia-rahasia Allah yang terkandung dalam ayat-ayat Al-Qur'an. Oleh karena itu, ilmu pengetahuan yang kita miliki akan menolong kita bahkan akan menjadi bekal ketika di akhirat nanti.

2.2.7.3 Profitabilitas

Firman Allah mengenai pengambilan laba yang dijelaskan dalam surah An-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

“Hai orang-orang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan

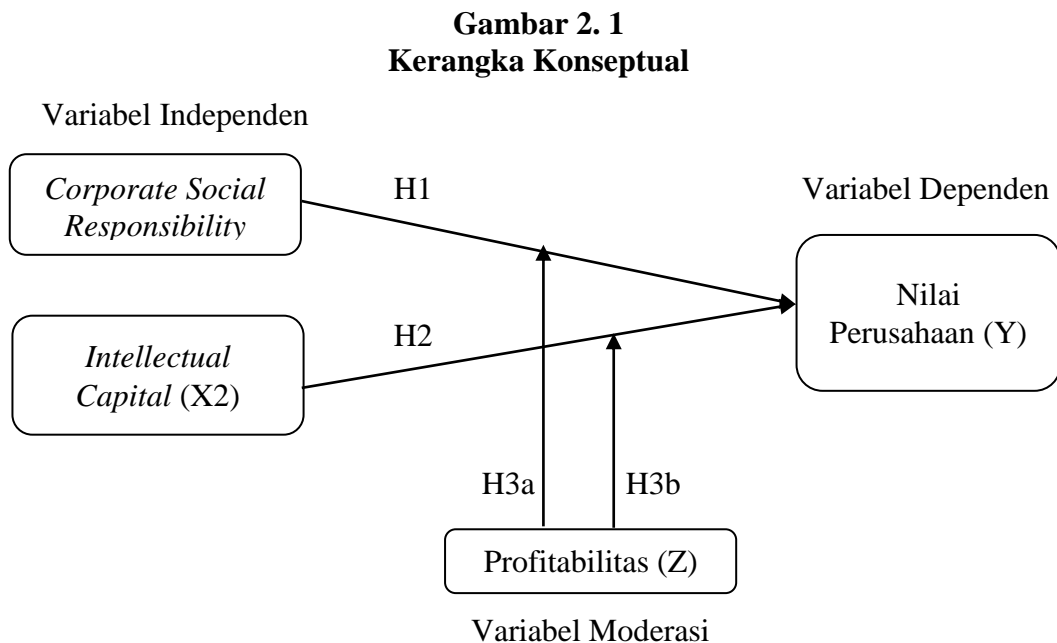
suka sama suka dia antara kamu . dan janganlah kamu membunuh dirimu[2];

Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu". (Q.S. An-Nisa'-29)

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa diperbolehkan untuk mencari laba dengan melalui kegiatan jual beli. Jika dikaitkan dengan sebuah perusahaan, pada saat perusahaan berusaha meningkatkan profitabilitasnya, maka hal ini dapat meningkatkan harga saham suatu perusahaan. Harga saham yang meningkat akan mencerminkan nilai perusahaan yang baik bagi investor. Maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tinggi yang dimiliki perusahaan dapat menggambarkan prospek perusahaan di masa depan yang dapat menjadi daya tarik bagi investor untuk berinvestasi pada perusahaan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2.3 Kerangka Konseptual

Model penelitian ini dapat digambarkan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:



Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, peneliti ingin mengetahui tentang pengaruh *corporate social responsibility* dan *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasinya.

Keterangan :

H₁ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

H₂ : *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

H_{3a}: Profitabilitas memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

H_{3b}: Profitabilitas memoderasi pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Apabila perusahaan memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup maka nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara keberlanjutan (*sustainable*), karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup. Ketiga aspek perusahaan dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut merupakan wujud tanggung jawab perusahaan dan kepedulian terhadap lingkungan sekitar perusahaan (Hutabarat & Siswantaya, 2017). Adanya praktik tanggung jawab sosial perusahaan yang baik diharapkan dapat membentuk citra yang baik bagi pihak eksternal sehingga menciptakan nilai perusahaan yang tinggi yang dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dzikir, Syahnur, dan Tenriwaru (2020) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Fauzi, Suransi, dan Alamsyah (2016), Bawafi dan Prasetyo (2015) bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Tenriwaru dan Nasaruddin (2020) bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Wulandari, DN, dan Yunanto (2020) serta Wahyuni (2018) juga menyatakan bahwa CSR tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan penjabaran di atas, maka hipotesis pertama penelitian ini adalah:

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

2.4.2 Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

Upaya perusahaan untuk menciptakan nilai membutuhkan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Potensi ini meliputi *human capital*, *customer capital*, dan *structural capital*. Nilai tambah yang dihasilkan dalam proses penciptaan nilai dalam perusahaan akan menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Keuntungan kompetitif ini menunjukkan bahwa persepsi pasar terhadap nilai perusahaan meningkat, karena diyakini perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif akan mampu bersaing dan bertahan dalam lingkungan bisnis (Chen, Cheng, & Hwang, 2005).

Devi, Budiasih, dan Badera (2017), Sayyidah dan Saifi (2017) dan Sukiati, Nuryani, dan Leviany (2015) menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda

halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari dan Sapitri (2016) bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widarjo (2011). Berdasarkan penjabaran di atas, maka hipotesis kedua penelitian ini adalah:

H₂: *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

2.4.3 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi

ROA adalah salah satu jenis tingkat keuntungan yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan. Melalui rasio ini, dapat menentukan apakah perusahaan secara efektif menggunakan asetnya dalam operasional perusahaan. Oleh karena itu, semakin tinggi nilai rasio ini maka semakin baik kondisi perusahaan.

Apabila ROA perusahaan tinggi maka akan memperkuat pengaruh antara CSR terhadap nilai perusahaan dan berlaku untuk sebaliknya, yakni jika perusahaan memiliki ROA yang rendah maka dapat memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan (Fauzi, Suransi, & Alamsyah, 2016). Menurut Tenriwaru dan Nasaruddin (2020) menyatakan bahwa semakin banyak pengungkapan CSR akan semakin menimbulkan kepercayaan dari *stakeholders* dan *shareholder* yang akan meningkatkan laba perusahaan, citra perusahaan dan harga saham. Harga saham yang meningkat dapat meningkatkan nilai perusahaan. Jadi, semakin tinggi tingkat profitabilitasnya maka dapat menggambarkan perusahaan mampu memperoleh laba yang besar sehingga dapat meningkatkan

aktivitas CSR dan mengungkapkannya dalam laporan tahunan lebih luas yang dapat menarik minat investor yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Intellectual capital menunjukkan bahwa aset berupa pengetahuan sumber daya manusia berkualitas tinggi yang dimiliki perusahaan mampu mendorong perusahaan untuk mencapai kinerja keuangan yang tinggi, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dengan profitabilitas yang diukur menggunakan rasio *return on assets* (ROA), dapat diketahui efisiensi penggunaan aset dan pengelolaan sumber daya perusahaan, sehingga *intellectual capital* perusahaan dapat dikelola secara efektif dengan meminimumkan biaya untuk memperoleh laba yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Lestari & Satyawan, 2018). Dengan profitabilitas tinggi dapat menggambarkan prospek perusahaan di masa mendatang, sehingga dapat menjadi daya tarik bagi investor untuk berinvestasi pada perusahaan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh yang dilakukan oleh Dzikir, Syahnur, dan Tenriwaru (2020), Wulandari, DN, dan Yunanto (2020), Wahyuni (2018), dan Fauzi, Suransi, dan Alamsyah (2016) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan yang berarti profitabilitas dapat memperlemah hubungan CSR terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Tenriwaru dan Nasaruddin (2020) dan Bawafi dan Prasetyo (2015) menyatakan bahwa profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sayyidah dan Saifi (2017) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan dalam memoderasi hubungan antara *intellectual capital*

terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjabaran di atas, maka hipotesis ketiga penelitian ini adalah:

H_{3a}: Profitabilitas memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

H_{3b}: Profitabilitas memoderasi pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka, bermula dari proses pengumpulan data, analisis data hingga penampilan data (Siyoto & Sodik, 2015). Pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi pada penelitian ini adalah Bursa Efek Indonesia (BEI). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan manufaktur *go public* di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019. Perusahaan *go public* dipilih sebagai objek karena perusahaan tersebut mempublikasikan laporan keuangannya dan dapat diakses melalui *website* resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.go.id sehingga mudah untuk diteliti dan diidentifikasi.

3.3 Populasi dan Sampel

Menurut Barlian (2016) populasi adalah seluruh unit yang telah ditentukan informasi yang dibutuhkan, sehingga populasi tersebut dapat berbeda-beda sesuai dengan masalah yang akan diteliti. Dengan kata lain, populasi merupakan jumlah keseluruhan dari unit analisis, sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019. Sedangkan sampel dari populasi yang

digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019 dengan kriteria-kriteria tertentu.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel menggunakan pertimbangan tertentu agar dapat menghasilkan data yang *representative* sehingga sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2015). Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015-2019.
2. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) secara konsisten dan lengkap pada tahun 2015-2019.
3. Perusahaan manufaktur yang tidak mengalami kerugian selama periode 2015-2019.
4. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan tahunan menggunakan mata uang rupiah di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015-2019.
5. Perusahaan manufaktur yang memiliki kelengkapan data terkait variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini selama tahun 2015-2019.

Tabel 3. 1
Pengambilan Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015-2019	173
2.	Perusahaan manufaktur yang tidak menerbitkan laporan tahunan (<i>annual report</i>) secara konsisten dan lengkap	(68)

	pada tahun 2015-2019	
3.	Perusahaan manufaktur yang mengalami kerugian selama periode 2015-2019	(42)
4.	Perusahaan manufaktur yang tidak menerbitkan laporan keuangan tahunan menggunakan mata uang rupiah di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015-2019	(10)
5.	Perusahaan manufaktur yang tidak memiliki kelengkapan data terkait variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini selama tahun 2015-2019	(28)
	Jumlah sampel penelitian terpilih	25
	Jumlah sampel selama periode penelitian (5 tahun)	125

Sumber: www.idx.go.id, data diolah peneliti.

Berikut ini merupakan daftar perusahaan manufaktur yang sesuai dengan kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian:

Tabel 3. 2
Daftar Perusahaan Penelitian

No	Kode	Nama Perusahaan
1.	ADES	PT Akasha Wira International Tbk
2.	AKPI	PT Argha Karya Prima Industry Tbk
3.	ARNA	PT Arwana Citra Mulia Tbk
4.	ASII	PT Astra International Tbk
5.	AUTO	PT Astra Otoparts Tbk
6.	BATA	PT Sepatu Bata Tbk
7.	BUDI	PT Budi Starch & Sweetener Tbk
8.	DVLA	PT Darya Varia Laboratoria Tbk
9.	GGRM	PT Gudang Garam Tbk
10.	ICBP	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
11.	IGAR	PT Champion Pasific Indonesia Tbk
12.	INCI	PT Intanwijaya International Tbk
13.	INDF	PT Indofood Sukses Makmur Tbk
14.	INTP	PT Indocement Tunggul Prakasa Tbk
15.	JECC	PT Jembo Cable Company Tbk
16.	KLBF	PT Kalbe Farma Tbk
17.	ROTI	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk
18.	SIDO	PT Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk
19.	SMSM	PT Selamat Sempurna Tbk
20.	SRSN	PT Indo Acidatama Tbk
21.	TCID	PT Mandom Indonesia Tbk
22.	TOTO	PT Surya Toto Indonesia Tbk
23.	TRIS	PT Trisula International Tbk
24.	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk
25.	WIIM	PT Wismilak Inti Makmur Tbk

Sumber: www.idx.go.id, data diolah peneliti.

3.5 Data dan Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu data diperoleh secara tidak langsung atau melalui perantara, biasanya berupa bukti catatan atau laporan historis perusahaan (Dzikir, Syahnur, & Tenriwaru, 2020). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015-2019 yang diperoleh dari *website* www.idx.go.id.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

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

3.7 Definisi Operasional Variabel

3.7.1 Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Barlian, 2016). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah nilai yang diukur melalui nilai saham yang beredar di

pasar. Nilai pasar perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan rasio Tobin's Q. Perhitungan rasio Tobin's Q menurut Fauzi, Suransi, dan Alamsyah (2016):

$$\text{TOBINS Q} = \frac{\text{MVE} + \text{DEBT}}{\text{TA}}$$

Keterangan :

MVE = Nilai pasar ekuitas (*Closing price* saham akhir tahun x jumlah saham yang beredar akhir tahun)

DEBT = Total utang perusahaan

TA = Total aset perusahaan

3.7.2 Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat secara positif maupun negatif. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Barlian, 2016).

a. *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat guna memenuhi hak-hak dari *stakeholder*. Instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen yang diungkapkan dalam *Global Reporting Initiative G4*, dikarenakan menitikberatkan pada berbagai standar pengungkapan kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan, serta bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan pemanfaatan laporan keberlanjutan atau *sustainability reporting* (Dzikir, Syahnur, & Tenriwaru, 2020). GRI G4 menyediakan kerangka kerja yang relevan secara global untuk mendukung metode pelaporan yang terstandarisasi

dapat meningkatkan transparansi dan konsistensi, sehingga informasi yang disampaikan berguna dan dapat dipercaya oleh pasar dan masyarakat.

Tidak semua perusahaan melakukan pengungkapan berdasarkan GRI G4 secara keseluruhan, biasanya perusahaan mengungkapkan masalah yang dianggap relevan dan material dalam lingkup usaha perusahaan masing-masing. *Corporate Social Responsibility* yang diukur dengan menggunakan variabel *dummy* yang artinya nilai variabel tersebut dibatasi pada 0 dan 1 saja. Dengan memberi nilai “0” jika item tidak diungkapkan dan memberi nilai “1” jika item diungkapkan. Selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan (Fauzi, Suransi, & Alamsyah, 2016). Rumus perhitungan pengungkapan CSR adalah sebagai berikut (Fauzi, Suransi, & Alamsyah, 2016):

$$CSR_{ij} = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSR_{ij} : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan.

n_j : Jumlah item CSR yang berjumlah 91 item.

$\sum X_{ij}$: Jumlah item CSR yang diungkapkan perusahaan.

b. *Intellectual Capital*

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

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

$$VA = OUT - IN$$

Keterangan :

VA : *Value added*.

OUT : *Output* : total penjualan dan pendapatan lain.

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

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

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

$$VACA = VA : CE$$

Keterangan :

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

VA : *Value Added*.

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

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

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

$$VAHU = VA : HC$$

Keterangan :

V AHU : *Value Added Human Capital*: rasio VA terhadap HC

VA : *Value Added*

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

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

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

$$STVA = SC : VA$$

Keterangan :

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

SC : *Structural Capital* : VA- HC

VA : *Value Added*

5. Langkah kelima menghitung VAICTM (*Value Added Intellectual Coefficient*)

VAICTM digunakan sebagai indikator untuk mengukur kemampuan intelektual perusahaan.

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

Keterangan :

VAIC : *Value Added Intellectual Coefficient*

VACA : *Value Added Capital Employed*

VAHU : *Value Added Human Capital*

STVA : *Structural Capital Value Added*

3.7.3 Variabel Moderasi

Variabel moderasi merupakan variabel yang mempengaruhi yakni dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Barlian, 2016). Variabel moderasi pada penelitian ini adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan dengan *Return On Assets* (ROA). Rasio *Return On Assets* merupakan suatu ukuran untuk menilai seberapa besar tingkat pengembalian dari asset yang dimiliki. Semakin besar nilai dari ROA, semakin baik kinerja perusahaan, karena memiliki nilai *return* yang semakin besar (Wahyuni, 2018). Hal ini akan membuat investor tertarik terhadap perusahaan dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Rasio *Return On Assets* dapat dirumuskan sebagai berikut (Bawafi & Prasetyo, 2015):

$$ROA = \frac{\text{laba bersih setelah pajak}}{\text{total aktiva}}$$

Berikut ini definisi operasional variabel-variabel tersebut secara garis besar:

Tabel 3. 3
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Indikator	Pengukuran
Variabel Independen (X)			
1.	<i>Corporate Social Responsibility</i> (X1)	<ul style="list-style-type: none"> - Ukuran pengungkapan CSR - 91 indikator CSR 	CSR diukur dengan menggunakan variabel <i>dummy</i> , yaitu skor 1 jika CSR diungkapkan, dan skor 0 jika CSR tidak diungkapkan <i>Corporate social responsibility</i> (CSR) dapat diukur menggunakan rumus berikut (Fauzi, Suransi, & Alamsyah, 2016):

			$CSR_{ij} = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$
2.	<i>Intellectual Capital (X2)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Value Added Capital Employed</i> - <i>Value Added Human Capital</i> - <i>Structural Capital Value Added</i> 	<i>Intellectual capital (IC)</i> dapat diukur menggunakan rumus berikut (Sayyidah & Saifi, 2017): $VAIC^{TM} = VACA + VAHU + STVA$
Variabel Dependen (Y)			
1.	Nilai Perusahaan (Y)	<ul style="list-style-type: none"> - Nilai pasar ekuitas - Total hutang - Total aset 	Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan rumus berikut (Fauzi, Suransi, & Alamsyah, 2016): $TOBINS\ Q = \frac{MVE+DEBT}{TA}$
Variabel Moderasi (Z)			
1.	Profitabilitas (Z)	<ul style="list-style-type: none"> - Laba bersih setelah pajak - Total aktiva 	Profitabilitas dapat diukur menggunakan rumus berikut (Bawafi & Prasetyo, 2015): $ROA = \frac{\text{labu bersih setelah pajak}}{\text{total aktiva}}$

3.8 Analisis Data

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum dari masing-masing variabel (Ghozali dalam Dzikir, 2020).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas penggunaan model regresi dalam penelitian ini. selain itu juga untuk memastikan apakah data yang sudah diolah terdistribusi secara normal. Uji asumsi klasik meliputi :

3.8.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat (dependen) dan variabel bebas (independen) keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal (Ghozali, 2007). Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorof-Smirnov. Jika nilai signifikansi dari hasil uji Kolmogorof-Smirnov $> 0,05$, maka asumsi normalitas terpenuhi.

3.8.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan korelasi antara variabel independen. Jika tidak terjadi korelasi antar variabel independen maka dapat dikatakan bahwa model regresi tersebut baik. Salah satu cara untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 dan maka tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2007).

3.8.2.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinyatakan bahwa ada masalah autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) karena jumlah sampel yang digunakan kurang dari 100. Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya konstanta dalam model regresi

dan tidak ada variabel lag diantara variabel independen. Jika nilai Durbin Watson diantara -2 sampai +2 berarti tidak terjadi autokorelasi (Ghozali, 2007).

3.8.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* dari *residual* dalam satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dan *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi dapat dikatakan baik jika data model regresi homoskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam model penelitian, dilakukan uji Glejser menggunakan SPSS. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ berarti tidak ada masalah heteroskedastisitas (Ghozali, 2007).

3.8.3 Uji Hipotesis

3.8.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda (*multiple regression analysis*) dalam penelitian yang digunakan terdapat dua variabel bebas yaitu *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital*. Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) dengan rumus persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi *Corporate Social Responsibility*

β_2 = Koefisien regresi *Intellectual Capital*

X_1 = *Corporate Social Responsibility*

X_2 = *Intellectual Capital*

e = Standar Error

3.8.3.2 Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen (Ghozali, 2007). Hasil uji t ditunjukkan pada tabel *coefficients* di kolom t dan *significance* (sig) dengan memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Nilai sig < 0,05 dan t hitung > t tabel menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Nilai sig > 0,05 dan t hitung < t tabel menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

3.8.3.3 *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Moderated Regression Analysis (MRA) atau sering disebut uji interaksi. Tujuan dari analisis ini untuk mengetahui apakah variabel moderasi akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus dari regresi linear berganda, dalam persamaan regresinya mengandung unsur-unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) (Ghozali, 2007) dengan rumus persamaan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi *Corporate Social Responsibility*

β_2 = Koefisien regresi *Intellectual Capital*

β_3 = Koefisien regresi Profitabilitas

X_1 = *Corporate Social Responsibility*

X_2 = *Intellectual Capital*

X_3 = Profitabilitas (moderasi)

$X_1 X_3$ = Interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dengan Profitabilitas

$X_2 X_3$ = Interaksi antara *Intellectual Capital* dengan Profitabilitas

e = Standar Error

Variabel perkalian antara *Corporate Social Responsibility* (X_1) dan Profitabilitas (X_3) merupakan variabel moderasi yang menggambarkan pengaruh moderasi variabel Profitabilitas (X_3) terhadap hubungan *Corporate Social Responsibility* (X_1) dan Nilai Perusahaan (Y). Perkalian antara *Intellectual Capital* (X_2) dan Profitabilitas (X_3) merupakan variabel moderasi yang menggambarkan pengaruh moderasi variabel Profitabilitas (X_3) terhadap hubungan *Intellectual Capital* (X_2) dan Nilai Perusahaan (Y).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Obyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015-2019. Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan pihak yang menyediakan dan menyelenggarakan sarana atau tempat untuk penjualan efek atau saham. Populasi dalam penelitian ini adalah 173 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada rentang waktu tahun 2015-2019. Sampel dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel menggunakan pertimbangan tertentu agar dapat menghasilkan data yang *representative* sehingga sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2015). Sampel yang tidak sesuai dengan kriteria yang ditentukan sebanyak 148 sampel, maka jumlah sampel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah 25 sampel selama tahun 2015-2019. Sehingga jumlah data yang digunakan untuk penelitian sebanyak 125.

Berikut merupakan gambaran singkat perusahaan yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian:

1. PT Akasha Wira International Tbk

PT Akasha Wira International Tbk (ADES) didirikan dengan nama PT Alfindo Putrasetia pada tahun 1985. Pada tahun 2010, nama perseroan diubah menjadi PT Akasha Wira International Tbk. Perusahaan ini berkantor pusat di Jakarta dan bergerak di bidang industri air kemasan, industri kosmetika,

industri minuman ringan susu kedelai, dan distribusi produk kosmetika professional merek Wella and Clairol di Indonesia.

2. PT Argha Karya Prima Industry Tbk

PT Argha Karya Prima Industry Tbk (AKPI) didirikan pada tahun 1980, dan merupakan pelopor pada industri kemasan fleksibel di Indonesia. Mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1982 dengan pabrik yang berlokasi di kawasan Citeureup, Bogor, Jawa Barat. Kegiatan bisnis dan usaha perseroan antara lain bergerak dalam bidang industri dan pemasaran barang-barang dari plastik.

3. PT Arwana Citra Mulia Tbk

PT Arwana Citra Mulia Tbk (ARNA) didirikan pada tahun 1993, merupakan perusahaan terbuka yang bergerak di bidang industri keramik yang berkantor pusat di Jakarta. PT Arwana berfokus pada segmen pasar menengah dan bawah dengan produk ubin keramik berkualitas dengan harga terjangkau.

4. PT Astra International Tbk

PT Astra International Tbk (ASII) didirikan di Jakarta pada tahun 1957 sebagai sebuah perusahaan perdagangan umum dengan nama Astra International Inc. Pada tahun 1990, perseroan mengubah namanya menjadi PT Astra International Tbk. Perusahaan ini menerapkan model bisnis yang berbasis sinergi dan terdiversifikasi pada tujuh segmen usaha meliputi otomotif, jasa keuangan, alat berat, pertambangan, konstruksi dan energi, agribisnis, infrastruktur dan logistik, teknologi informasi dan properti.

5. PT Astra Otoparts Tbk

PT Astra Otoparts Tbk (AUTO) didirikan pada tahun 1991. Perusahaan ini berkantor pusat di Jakarta dengan kegiatan usaha perseroan berfokus pada proses produksi dan distribusi aneka ragam suku cadang kendaraan bermotor roda dua dan roda empat, dengan segmen pasar terbesar adalah pasar pabrikan otomotif (OEM – *Original Equipment Manufacturer*) dan pasar suku cadang pengganti (REM – *Replacement Market*).

6. PT Sepatu Bata Tbk

PT Sepatu Bata Tbk (BATA) didirikan pada tahun 1931 yang merupakan perusahaan asosiasi dari Bata Shoe Organization. Perusahaan ini berkantor pusat di Jakarta dengan memproduksi beragam alas kaki meliputi sepatu kulit dan sandal, sepatu kanvas *built-up*, sepatu santai, sepatu olahraga, dan sandal *injection moulded*.

7. PT Budi Starch & Sweetener Tbk

PT Budi Starch & Sweetener (BUDI) didirikan pada tahun 1979. Perusahaan ini berkantor pusat di Jakarta dan produk yang dihasilkan meliputi tepung tapioka, glukosa dan fruktosa, maltodextrin dan sorbitol, dan karung plastik.

8. PT Darya Varia Laboratoria Tbk

PT Darya Varia Laboratoria Tbk (DVLA) merupakan perusahaan industri farmasi PMDN (Penanaman Modal Dalam Negeri) yang telah berdiri sejak tahun 1976. Perusahaan ini berlokasi di Jakarta.

9. PT Gudang Garam Tbk

PT Gudang Garam Tbk (GGRM) didirikan pada tahun 1958 merupakan produsen rokok kretek terkemuka yang identik dengan Indonesia yang

merupakan salah satu sentra utama perdagangan rempah di dunia. Perusahaan ini berkantor pusat di Kediri dengan jenis produk rokok yang dihasilkan meliputi sigaret kretek tangan, sigaret kretek mesin, rendah tar nikotin.

10. PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk

PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) didirikan pada tahun 1982 merupakan salah satu produsen produk konsumen bermerek yang mapan dan terkemuka, dengan kegiatan usaha yang dijalankan antara lain meliputi mi instan, dairy, makanan ringan, penyedap makanan, nutrisi dan makanan khusus, minuman non-alkohol, kemasan, perdagangan, jasa konsultasi manajemen, serta penelitian dan pengembangan.

11. PT Champion Pasific Indonesia Tbk

PT Champion Pasific Indonesia Tbk (IGAR) didirikan pada tahun 1975 dengan nama PT Igar Jaya Tbk kemudian pada tahun 2010 mengubah namanya menjadi PT Champion Pacific Indonesia Tbk. Perusahaan ini berlokasi di Bekasi dan bergerak di bidang konsultasi manajemen lainnya. Sementara entitas anak perusahaan bergerak di bidang usaha industri barang dari plastik untuk pengemasan.

12. PT Intanwijaya International Tbk

PT Intanwijaya International Tbk (INCI) didirikan pada tahun 1981 dengan nama PT Intan Wijaya Chemical Industry kemudian pada tahun 2000 mengubah namanya menjadi PT Intanwijaya Internasional Tbk. Perusahaan ini berkantor pusat di Jakarta dan bergerak di bidang industri kimia dasar organik lainnya dan industri perekat lem.

13. PT Indofood Sukses Makmur Tbk

PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) didirikan pada tahun 1990 dengan nama PT Panganjaya Intikusuma kemudian pada tahun 1994 mengubah namanya menjadi PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Perusahaan ini merupakan produsen berbagai jenis makanan dan minuman dan berkantor pusat di Jakarta.

14. PT Indocement Tungal Prakasa Tbk

PT Indocement Tungal Prakasa Tbk (INTP) mulai beroperasi pada tanggal 4 Agustus 1975. Perusahaan ini berkantor pusat di Jakarta dan bergerak di bidang industri semen.

15. PT Jembo Cable Company Tbk

PT Jembo Cable Company Tbk (JECC) didirikan pada tahun 1973 merupakan salah satu produsen kabel terkemuka di Indonesia dan menjadi pelopor perseroan untuk produksi beberapa kabel di Indonesia. Perusahaan ini berkantor pusat di Tangerang dengan produk yang dihasilkan meliputi kabel listrik tegangan rendah tembaga, kabel listrik tegangan rendah aluminium, kabel listrik tegangan menengah, kabel telekomunikasi, kabel instrumen, kabel serat optik, kabel marine, kabel metal corrugated.

16. PT Kalbe Farma Tbk

PT Kalbe Farma Tbk (KLBF) didirikan pada tahun 1966. Perusahaan ini berkantor pusat di Jakarta dan bergerak di bidang farmasi, perdagangan, dan perwakilan. Produk yang dihasilkan meliputi obat resep, produk kesehatan, dan nutrisi.

17. PT Nippon Indosari Corpindo Tbk

PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI) didirikan pada tahun 1995 dengan nama PT Nippon Indosari Corporation kemudian pada tahun 2003 nama perseroan berubah menjadi PT Nippon Indosari Corpindo. Perusahaan ini berkantor pusat di Bekasi dan bergerak di bidang pabrikan, penjualan dan distribusi roti dan minuman ringan. Produk yang dihasilkan meliputi roti tawar, roti manis, dan kue.

18. PT Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk

PT Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) didirikan pada tahun 1975. Perusahaan ini berkantor pusat di Semarang dan bergerak di bidang perindustrian jamu dan farmasi, perdagangan, pengangkutan darat, jasa dan pertanian.

19. PT Selamat Sempurna Tbk

PT Selamat Sempurna Tbk (SMSM) didirikan pada tahun 1976. Perusahaan ini berkantor pusat di Jakarta dan bergerak di bidang industri alat-alat atau perlengkapan (*spare parts*) kendaraan bermotor, alat-alat berat, dan mesin lainnya serta kegiatan distribusi.

20. PT Indo Acidatama Tbk

PT Indo Acidatama Tbk (SRSN) didirikan pada tahun 1983 dengan nama PT Indo Alkohol Utama kemudian pada tahun 2006 mengubah namanya menjadi PT Indo Acidatama Tbk. Perusahaan ini berkantor pusat di Jakarta dan bergerak di bidang industri agro kimia dengan nama produk ethanol, asam asetat dan ethyl asetat dan memproduksi secara komersial sejak tahun 1989.

21. PT Mandom Indonesia Tbk

PT Mandom Indonesia Tbk (TCID) didirikan pada tahun 1969. Perusahaan ini berkantor pusat di Jakarta dan bergerak di bidang industri dan perdagangan. Produk yang dihasilkan berupa kosmetika, wangi-wangian, toiletries, bahan pembersih/pembekalan kesehatan rumah tangga, kemasan plastik dan barang-barang plastik lainnya.

22. PT Surya Toto Indonesia Tbk

PT Surya Toto Indonesia Tbk (TOTO) didirikan pada tahun 1977. Perusahaan ini berkantor pusat di Jakarta dan bergerak di bidang saniter, fitting dan peralatan sistem dapur. Produk yang dihasilkan meliputi kloset, wastafel, urinal, kran, shower, peralatan sistem dapur, lemari pakaian, cabinet vanity, tempat tissue, tempat sabun, gantungan handuk dan sebagainya.

23. PT Trisula International Tbk

PT Trisula International Tbk (TRIS) didirikan pada tahun 2004 dengan nama PT Transindo Global Fashion kemudian mengubah namanya menjadi PT Trisula International Tbk. Perusahaan ini berkantor pusat di Jakarta dan bergerak di bidang perdagangan pakaian jadi, industri garmen dan tekstil, serta usaha terkait lainnya.

24. PT Unilever Indonesia Tbk

PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) didirikan pada tahun 1933 dan berkantor pusat di Tangerang. Perusahaan ini bergerak di bidang produksi, pemasaran dan distribusi barang-barang konsumsi, termasuk di dalamnya sabun, deterjen,

es krim, bumbu-bumbu masak, kecap, produk-produk kosmetika, minuman dengan bahan pokok teh dan minuman sari buah.

25. PT Wismilak Inti Makmur Tbk

PT Wismilak Inti Makmur Tbk (WIIM) didirikan pada tahun 1994. Perusahaan ini berkantor pusat di Surabaya dan bergerak di bidang industri bumbu rokok dan kelengkapan rokok lainnya antara lain pembuatan filter rokok reguler/mild. Jenis produk yang dihasilkan meliputi sigaret kretek tangan, sigaret kretek mesin, cerutu, dan filter sigaret.

4.1.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ini digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi data sampel atas data yang dikumpulkan dalam penelitian ini. Rumus yang digunakan dalam analisis statistik deskriptif adalah rata-rata, minimum, maksimum serta standar deviasi atau ukuran penyebaran data.

Tabel 4. 1
Hasil Analisis Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	125	.11	.52	.2418	.08175
IC	125	1.31	7.45	2.4929	1.01471
ROA	125	.18	44.68	9.5535	8.14941
Nilai Perusahaan	125	.30	23.29	2.4281	3.57671
Valid N (listwise)	125				

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2021

Dari hasil analisis deskriptif pada tabel 4.1 diatas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Hasil analisis deskriptif menunjukkan nilai terendah atau minimum variabel *corporate social responsibility* (CSR) dalam penelitian ini adalah 0,11. Nilai terendah diperoleh PT Sepatu Bata Tbk, yang berarti bahwa *corporate social*

responsibility (CSR) paling kecil dari seluruh perusahaan sampel adalah 0,11. Hasil analisis deskriptif menunjukkan nilai tertinggi atau maksimum variabel *corporate social responsibility* (CSR) adalah 0,52. Nilai tertinggi diperoleh PT Indocement Tunggul Prakasa Tbk, yang berarti bahwa *corporate social responsibility* (CSR) paling besar dari seluruh perusahaan sampel adalah 0,52. Hasil analisis deskriptif menunjukkan rata-rata tingkat *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan manufaktur adalah 0,2418 dan standar deviasi menunjukkan tingkat sebaran data variabel *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan adalah 0,8175.

- 2) Hasil analisis deskriptif menunjukkan nilai terendah atau minimum variabel *intellectual capital* (IC) dalam penelitian ini adalah 1,31. Nilai terendah diperoleh PT Argha Karya Prima Industry Tbk, yang berarti bahwa *intellectual capital* (IC) paling kecil dari seluruh perusahaan sampel adalah 1,31. Hasil analisis deskriptif menunjukkan nilai tertinggi atau maksimum variabel *intellectual capital* (IC) adalah 7,45. Nilai tertinggi diperoleh PT Unilever Indonesia Tbk, yang berarti bahwa *intellectual capital* paling besar dari seluruh perusahaan sampel adalah 7,45. Hasil analisis deskriptif menunjukkan rata-rata tingkat *intellectual capital* (IC) perusahaan manufaktur adalah 2,4929 dan standar deviasi menunjukkan tingkat sebaran data variabel *intellectual capital* (IC) perusahaan adalah di 1,01471.
- 3) Hasil analisis deskriptif menunjukkan nilai terendah atau minimum variabel profitabilitas (ROA) dalam penelitian ini adalah 0,18. Nilai terendah diperoleh PT Jembo Cable Company Tbk, yang berarti bahwa profitabilitas (ROA)

paling kecil dari seluruh perusahaan sampel adalah 0,18. Hasil analisis deskriptif menunjukkan nilai tertinggi atau maksimum variabel profitabilitas (ROA) adalah 44,68. Nilai tertinggi diperoleh PT Unilever Indonesia Tbk , yang berarti bahwa profitabilitas (ROA) paling besar dari seluruh perusahaan sampel adalah 44,68. Hasil analisis deskriptif menunjukkan rata-rata tingkat profitabilitas (ROA) perusahaan manufaktur adalah 9,5535 dan standar deviasi menunjukkan tingkat sebaran data variabel profitabilitas (ROA) perusahaan adalah 8,14941.

- 4) Hasil analisis deskriptif menunjukkan nilai terendah atau minimum variabel nilai perusahaan dalam penelitian ini adalah 0,30. Nilai terendah diperoleh PT Intanwijaya International Tbk, yang berarti bahwa nilai perusahaan paling kecil dari seluruh perusahaan sampel adalah 0,30. Hasil analisis deskriptif menunjukkan nilai tertinggi atau maksimum variabel nilai perusahaan adalah 23,29. Nilai tertinggi diperoleh PT Unilever Indonesia Tbk, yang berarti bahwa nilai perusahaan paling besar dari seluruh perusahaan sampel adalah 23,29. Hasil analisis deskriptif menunjukkan rata-rata tingkat nilai perusahaan manufaktur adalah 2,4281 dan standar deviasi menunjukkan tingkat sebaran data variabel nilai perusahaan adalah 3,57671.

4.1.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan pengujian statistik yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum melakukan analisis regresi linier berganda. Analisis uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedastisitas.

4.1.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan bertujuan untuk menentukan apakah model regresi dan variabel yang ada memiliki distribusi normal karena model regresi yang memiliki distribusi data yang normal dikatakan sebagai model regresi yang baik. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan menggunakan One Sample Kolmogorov – Smirnov Test, dengan nilai signifikan 0,05. Jika nilai signifikan yang dihasilkan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal dan sebaliknya apabila signifikan $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4. 2
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		125
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.35921614
Most Extreme Differences	Absolute	.046
	Positive	.046
	Negative	-.042
Test Statistic		.046
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c, d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah sebesar 0,200 sehingga nilai signifikan $> 0,05$ ($0,200 > 0,05$). Jadi berdasarkan hasil uji normalitas tersebut dapat dinyatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal atau dengan kata lain asumsi normalitas terpenuhi.

4.1.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya hubungan korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Salah satu cara untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai $VIF < 10$ dan maka tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2007).

Tabel 4.3
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-2.502	.301		-8.306	.000		
CSR_X1	1.835	.420	.205	4.369	.000	.921	1.086
IC_X2	1.811	.274	.698	6.617	.000	.182	5.492
ROA_Z	.063	.063	.103	.988	.325	.188	5.326

a. Dependent Variable: NilaiPerusahaan_Y

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.3, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel independen tidak terjadi multikolinearitas. Hal ini dapat dilihat pada kolom *tolerance* nilai untuk variabel *corporate social responsibility* (X1) 0,921, *intellectual capital* (X2) 0,182, profitabilitas (X3) 0,188. Ketiga variabel tersebut memiliki nilai *tolerance* $> 0,10$. Sedangkan pada kolom VIF nilai untuk variabel *corporate social responsibility* (X1) 1,086, *intellectual capital* (X2) 5,492, profitabilitas (X3) 5,326, nilai VIF dari seluruh variabel < 10 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikolinearitas atau bebas multikolinearitas.

4.1.3.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) karena jumlah sampel yang digunakan kurang dari 100. Jika nilai Durbin Watson diantara -2 sampai +2 berarti tidak terjadi autokorelasi (Ghozali, 2007).

Tabel 4. 4
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.869 ^a	.755	.749	.36364	.928

a. Predictors: (Constant), ROA_Z, CSR_X1, IC_X2

b. Dependent Variable: NilaiPerusahaan_Y

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.4, hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai durbin-watson adalah 0,928. Nilai tersebut menunjukkan bahwa nilai durbin-watson berada di antara -2 dan +2 ($-2 < 0,928 < 2$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala autokorelasi.

4.1.3.4 Uji Heteroskedastisitas

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam model penelitian, dilakukan uji Glejser menggunakan SPSS. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ berarti tidak ada masalah heteroskedastisitas (Ghozali, 2007).

Tabel 4. 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.302	.116		2.609	.010
CSR_X1	-.120	.161	-.070	-.743	.459
IC_X2	-.075	.105	-.151	-.712	.478
ROA_Z	.016	.024	.135	.648	.518

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.5, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikan untuk variabel *corporate social responsibility* (X1) sebesar 0,459 ($0,459 > 0,05$), *intelleciual capital* (X2) sebesar 0,478 ($0,478 > 0,05$), profitabilitas (X3) sebesar 0,518 ($0,518 > 0,05$). Nilai signifikansi dari ketiga variabel lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

4.1.4 Uji Hipotesis

4.1.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Hasil dari analisis regresi linier berganda terdapat pada tabel berikut:

Tabel 4. 6
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.684	.239		-11.235	.000
CSR_X1	1.801	.418	.201	4.305	.000
IC_X2	2.053	.121	.791	16.928	.000

a. Dependent Variable: NilaiPerusahaan_Y

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.6, hasil uji regresi linier berganda menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = -2,684 + 1,801X_1 + 2,053X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi *Corporate Social Responsibility*

β_2 = Koefisien regresi *Intellectual Capital*

X_1 = *Corporate Social Responsibility*

X_2 = *Intellectual Capital*

e = Standar Error

Kesimpulan dari model persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

1. Nilai konstanta (α) sebesar -2,684. Nilai konstanta tersebut menunjukkan bahwa besar nilai perusahaan -2,684 apabila nilai seluruh variabel independen adalah 0.
2. Variabel *corporate social responsibility* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 1,801. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan variabel *corporate social responsibility* akan berakibat peningkatan *corporate social responsibility* sebesar 1,081, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan.
3. Variabel *intellectual capital* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 2,053. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan variabel

intellectual capital akan berakibat peningkatan *intellectual capital* sebesar 2,053, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan.

4.1.4.2 Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen (Ghozali, 2007). Hasil uji t ditunjukkan pada tabel *coefficients* di kolom t dan *significance* (sig) dengan memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Nilai sig < 0,05 dan t hitung > t tabel menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Nilai sig > 0,05 dan t hitung < t tabel menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Cara untuk mencari t tabel dengan menghitung menggunakan rumus t tabel kemudian melihat pada tabel distribusi t (dilampirkan) atau derajat bebas residual dapat dilihat pada tabel anova baris residual kolom df. Rumus t tabel (Junaidi, 2014):

$$T \text{ tabel} = t (a/2 ; (n-k)-1)$$

Keterangan:

a = Tingkat kepercayaan

n = Jumlah data

(n-k)-1 = Derajat bebas residual

Tabel 4. 7
Hasil Uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.684	.239		-11.235	.000
CSR_X1	1.801	.418	.201	4.305	.000
IC_X2	2.053	.121	.791	16.928	.000

a. Dependent Variable: NilaiPerusahaan_Y

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.7, nilai t hitung dapat dilihat pada kolom t dan nilai signifikansi (sig) dapat dilihat pada kolom sig. Sedangkan nilai t tabel untuk uji t penelitian ini adalah 1,97960 dengan tingkat kepercayaan atau signifikansi 0,05 yang diperoleh dari perhitungan sebagai berikut:

$$T \text{ tabel} = t (\alpha/2 ; (n-k)-1) = t (0,05/2 ; (125-2)-1) = t (0,025 ; 122) = 1,97960$$

Berdasarkan hasil tersebut maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan

H_1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t variabel *corporate social responsibility* menunjukkan bahwa t hitung sebesar 4,305, sedangkan hasil t tabel dalam penelitian ini sebesar 1,97960. Hal ini berarti bahwa t hitung > t tabel yaitu 4,305 > 1,97960. Nilai signifikansi variabel *corporate social responsibility* adalah 0,000, nilai ini lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima, karena terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan

H_2 : *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t variabel *intellectual capital* menunjukkan bahwa t hitung sebesar 16,928, sedangkan hasil t tabel dalam penelitian ini sebesar 1,97960. Hal ini berarti bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ yaitu $16,928 > 1,97960$. Nilai signifikansi variabel *intellectual capital* adalah 0,000, nilai ini lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima, karena terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan.

4.1.4.3 Moderated Regression Analysis (MRA)

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

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

H_{3a} : Profitabilitas memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

Tabel 4. 8
Hasil Uji MRA untuk H_{3a}
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.256	.514		6.329	.000
CSR_X1	-6.219	1.035	-.695	-6.010	.000
ROA_Z	-.914	.154	-1.495	-5.926	.000

CSR_ROA	2.670	.300	2.616	8.898	.000
---------	-------	------	-------	-------	------

a. Dependent Variable: NilaiPerusahaan_Y

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2021

Berikut ini persamaan uji MRA:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_3 X_1 X_3 + e$$

$$Y = 3,256 - 6,219 + 2,670 + e$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi *Corporate Social Responsibility*

β_2 = Koefisien regresi *Intellectual Capital*

β_3 = Koefisien regresi Profitabilitas

X_1 = *Corporate Social Responsibility*

X_2 = *Intellectual Capital*

X_3 = Profitabilitas (moderasi)

$X_1 X_3$ = Interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dengan Profitabilitas

$X_2 X_3$ = Interaksi antara *Intellectual Capital* dengan Profitabilitas

e = Standar Error

Berdasarkan persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa koefisien dari variabel *corporate social responsibility* dan profitabilitas sebesar 2,670 menunjukkan angka positif, yang berarti bahwa hubungan antara variabel *corporate social responsibility* dan profitabilitas dengan nilai perusahaan memiliki pengaruh positif yaitu jika nilai *corporate social responsibility* dan profitabilitas mengalami kenaikan 1% maka, nilai perusahaan mengalami peningkatan sebesar 2,670.

Berdasarkan uji MRA diperoleh hasil sebagai berikut:

Hasil uji MRA CSR_ROA diatas menunjukkan t hitung sebesar 8,898 hal ini berarti bahwa t hitung > t tabel yaitu $8,898 > 1,97960$, maka artinya profitabilitas dapat memoderasi *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

H_{3b}: Profitabilitas memoderasi pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

Tabel 4. 9
Hasil Uji MRA untuk H_{3b}
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.601	.504		3.174	.002
IC_X2	-.564	.406	-.217	-1.388	.168
ROA_Z	-.552	.094	-.903	-5.898	.000
IC_ROA	.471	.060	1.948	7.857	.000

a. Dependent Variable: NilaiPerusahaan_Y

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2021

Berikut ini persamaan uji MRA:

$$Y = \alpha + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_2 X_3 + e$$

$$Y = 1,601 - 0,564 + 0,471 + e$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi *Corporate Social Responsibility*

β_2 = Koefisien regresi *Intellectual Capital*

β_3 = Koefisien regresi Profitabilitas

X₁ = *Corporate Social Responsibility*

X_2 = *Intellectual Capital*

X_3 = Profitabilitas (moderasi)

X_1X_3 = Interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dengan Profitabilitas

X_2X_3 = Interaksi antara *Intellectual Capital* dengan Profitabilitas

e = Standar Error

Berdasarkan persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa koefisien dari variabel *intellectual capital* dan profitabilitas sebesar 0,471 menunjukkan angka positif, yang berarti bahwa hubungan antara variabel *intellectual capital* dan profitabilitas dengan nilai perusahaan memiliki pengaruh positif yaitu jika nilai *intellectual capital* dan profitabilitas mengalami kenaikan 1% maka, nilai perusahaan mengalami peningkatan sebesar 0,471.

Berdasarkan uji MRA diperoleh hasil sebagai berikut:

Hasil uji MRA IC_ROA diatas menunjukkan t hitung sebesar 7,857 hal ini berarti bahwa t hitung $>$ t tabel yaitu $7,857 > 1,97960$, maka artinya profitabilitas dapat memoderasi *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil dari uji regresi pada Tabel 4.7, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Dzikir, Syahnur dan Tenriwaru (2020), Fauzi, Suransi, dan Alamsyah (2016), Bawafi dan Prasetyo (2015), namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tenriwaru dan Nasaruddin (2020), Wulandari, DN, dan Yunanto (2020), Wahyuni (2018). Hasil

penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya aktivitas *corporate social responsibility* dapat mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan.

Semakin banyak perusahaan mengungkapkan aktivitas *corporate social responsibility*, maka dapat meningkatkan nilai perusahaan karena pasar akan memberikan apresiasi positif kepada perusahaan yang melakukan aktivitas *corporate social responsibility* yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Dengan itu pasar akan percaya terhadap keberlanjutan perusahaan di masa mendatang, sehingga dapat membuat investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Berbanding lurus dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa pengungkapan informasi positif dapat menjadi sinyal bagi investor, dimana sinyal tersebut akan mendapat respon positif dari pasar yang dapat memberikan perusahaan keunggulan kompetitif bagi perusahaan dan dapat memberikan nilai yang cukup tinggi bagi perusahaan (Williams, 2001).

Hasil ini juga berbanding lurus dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang beroperasi hanya semata-mata untuk keuntungannya sendiri, melainkan harus memberikan manfaat kepada *stakeholder*-nya (Chariri & Ghozali, 2007). Adanya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat meningkatkan daya tarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan yang melakukan aktivitas *corporate social responsibility* secara konsisten, karena dengan melakukan aktivitas tersebut keberadaan perusahaan akan diterima oleh masyarakat. Pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan perusahaan itu sendiri, namun dapat

memberikan dampak positif kepada seluruh *stakeholder*-nya. Apabila perusahaan dapat memaksimalkan manfaat yang diterima *stakeholder*, maka akan timbul kepuasan bagi *stakeholder* yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

4.2.2 Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil dari uji regresi pada Tabel 4.7, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil yang menunjukkan jika *intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan sejalan dengan hasil dari penelitian Devi, Budiasih, dan Badera (2017), Sayyidah dan Saifi (2017), Sukiati, Nuryani, dan Leviany (2015), namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari dan Sapitri (2016), Widarjo (2011). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya *intellectual capital* yang dimiliki perusahaan dapat mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Investor akan memberikan nilai yang tinggi pada perusahaan yang memiliki sumber daya intelektual yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki sumber daya intelektual lebih rendah, karena dalam *intellectual capital* terdapat tiga komponen penting yang saling berhubungan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Intellectual capital merupakan sumber daya potensial yang dapat menciptakan nilai tambah dan dapat memaksimalkan kinerja perusahaan. Apabila investor berinvestasi pada perusahaan yang mampu mencapai kinerja tinggi, maka investor akan merasakan keuntungan sebagai bagian dari *stakeholder* perusahaan, karena perusahaan yang mampu mencapai kinerja tinggi akan mampu memberikan deviden yang tinggi kepada investor dan memberikan manfaat bagi

stakeholder lainnya (Devi, Budiasih, & Badera, 2017). Setiap investor selalu mengharapkan pengembalian investasi berupa deviden yang tinggi, sehingga atas dasar tersebut investor akan menghargai lebih tinggi saham perusahaan yang dapat menciptakan kinerja lebih tinggi. Hal ini membuat *stakeholder* sangat tertarik mendapatkan informasi tentang kepemilikan dan pengelolaan *intellectual capital* perusahaan, berbanding lurus dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa pengungkapan informasi positif dapat menjadi sinyal bagi investor, dimana sinyal tersebut akan mendapat respon positif dari pasar yang dapat memberikan perusahaan keunggulan kompetitif bagi perusahaan dan dapat memberikan nilai yang cukup tinggi bagi perusahaan (Williams, 2001).

Penelitian ini dapat memberikan bukti bahwa investor merupakan bagian dari *stakeholder* yang akan memberikan penilaian yang tinggi kepada perusahaan dengan pengungkapan *intellectual capital* lebih luas. Investor percaya bahwa semakin banyak perusahaan mengungkapkan *intellectual capital*, semakin banyak *intellectual capital* yang dikelola perusahaan, maka semakin mudah perusahaan tersebut mencapai kinerja yang maksimal. Keyakinan ini mendorong investor untuk menginvestasikan modal sahamnya sehingga meningkatkan nilai pasar saham perusahaan dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

4.2.3 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan hasil dari uji MRA pada Tabel 4.8, dapat ditarik kesimpulan bahwa profitabilitas secara signifikan dapat memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, hasil ini sejalan dengan penelitian

yang dilakukan oleh Tenriwaru dan Nasaruddin (2020), Bawafi dan Prasetyo (2015), namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dzikir, Syahnur dan Tenriwaru (2020), Fauzi, Suransi, dan Alamsyah (2016). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas, menggambarkan bahwa perusahaan mampu untuk memperoleh laba yang besar, sehingga perusahaan dapat meningkatkan aktivitas *corporate social responsibility* dan mengungkapkannya dalam laporan tahunan dengan lebih luas (Kalsum, 2017).

Semakin banyak pengungkapan *corporate social responsibility* dapat menimbulkan kepercayaan *stakeholder* dan *shareholder* yang akan meningkatkan laba perusahaan, citra perusahaan, dan harga saham. Harga saham yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pengambilan keputusan investasi oleh calon investor dapat dilakukan dengan mempertimbangkan nilai profitabilitas yang dicapai oleh perusahaan di samping kinerja dan tanggung jawab sosial, dengan harapan dapat meningkatkan nilai perusahaan karena banyaknya permintaan investasi oleh para investor atas tingginya nilai profitabilitas di dalam perusahaan tersebut. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin banyak pula pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil dari uji MRA pada Tabel 4.9, dapat ditarik kesimpulan bahwa profitabilitas secara signifikan dapat memoderasi pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sayyidah dan Saifi (2017), Lestari dan Satyawan (2018) menyatakan bahwa

profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur menggunakan rasio *return on asset* (ROA), mampu memberikan efektivitas dalam pemanfaatan aset dan sumber daya perusahaan, sehingga perusahaan dapat mengelola *intellectual capital* secara efektif dengan meminimalkan biaya untuk menghasilkan laba yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas tinggi yang dimiliki oleh perusahaan akan menjadi daya tarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan yang dapat meningkatkan nilai pasar perusahaan, sehingga profitabilitas mampu memperkuat hubungan antara *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan (Lestari & Satyawan, 2018).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menguji pengaruh *corporate social responsibility* dan *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi (studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan aktivitas *corporate social responsibility* dapat memberikan dampak positif untuk *stakeholder* membuat investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.
2. Variabel *intellectual capital* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak pengungkapan *intellectual capital*, semakin banyak *intellectuai capital* yang dikelola perusahaan, maka semakin mudah perusahaan mencapai kinerja yang maksimal yang dapat mendorong investor untuk menginvestasikan modal sahamnya sehingga meningkatkan nilai pasar saham yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.
3. Variabel profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas dapat memperkuat pengaruh *corporate social responsibility*

terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin banyak pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan. Tingginya tingkat profitabilitas menggambarkan perusahaan mampu untuk memperoleh laba yang maksimal, sehingga investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan mengakibatkan harga saham tinggi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas juga dapat memoderasi pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur dengan rasio ROA mampu memberikan efektivitas dalam pemanfaatan aset dan sumber daya perusahaan, sehingga perusahaan dapat mengelola *intellectual capital* secara efektif dengan meminimalkan biaya untuk menghasilkan laba yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas tinggi yang dimiliki oleh perusahaan akan menjadi daya tarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan yang dapat meningkatkan nilai pasar perusahaan, sehingga profitabilitas dapat memperkuat pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel independen yang berbeda contohnya kebijakan deviden seperti di penelitian Wulandari, DN, dan Yunanto (2020), *enterprise risk management* (Devi, Budiasih, & Badera, 2017), dan *good corporate*

governance (Fauzi, Suransi, & Alamsyah, 2016), serta mengganti variabel moderasi dengan variabel analisis keuangan lainnya seperti *Return on Equity*, *Return on Investment*, dan lain sebagainya.

2. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas pada perusahaan manufaktur, maka disarankan untuk menggunakan sampel yang lain seperti perusahaan perbankan atau lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmar, & Kurniawan. (2007). Analisis Profitabilitas Sebelum dan Sesudah Pemenuhan Corporate Governance pada Perusahaan Manufaktur yang Go Public di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal MAKSI, Vol 7 (3)*.
- Al-qur'an dan terjemahannya.
- Barlian, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Padang: Sukabina Press.
- Bawafi, M. H., & Prasetyo, A. (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi.
- Bontis. (2000). Intellectual Capital and Business Performance in Malaysian Industries. *Journal of Intellectual Capital, 85-100*.
- Brigham, & Houston. (2010). *Financial Manajemen Dasar Dasar Manajemen Keuangan. Edisi terjemah*. Jakarta: Salemba Empat.
- Chariri, A., & Ghozali, I. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Chen, M. C., Cheng, S. J., & Hwang, Y. (2005). An Empirical Investigation of the Relationship between Intellectual Capital and Firm's Market Value and Financial Performance. *Journal of Intellectual Capital, Vol. 6 No 2, 159-176*.
- Daniri, M. A. (2014). *Lead By GCG*. Jakarta: Gagasan Bisnis Indonesia.
- Devi, S., Budiasih, I. N., & Badera, I. N. (2017, Juni). Pengaruh Pengungkapan Enterprise Risk Management dan Pengungkapan Intellectual Capital

Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 14 Nomor 1.

Dzikir, A. N., Syahnur, & Tenriwaru. (2020, Agustus). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018). *03 No. 02*.

Fauzi, A. S., Suransi, N. K., & Alamsyah. (2016, Juni). Pengaruh GCG dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal InFestasi*, Vol. 12, No.1, 1 - 19.

Ghozali, I. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Hadi, N. (2014). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Hutabarat, A. C., & Siswantaya, D. I. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi.

Ikatan Akuntansi Indonesia. (2012). *Standar Akuntansi Keuangan PSAK. Cetakan keempat, Buku Satu*. Jakarta: Salemba Empat.

Junaidi. (2014). *Membaca dan Menggunakan Tabel Distribusi F dan Tabel Distribusi T*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi: Seri Tutorial Analisis Kuantitatif.

Kalsum, U. (2017). Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi.

- Lestari, D. A., & Satyawan, M. D. (2018). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi*.
- Lestari, N., & Sapitri, R. C. (2016, Juli). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 4, No 1.
- Padmayanti, N. E., Suryandari, N. A., & Munidewi, I. B. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Dewan Komisaris Independen sebagai Variabel Pemoderasi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- Permana, R. V. (2012). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol.1, 2.
- Rahardjo, S., K, D. A., & Mangoting, Y. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Financial Performance dengan Tax Avoidance dan Earning Management sebagai Variabel Mediasi. *Petra Business & Management Review*, Vol. 5 No.1.
- Rokhlinsari, S. (2016). Teori-Teori dalam Pengungkapan Informasi Corporate Social Responsibility Perbankan. *Jurnal Ekonomi*.
- Sawarjuwono, & Kadir, A. P. (2003). Intellectual Capital: Perlakuan, Pengukuran, dan Pelaporan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 35-57.

- Sayyidah, U., & Saifi, M. (2017, Mei). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Property Dan Real Estate Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 46 No. 1.
- Sigalingging, E. D. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Kinerja Lingkungan, dan Persentase Kepemilikan Manajemen Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Vol 4, No 2*.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian 1st ed. Ayup, ed.* Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sudana, & I, M. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan; Teori dan Praktik.* Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D).* Bandung: Alfabeta.
- Sukamulja, S. (2004). Good Corporate Governance di Sektor Keuangan: Dampak Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan. *Vol.8 (1)*, 1-25.
- Sukiati, W., Nuryani, N., & Leviany, T. (2015). Pengaruh Modal Intelektual, Kinerja Keuangan, Investasi pada Riset dan Pengembangan Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI) . *Jurnal Aset (Akuntansi Riset)*.
- Tandelilin, E. (2010). *Metodologi Penelitian Bisnis.* Yogyakarta: BPFEE.

- Tenriwaru, & Nasaruddin, F. (2020, Februari). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Vol. 3 No.01* .
- Tenriwaru, Sudarma, M., & Said, D. (2018). Economic Motives : To Dominate The Corporate Social Responsibility. *International Journal of Innovative Science and Research Technology ISSN No. -2456-2165, Volume 3, Issue 8*.
- Ulum, I. (2008, November). Intellectual Capital Performance Sektor Perbankan di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 10, No. 2, 77-84*.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas
- Wahyuni, S. F. (2018, September). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, Vol. 1, No.1*.
- Widarjo, W. (2011, Desember). Pengaruh Modal Intelektual dan Pengungkapan Modal Intelektual pada Nilai Perusahaan yang Melakukan Initial Public Offering. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia, Vol. 8, No. 2*.
- Wijaya, B. I., & I., B. P. (2015). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 4(12)*, hal.4477-4500.
- Williams. (2001). Intellectual Capital Performance and Disclosure Practised Related. *Journal of Intellectual Capital, 192-203*.

Wulandari, R., DN, S. W., & Yunanto, A. (2020). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA)*, 22 No 2.

Y, F. F., & Amanah, L. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*.

Lampiran 1: Daftar Sampel

No	Nama Perusahaan	Populasi	Menerbitkan annual report secara konsisten dan lengkap	Tidak mengalami kerugian	Menyajikan dalam rupiah	Memiliki kelengkapan data	Sampel
1	PT Indocement Tunggal Prakasa Tbk	√	√	√	√	√	1
2	PT Semen Baturaja (Persero) Tbk	√					
3	PT Solusi Bangun Indonesia Tbk	√	√				
4	PT Semen Indonesia (Persero) Tbk	√	√	√	√		
5	PT Waskita Beton Precast Tbk	√					
6	PT Wijaya Karya Beton Tbk	√	√	√	√		
7	PT Asahimas Flat Glass Tbk	√	√				
8	PT Arwana Citra Mulia Tbk	√	√	√	√	√	2
9	PT Cahayaputra Asa Keramik Tbk	√					
10	PT Inti Keramik Alam Industri Tbk	√	√				
11	PT Mark Dynamics Indonesia Tbk	√					
12	PT Mulia Industrindo Tbk	√	√				
13	PT Surya Toto Indonesia Tbk	√	√	√	√	√	3
14	PT Alaskan Industrindo Tbk	√	√				
15	PT Alumindo Light Metal Industry Tbk	√	√				
16	PT Saranacentral Bajatama Tbk	√	√				
17	PT Beton Jaya Manunggal Tbk	√	√				
18	PT Citra Turbindo Tbk	√	√				
19	PT Gunawan Dianjaya Steel Tbk	√	√				

20	PT Gunung Raja Paksi Tbk	√					
21	PT Indal Alumunium Industry Tbk	√	√	√	√		
22	PT Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk	√					
23	PT Jakarta Kyoei Steel Work LTD Tbk	√	√				
24	PT Krakatau Steel (Persero) Tbk	√					
25	PT Lion Metal Works Tbk	√	√	√	√		
26	PT Lionmesh Prima Tbk	√	√				
27	PT Pelat Timah Nusantara Tbk	√	√				
28	PT Pelangi Indah Canindo Tbk	√	√				
29	PT Trinitan Metal and Mineral Tbk	√					
30	PT Tembaga Mulia Semanan Tbk	√	√	√			
31	PT Aneka Gas Industri Tbk	√					
32	PT Barito Pasific Tbk	√	√	√			
33	PT Budi Starch & Sweetener Tbk	√	√	√	√	√	4
34	PT Duta Pertiwi Nusantara Tbk	√					
35	PT Ekadharma International Tbk	√	√	√	√		
36	PT Eterindo Wahanatama Tbk	√					
37	PT Intan Wijaya International Tbk	√	√	√	√	√	5
38	PT Emdeki Utama Tbk	√					
39	PT Madusari Murni Indah Tbk	√					
40	PT Indo Acidatama Tbk	√	√	√	√	√	6
41	PT Chandra Asri Petrochemical Tbk	√	√	√			
42	PT Unggul Indah Cahaya Tbk	√	√				

43	PT Alam Karya Unggul Tbk	√					
44	PT Argha Karya Prima Industry Tbk	√	√	√	√	√	7
45	PT Asiaplast Industries Tbk	√	√				
46	PT Berlina Tbk	√	√				
47	PT Sinergi Inti Plastindo Tbk	√					
48	PT Lotte Chemical Titan Tbk	√					
49	PT Champion Pasific Indonesia Tbk	√	√	√	√	√	8
50	PT Impack Pratama Industri Tbk	√	√	√	√		
51	PT Indopoly Swakarsa Industry Tbk	√	√	√			
52	PT Panca Budi Idaman Tbk	√					
53	PT Siwani Makmur Tbk	√					
54	PT Satyamitra Kemas Lestari Tbk	√					
55	PT Tunas Alfin Tbk	√	√	√	√		
56	PT Yana Prima Hasta Persada Tbk	√	√				
57	PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk	√	√	√	√		
58	PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk	√	√	√	√		
59	PT Malindo Feedmill Tbk	√	√				
60	PT Searad Produce Tbk	√	√				
61	PT Indonesia Fireboard Industry Tbk	√					
62	PT Singaraja Putra Tbk	√					
63	PT SLJ Global Tbk	√	√				
64	PT Trita Mahakam Resources Tbk	√	√				
65	PT Alkindo Naratama Tbk	√	√				
66	PT Fajar Surya Wisesa Tbk	√					

67	PT Indah Kiat Pulp & Paper Tbk	√	√	√			
68	PT Toba Pulp Lestari Tbk	√	√				
69	PT Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk	√					
70	PT Kedawung Setia Industrial Tbk	√	√	√	√		
71	PT Suparma Tbk	√	√				
72	PT Sriwahana Adityakarta Tbk	√					
73	PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk	√	√	√			
74	PT Ateliers Mecaniques D'Indonesie Tbk	√					
75	PT Arkha Jayanti Persada Tbk	√					
76	PT Garuda Maintenance Facility Aero Asia Tbk	√					
77	PT Steadfast Marine Tbk	√					
78	PT Grand Kartech Tbk	√					
79	PT Astra International Tbk	√	√	√	√	√	9
80	PT Astra Otoparts Tbk	√	√	√	√	√	10
81	PT Garuda Metallindo Tbk	√					
82	PT Indo Kordsa Tbk	√	√	√			
83	PT Goodyear Indonesia Tbk	√	√				
84	PT Gajah Tunggal Tbk	√					
85	PT Indomobil Sukses International Tbk	√	√				
86	PT Indospring Tbk	√	√	√	√		
87	PT Multi Prima Sejahtera Tbk	√	√				

88	PT Multistrada Arah Sarana Tbk	√	√				
89	PT Nipress Tbk	√					
90	PT Prima Alloy Steel Universal Tbk	√					
91	PT Selamat Sempurna Tbk	√	√	√	√	√	11
92	PT Polychem Indonesia Tbk	√	√				
93	PT Argo Pantes Tbk	√					
94	PT Trisula Textile Industries Tbk	√					
95	PT Eratex Djaya Tbk	√	√				
96	PT Ever Shine Tbk	√	√				
97	PT Panasia Indo Resources Tbk	√	√				
98	PT Asia Pacific Investama Tbk	√					
99	PT Pan Brothers Tbk	√	√	√			
100	PT Golden Flower Tbk	√					
101	PT Asia Pacific Fibers Tbk	√	√				
102	PT Ricky Putra Globalindo Tbk	√	√	√	√		
103	PT Sri Rejeki Isman Tbk	√	√	√			
104	PT Sunson Textile Manufacturer Tbk	√					
105	PT Tifico Fiber Indonesia Tbk	√	√				
106	PT Trisula International Tbk	√	√	√	√	√	12
107	PT Uni-Charm Indonesia Tbk	√					
108	PT Nusantara Inti Corpora Tbk	√	√	√	√		
109	PT Mega Perintis Tbk	√					
110	PT Sepatu Bata Tbk	√	√	√	√	√	13
111	PT Primarindo Asia Infrastructure Tbk	√	√				

112	PT Sky Energi Indoensia Tbk	√					
113	PT Sat Nusa Persada Tbk	√	√	√			
114	PT Gaya Abadi Sempurna Tbk	√					
115	PT Communication Cable System Indonesia Tbk	√					
116	PT Sumi Indo Kabel Tbk	√					
117	PT Jembo Cable Company Tbk	√	√	√	√	√	14
118	PT KMI Wire And Cable Tbk	√	√	√	√		
119	PT Kabelindo Murni Tbk	√	√	√	√		
120	PT Supreme Cable Manufacturing and Commerce Tbk	√	√	√	√		
121	PT Voksel Electric Tbk	√	√	√	√		
122	PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	√					
123	PT Tri Banyan Tirta Tbk	√	√				
124	PT Campina Ice Ccream Industry Tbk	√					
125	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	√	√				
126	PT Sariguna Primatirta Tbk	√					
127	PT Wahana Interfood Nusantara Tbk	√					
128	PT Delta Djakarta Tbk	√	√	√	√		
129	PT Diamond Food Indonesia Tbk	√					
130	PT Sentra Food Indonesia Tbk	√					
131	PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	√					
132	PT Buyung Poetra Sembada Tbk	√					
133	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	√	√	√	√	√	15

134	PT Era Mandiri Cemerlang Tbk	√					
135	PT Indofood Sukses Makmur Tbk	√	√	√	√	√	16
136	PT Mulia Boga Raya Tbk	√					
137	PT Multi Bintang Indonesia Tbk	√	√	√	√		
138	PT Mayora Indah Tbk	√					
139	PT Pratama Abadi Nusa Industri Tbk	√					
140	PT Prima Cakralawa Abadi Tbk	√					
141	PT Prashida Aneka Niaga Tbk	√	√				
142	PT Palma Serasih Tbk	√					
143	PT Nippon Indosari Corporindo Tbk	√	√	√	√	√	17
144	PT Sekar Bumi Tbk	√	√	√	√		
145	PT Sekar Laut Tbk	√					
146	PT Siantar Top Tbk	√					
147	PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk	√	√	√	√		
148	PT Gudang Garam Tbk	√	√	√	√	√	18
149	PT Handjaya Mandala Sampoerna Tbk	√	√	√	√		
150	PT Indonesia Tobacco Tbk	√					
151	PT Bentoel International Investama Tbk	√	√				
152	PT Wismilak Inti Makmur Tbk	√	√	√	√	√	19
153	PT Darya Variao Laboratoria Tbk	√	√	√	√	√	20
154	PT Indofarma (Persero) Tbk	√	√				
155	PT Kimia Farma (Persero) Tbk	√	√	√	√		
156	PT Kalbe Farma Tbk	√	√	√	√	√	21

157	PT Merck Indonesia Tbk	√					
158	PT Phapros Tbk	√					
159	PT Pyridam Farma Tbk	√					
160	PT Merck Sharp Dohme Pharma Tbk	√					
161	PT Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk	√	√	√	√	√	22
162	PT Tempo Scan Pasific Tbk	√	√	√	√		
163	PT Akasha Wira International Tbk	√	√	√	√	√	23
164	PT Kino Indonesia Tbk	√	√	√	√		
165	PT Cottonindo Ariesta Tbk	√					
166	PT Martina Berto Tbk	√	√				
167	PT Mustika Ratu Tbk	√					
168	PT Mandom Indonesia Tbk	√	√	√	√	√	24
169	PT Unilever Indonesia Tbk	√	√	√	√	√	25
170	PT Chitose International Tbk	√	√	√	√		
171	PT Kedaung Indah Can Tbk	√	√				
172	PT Langgeng Makmur Industry Tbk	√	√				
173	PT Integra Indocabinet Tbk	√					

Sumber: <https://www.idx.co.id/>, data diolah peneliti.

Lampiran 2: Indikator Pengukuran *Corporate Social Responsibility*
Indikator pengukuran *corporate social responsibility* menggunakan GRI-G4

KATEGORI EKONOMI		
Kinerja Ekonomi	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
	EC2	Implikasi financial dan resiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
	EC4	Bantuan financial yang diterima oleh pemerintah
Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (<i>entry level</i>) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
	EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan
Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
	EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
Praktik Pengadaan	EC9	Perbandingan dari pembelian pemasok lokal di operasional yang signifikan
KATEGORI LINGKUNGAN		
Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
	EN2	Persentase bahan yang digunakan merupakan bahan input daur ulang
Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
	EN4	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN5	Intensitas energi
	EN6	Pengurangan konsumsi energi
Air	EN7	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
	EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
	EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali

Keanekaragaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola di dalam, atau yang berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
	EN14	Jumlah total spesies dalam IUCN RED LIST dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat resiko kepunahan
Emisi	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (cakupan 1)
	EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (cakupan 2)
	EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (cakupan 3)
	EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
	EN21	NOx, Sox dan emisi udara signifikan lainnya
Efluen dan Limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
	EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi Basel 2 lampiran I,II,III dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor atau diolah dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait secara signifikan terkena dampak dari pembuangan dan limpasan air dari organisasi
Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap lingkungan produk dan jasa
	EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori
Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan

Transportasi	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi dan pengangkutan tenaga kerja
Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
Asesmen pemasok atas lingkungan	EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
	EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme pengaduan masalah lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
KATEGORI SOSIAL		
SUB-KATEGORI:PRAKTIK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah
	LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
	LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
Hubungan industrial	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
Kesehatan dan Keselamatan Kerja	LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
	LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang dan kemangkiran serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
	LA7	Pekerja yang sering terkena atau beresiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
Pelatihan dan	LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender dan menurut kategori karyawan

Pendidikan	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
	LA11	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
Keberagaman dan kesetaraan peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan	LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
	LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pemasok dan tindakan yang diambil
	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang di ajukan, di tangani, dan di selesaikan melalui pengaduan resmi.
SUB-KATEGORI: HAK ASASI MANUSIA		
Investasi	HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
	HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur HAM terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan operasi, termasuk karyawan yang dilatih
Non-diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden deskriminasi dan tindakan korektif yang diambil
Kebebasan berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR4	Operasi dan pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau beresiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja sama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut

Pekerja anak	HR5	Operasi dan pemasok yang teridentifikasi beresiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
Pekerja paksa atau Wajib Kerja	HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi beresiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
Praktik pengamanan	HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur HAM di organisasi yang relevan dengan operasi
Hak adat	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
Asesmen	HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak HAM
Asesmen pemasok atas hak asasi manusia	HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria HAM
	HR11	Dampak negatif aktual dan potensi yang signifikan terhadap HAM dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia	HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak HAM yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
SUB-KATEGORI: MASYARAKAT		
Masyarakat Lokal	SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, dampak dan program pengembangan yang diterapkan
	SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
Anti-Korupsi	SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap resiko terkait dengan korupsi dan resiko signifikan yang teridentifikasi
	SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti korupsi
	SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
Kebijakan Publik	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima manfaat

Anti Persaingan	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya
Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
Asesmen Pemasok Atas Dampak Terhadap Masyarakat	SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
	SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
SUB-KATEGORI: TANGGUNG JAWAB ATAS PRODUK		
Kesehatan keselamatan pelanggan	PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan yang dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
	PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil
Pelabelan Produk dan Jasa	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
	PR4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil
	PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
Komunikasi Pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
	PR7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor menurut jenis hasil

Privasi Pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
Kepatuhan	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa

Sumber: www.globalreporting.org

Lampiran 3: Hasil Perhitungan Variabel Dependen**Nilai Perusahaan**

NO	KODE PERUSAHAAN	TAHUN	CLOSING PRICE	JUMLAH SAHAM YANG BEREDAR	MVE	DEBT	TA	TOBINSQ
1	ADES	2015	1.015	589.896.800	598.745.252.000	324.855.000.000	653.224.000.000	1,41
		2016	1.000	589.896.800	589.896.800.000	383.091.000.000	767.479.000.000	1,27
		2017	885	589.896.800	522.058.668.000	417.225.000.000	840.236.000.000	1,12
		2018	920	589.896.800	542.705.056.000	399.361.000.000	881.275.000.000	1,07
		2019	1.045	589.896.800	616.442.156.000	254.438.000.000	822.375.000.000	1,06
2	AKPI	2015	875	680.000.000	595.000.000.000	1.775.577.239.000	2.883.143.132.000	0,82
		2016	900	680.000.000	612.000.000.000	1.495.874.021.000	2.615.909.190.000	0,81
		2017	725	680.000.000	493.000.000.000	1.618.713.342.000	2.745.325.833.000	0,77
		2018	980	680.000.000	666.400.000.000	1.836.576.739.000	3.070.410.492.000	0,82
		2019	470	680.000.000	319.600.000.000	1.531.819.965.000	2.776.775.756.000	0,67
3	ARNA	2015	500	7.341.430.976	3.670.715.488.000	536.050.998.398	1.430.779.475.454	2,94
		2016	520	7.341.430.976	3.817.544.107.520	595.128.097.887	1.543.216.299.146	2,86
		2017	342	7.341.430.976	2.510.769.393.792	571.946.769.034	1.601.346.561.573	1,93
		2018	420	7.341.430.976	3.083.401.009.920	556.309.556.626	1.652.905.985.730	2,20
		2019	436	7.341.430.976	3.200.863.905.536	622.355.306.743	1.799.137.069.343	2,13
4	ASII	2015	6.000	40.483.553.140	242.901.318.840.000	118.902.000.000.000	245.435.000.000.000	1,47
		2016	8.275	40.483.553.140	335.001.402.233.500	121.949.000.000.000	261.855.000.000.000	1,75
		2017	8.050	40.483.553.140	325.892.602.777.000	139.317.000.000.000	295.646.000.000.000	1,57

		2018	8.225	40.483.553.140	332.977.224.576.500	170.348.000.000.000	344.711.000.000.000	1,46
		2019	6.925	40.483.553.140	280.348.605.494.500	165.195.000.000.000	351.958.000.000.000	1,27
5	AUTO	2015	1.600	4.819.733.000	7.711.572.800.000	4.195.684.000.000	14.339.110.000.000	0,83
		2016	2.050	4.819.733.000	9.880.452.650.000	4.075.716.000.000	14.612.274.000.000	0,96
		2017	2.060	4.819.733.000	9.928.649.980.000	4.003.233.000.000	14.762.309.000.000	0,94
		2018	1.470	4.819.733.000	7.085.007.510.000	4.626.013.000.000	15.889.648.000.000	0,74
		2019	1.240	4.819.733.000	5.976.468.920.000	4.365.175.000.000	16.015.709.000.000	0,65
6	BATA	2015	900	1.300.000.000	1.170.000.000.000	248.070.766.000	795.257.974.000	1,78
		2016	790	1.300.000.000	1.027.000.000.000	247.587.638.000	804.742.917.000	1,58
		2017	570	1.300.000.000	741.000.000.000	276.382.503.000	855.691.231.000	1,19
		2018	600	1.300.000.000	780.000.000.000	240.048.866.000	876.856.225.000	1,16
		2019	650	1.300.000.000	845.000.000.000	209.895.228.000	863.146.554.000	1,22
7	BUDI	2015	63	4.498.997.362	283.436.833.806	2.160.702.000.000	3.265.953.000.000	0,75
		2016	87	4.498.997.362	391.412.770.494	1.776.825.000.000	2.931.807.000.000	0,74
		2017	94	4.498.997.362	422.905.752.028	1.744.756.000.000	2.939.456.000.000	0,74
		2018	96	4.498.997.362	431.903.746.752	2.166.496.000.000	3.392.980.000.000	0,77
		2019	103	4.498.997.362	463.396.728.286	1.714.449.000.000	2.999.767.000.000	0,73
8	DVLA	2015	1.300	1.120.000.000	1.456.000.000.000	402.760.903.000	1.376.278.237.000	1,35
		2016	1.755	1.120.000.000	1.965.600.000.000	451.785.946.000	1.531.365.558.000	1,58
		2017	1.960	1.120.000.000	2.195.200.000.000	524.586.078.000	1.640.886.147.000	1,66
		2018	1.940	1.120.000.000	2.172.800.000.000	482.559.876.000	1.682.821.739.000	1,58
		2019	2.250	1.120.000.000	2.520.000.000.000	523.881.726.000	1.829.960.714.000	1,66
9	GGRM	2015	55.000	1.924.088.000	105.824.840.000.000	25.497.504.000.000	63.505.413.000.000	2,07
		2016	63.900	1.924.088.000	122.949.223.200.000	23.387.406.000.000	62.951.634.000.000	2,32

		2017	83.800	1.924.088.000	161.238.574.400.000	24.572.266.000.000	66.759.930.000.000	2,78
		2018	83.625	1.924.088.000	160.901.859.000.000	23.963.934.000.000	69.097.219.000.000	2,68
		2019	53.000	1.924.088.000	101.976.664.000.000	27.716.516.000.000	78.647.274.000.000	1,65
10	ICBP	2015	13.475	5.830.954.000	78.572.105.150.000	10.173.713.000.000	26.560.624.000.000	3,34
		2016	8.575	11.661.908.000	100.000.861.100.000	10.401.125.000.000	28.901.948.000.000	3,82
		2017	8.900	11.661.908.000	103.790.981.200.000	11.295.184.000.000	31.619.514.000.000	3,64
		2018	10.450	11.661.908.000	121.866.938.600.000	11.660.003.000.000	34.367.153.000.000	3,89
		2019	11.150	11.661.908.000	130.030.274.200.000	12.038.210.000.000	38.709.314.000.000	3,67
11	IGAR	2015	224	972.204.500	217.773.808.000	73.471.782.127	383.936.040.590	0,76
		2016	520	972.204.500	505.546.340.000	65.716.637.766	439.465.673.296	1,30
		2017	378	972.204.500	367.493.301.000	71.075.842.431	513.022.591.574	0,85
		2018	384	972.204.500	373.326.528.000	87.283.567.361	570.197.810.698	0,81
		2019	340	972.204.500	330.549.530.000	80.669.409.164	617.594.780.669	0,67
12	INCI	2015	305	181.035.556	55.215.844.580	15.494.757.317	169.546.066.314	0,42
		2016	306	181.035.556	55.396.880.136	26.524.918.593	269.351.381.344	0,30
		2017	408	181.035.556	73.862.506.848	35.408.565.186	303.788.390.330	0,36
		2018	575	196.121.137	112.769.653.775	71.410.278.158	391.362.697.956	0,47
		2019	418	196.121.137	81.978.635.266	65.323.258.479	405.445.049.452	0,36
13	INDF	2015	5.175	8.780.426.500	45.438.707.137.500	48.709.933.000.000	91.831.526.000.000	1,03
		2016	7.925	8.780.426.500	69.584.880.012.500	38.233.092.000.000	82.174.515.000.000	1,31
		2017	7.625	8.780.426.500	66.950.752.062.500	41.298.111.000.000	88.400.877.000.000	1,22
		2018	7.450	8.780.426.500	65.414.177.425.000	46.620.996.000.000	96.537.796.000.000	1,16
		2019	7.925	8.780.426.500	69.584.880.012.500	41.996.071.000.000	96.198.559.000.000	1,16
14	INTP	2015	22.325	3.681.231.699	82.183.497.680.175	3.772.410.000.000	27.638.360.000.000	3,11

		2016	15.400	3.681.231.699	56.690.968.164.600	4.011.877.000.000	30.150.580.000.000	2,01
		2017	21.950	3.681.231.699	80.803.035.793.050	4.307.169.000.000	28.863.676.000.000	2,95
		2018	18.450	3.681.231.699	67.918.724.846.550	4.566.973.000.000	27.788.562.000.000	2,61
		2019	19.025	3.681.231.699	70.035.433.073.475	4.627.488.000.000	27.707.749.000.000	2,69
15	JECC	2015	1.350	151.200.000	204.120.000.000	990.707.822.000	1.358.464.081.000	0,88
		2016	3.500	151.200.000	529.200.000.000	1.116.872.234.000	1.587.210.576.000	1,04
		2017	4.700	151.200.000	710.640.000.000	1.380.623.870.000	1.927.985.352.000	1,08
		2018	6.650	151.200.000	1.005.480.000.000	1.394.055.211.000	2.102.146.140.000	1,14
		2019	6.175	151.200.000	933.660.000.000	1.132.622.125.000	1.888.753.850.000	1,09
16	KLBF	2015	1.320	46.875.122.110	61.875.161.185.200	2.758.131.396.170	13.696.417.381.439	4,72
		2016	1.515	46.875.122.110	71.015.809.996.650	2.762.162.069.572	15.226.009.210.657	4,85
		2017	1.690	46.875.122.110	79.218.956.365.900	2.722.207.633.646	16.616.239.416.335	4,93
		2018	1.520	46.875.122.110	71.250.185.607.200	2.851.611.349.015	18.146.206.145.369	4,08
		2019	1.620	46.875.122.110	75.937.697.818.200	3.559.144.386.553	20.264.726.862.584	3,92
17	ROTI	2015	1.265	5.061.800.000	6.403.177.000.000	1.517.788.685.162	2.706.323.637.034	2,93
		2016	1.600	5.061.800.000	8.098.880.000.000	1.476.889.086.692	2.919.640.858.718	3,28
		2017	1.275	6.186.488.888	7.887.773.332.200	1.739.467.993.982	4.559.573.709.411	2,11
		2018	1.200	6.186.488.888	7.423.786.665.600	1.476.909.260.772	4.393.810.380.883	2,03
		2019	1.300	6.186.488.888	8.042.435.554.400	1.589.486.465.854	4.682.083.844.951	2,06
18	SIDO	2015	550	15.000.000.000	8.250.000.000.000	197.797.000.000	2.796.111.000.000	3,02
		2016	520	15.000.000.000	7.800.000.000.000	229.729.000.000	2.987.614.000.000	2,69
		2017	545	15.000.000.000	8.175.000.000.000	262.333.000.000	3.158.198.000.000	2,67
		2018	840	15.000.000.000	12.600.000.000.000	435.014.000.000	3.337.628.000.000	3,91
		2019	1.275	15.000.000.000	19.125.000.000.000	472.191.000.000	3.536.898.000.000	5,54

19	SMSM	2015	1.190	1.439.668.860	1.713.205.943.400	779.860.000.000	2.220.108.000.000	1,12
		2016	980	5.758.675.440	5.643.501.931.200	674.685.000.000	2.254.740.000.000	2,80
		2017	1.255	5.758.675.440	7.227.137.677.200	615.157.000.000	2.443.341.000.000	3,21
		2018	1.400	5.758.675.440	8.062.145.616.000	650.926.000.000	2.801.203.000.000	3,11
		2019	1.490	5.758.675.440	8.580.426.405.600	664.678.000.000	3.106.981.000.000	2,98
20	SRSN	2015	50	6.020.000.000	301.000.000.000	233.993.478.000	574.073.314.000	0,93
		2016	50	6.020.000.000	301.000.000.000	315.096.071.000	717.149.704.000	0,86
		2017	50	6.020.000.000	301.000.000.000	237.220.555.000	652.726.454.000	0,82
		2018	63	6.020.000.000	379.260.000.000	208.989.195.000	686.777.211.000	0,86
		2019	68	6.020.000.000	409.360.000.000	264.646.295.000	779.246.858.000	0,86
21	TCID	2015	16.500	201.066.667	3.317.600.005.500	367.225.370.670	2.082.096.848.703	1,77
		2016	12.500	201.066.667	2.513.333.337.500	401.942.530.636	2.185.101.038.101	1,33
		2017	17.900	201.066.667	3.599.093.339.300	503.480.853.006	2.361.807.189.430	1,74
		2018	17.250	201.066.667	3.468.400.005.750	472.680.346.662	2.445.143.511.801	1,61
		2019	11.000	201.066.667	2.211.733.337.000	532.048.803.777	2.551.192.620.939	1,08
22	TOTO	2015	6.950	1.032.000.000	7.172.400.000.000	947.997.940.099	2.439.540.859.205	3,33
		2016	498	10.320.000.000	5.139.360.000.000	1.057.566.418.720	2.581.440.938.262	2,40
		2017	408	10.320.000.000	4.210.560.000.000	1.132.699.218.954	2.826.490.815.501	1,89
		2018	348	10.320.000.000	3.591.360.000.000	967.642.637.307	2.897.119.790.044	1,57
		2019	292	10.320.000.000	3.013.440.000.000	994.204.688.438	2.918.467.252.139	1,37
23	TRIS	2015	300	1.045.446.325	313.633.897.500	239.975.493.771	577.786.346.557	0,96
		2016	336	1.045.531.525	351.298.592.400	293.073.984.034	639.701.164.511	1,01
		2017	308	1.047.587.802	322.657.043.016	188.736.733.204	544.968.319.987	0,94
		2018	220	1.047.587.802	230.469.316.440	526.104.931.317	1.157.884.379.902	0,65

		2019	266	3.141.443.806	835.624.052.396	486.632.660.751	1.147.246.311.331	1,15
24	UNVR	2015	37.000	7.630.000.000	282.310.000.000.000	10.902.585.000.000	15.729.945.000.000	18,64
		2016	38.800	7.630.000.000	296.044.000.000.000	12.041.437.000.000	16.745.695.000.000	18,40
		2017	55.900	7.630.000.000	426.517.000.000.000	13.733.025.000.000	18.906.413.000.000	23,29
		2018	45.400	7.630.000.000	346.402.000.000.000	12.943.202.000.000	20.326.869.000.000	17,68
		2019	42.000	7.630.000.000	320.460.000.000.000	15.367.500.000.000	20.649.371.000.000	16,26
25	WIIM	2015	430	2.099.873.760	902.945.716.800	398.991.064.485	1.342.700.045.391	0,97
		2016	440	2.099.873.760	923.944.454.400	362.540.740.471	1.353.634.132.275	0,95
		2017	268	2.099.873.760	562.766.167.680	247.620.731.930	1.225.712.093.041	0,66
		2018	141	2.099.873.760	296.082.200.160	250.337.111.893	1.255.573.914.558	0,44
		2019	168	2.099.873.760	352.778.791.680	266.351.031.079	1.299.521.608.556	0,48

Sumber: <https://www.idx.co.id/>, data diolah peneliti.

Lampiran 4: Hasil Perhitungan Variabel Independen*Corporate Social Responsibility*

NO	KODE PERUSAHAAN	TAHUN	SKOR PENGUNGKAPAN	TOTAL INDIKATOR GRI G4	CSR
1	ADES	2015	15	91	0,16
		2016	15	91	0,16
		2017	17	91	0,19
		2018	17	91	0,19
		2019	24	91	0,26
2	AKPI	2015	18	91	0,20
		2016	18	91	0,20
		2017	18	91	0,20
		2018	22	91	0,24
		2019	22	91	0,24
3	ARNA	2015	18	91	0,20
		2016	18	91	0,20
		2017	18	91	0,20
		2018	19	91	0,21
		2019	20	91	0,22
4	ASII	2015	20	91	0,22
		2016	20	91	0,22
		2017	20	91	0,22
		2018	21	91	0,23
		2019	21	91	0,23
5	AUTO	2015	23	91	0,25
		2016	26	91	0,29
		2017	27	91	0,30
		2018	28	91	0,31
		2019	28	91	0,31
6	BATA	2015	10	91	0,11
		2016	13	91	0,14
		2017	14	91	0,15
		2018	15	91	0,16
		2019	15	91	0,16
7	BUDI	2015	19	91	0,21
		2016	21	91	0,23
		2017	21	91	0,23

		2018	21	91	0,23
		2019	21	91	0,23
8	DVLA	2015	14	91	0,15
		2016	14	91	0,15
		2017	20	91	0,22
		2018	26	91	0,29
		2019	27	91	0,30
9	GGRM	2015	12	91	0,13
		2016	14	91	0,15
		2017	15	91	0,16
		2018	15	91	0,16
		2019	20	91	0,22
10	ICBP	2015	25	91	0,27
		2016	26	91	0,29
		2017	35	91	0,38
		2018	35	91	0,38
		2019	40	91	0,44
11	IGAR	2015	12	91	0,13
		2016	14	91	0,15
		2017	14	91	0,15
		2018	15	91	0,16
		2019	19	91	0,21
12	INCI	2015	14	91	0,15
		2016	18	91	0,20
		2017	18	91	0,20
		2018	21	91	0,23
		2019	24	91	0,26
13	INDF	2015	21	91	0,23
		2016	21	91	0,23
		2017	30	91	0,33
		2018	32	91	0,35
		2019	34	91	0,37
14	INTP	2015	27	91	0,30
		2016	31	91	0,34
		2017	37	91	0,41
		2018	44	91	0,48
		2019	47	91	0,52
15	JECC	2015	16	91	0,18

		2016	25	91	0,27
		2017	26	91	0,29
		2018	26	91	0,29
		2019	26	91	0,29
16	KLBF	2015	26	91	0,29
		2016	26	91	0,29
		2017	27	91	0,30
		2018	29	91	0,32
		2019	32	91	0,35
17	ROTI	2015	16	91	0,18
		2016	17	91	0,19
		2017	17	91	0,19
		2018	20	91	0,22
		2019	20	91	0,22
18	SIDO	2015	25	91	0,27
		2016	30	91	0,33
		2017	30	91	0,33
		2018	36	91	0,40
		2019	39	91	0,43
19	SMSM	2015	11	91	0,12
		2016	14	91	0,15
		2017	16	91	0,18
		2018	17	91	0,19
		2019	18	91	0,20
20	SRSN	2015	11	91	0,12
		2016	15	91	0,16
		2017	15	91	0,16
		2018	15	91	0,16
		2019	16	91	0,18
21	TCID	2015	14	91	0,15
		2016	23	91	0,25
		2017	23	91	0,25
		2018	25	91	0,27
		2019	27	91	0,30
22	TOTO	2015	20	91	0,22
		2016	21	91	0,23
		2017	22	91	0,24
		2018	22	91	0,24

		2019	23	91	0,25
23	TRIS	2015	10	91	0,11
		2016	12	91	0,13
		2017	13	91	0,14
		2018	23	91	0,25
		2019	27	91	0,30
		24	UNVR	2015	26
2016	32			91	0,35
2017	34			91	0,37
2018	34			91	0,37
2019	36			91	0,40
25	WIIM	2015	21	91	0,23
		2016	21	91	0,23
		2017	22	91	0,24
		2018	23	91	0,25
		2019	29	91	0,32

Sumber: <https://www.idx.co.id/>, data diolah peneliti.

Intellectual Capital

NO	KODE PERUSAHAAN	TAHUN	VA	CE	HC	SC	VACA	VAHU	STVA	VAIC
1	ADES	2015	172.041.000.000	328.369.000.000	139.202.000.000	32.839.000.000	0,52	1,24	0,19	1,95
		2016	209.026.000.000	384.388.000.000	153.075.000.000	55.951.000.000	0,54	1,37	0,27	2,18
		2017	183.869.000.000	423.011.000.000	145.627.000.000	38.242.000.000	0,43	1,26	0,21	1,91
		2018	181.321.000.000	481.914.000.000	128.363.000.000	52.958.000.000	0,38	1,41	0,29	2,08
		2019	206.609.000.000	567.937.000.000	122.724.000.000	83.885.000.000	0,36	1,68	0,41	2,45
2	AKPI	2015	156.973.868.000	1.107.565.893.000	129.329.154.000	27.644.714.000	0,14	1,21	0,18	1,53
		2016	206.305.212.008	1.120.035.169.000	153.911.355.008	52.393.857.000	0,18	1,34	0,25	1,78
		2017	170.405.527.000	1.126.612.491.000	157.071.557.000	13.333.970.000	0,15	1,08	0,08	1,31
		2018	209.381.815.000	1.233.833.753.000	145.155.544.000	64.226.271.000	0,17	1,44	0,31	1,92
		2019	224.012.780.000	1.244.955.791.000	169.657.512.000	54.355.268.000	0,18	1,32	0,24	1,74
3	ARNA	2015	183.416.097.360	894.728.477.056	112.206.154.012	71.209.943.348	0,20	1,63	0,39	2,23
		2016	234.738.047.991	948.088.201.259	143.362.137.016	91.375.910.975	0,25	1,64	0,39	2,27
		2017	284.759.215.590	1.029.399.792.539	162.575.305.947	122.183.909.643	0,28	1,75	0,43	2,46
		2018	330.269.228.381	1.096.596.429.104	172.061.429.779	158.207.798.602	0,30	1,92	0,48	2,70
		2019	412.530.466.480	1.176.781.762.600	194.855.226.971	217.675.239.509	0,35	2,12	0,53	3,00
4	ASII	2015	35.937.000.000.000	126.533.000.000.000	20.324.000.000.000	15.613.000.000.000	0,28	1,77	0,43	2,49
		2016	38.864.000.000.000	139.906.000.000.000	20.562.000.000.000	18.302.000.000.000	0,28	1,89	0,47	2,64
		2017	46.764.000.000.000	156.505.000.000.000	23.643.000.000.000	23.121.000.000.000	0,30	1,98	0,49	2,77
		2018	53.658.000.000.000	174.363.000.000.000	26.286.000.000.000	27.372.000.000.000	0,31	2,04	0,51	2,86
		2019	54.604.000.000.000	186.763.000.000.000	27.983.000.000.000	26.621.000.000.000	0,29	1,95	0,49	2,73

5	AUTO	2015	2.783.870.000.000	10.143.426.000.000	2.461.169.000.000	322.701.000.000	0,27	1,13	0,12	1,52
		2016	3.276.385.000.000	10.536.558.000.000	2.792.964.000.000	483.421.000.000	0,31	1,17	0,15	1,63
		2017	3.596.420.000.000	10.759.076.000.000	3.048.639.000.000	547.781.000.000	0,33	1,18	0,15	1,67
		2018	3.936.306.000.000	11.263.635.000.000	3.255.505.000.000	680.801.000.000	0,35	1,21	0,17	1,73
		2019	4.217.664.000.000	11.650.534.000.000	3.400.693.000.000	816.971.000.000	0,36	1,24	0,19	1,80
6	BATA	2015	224.510.727.000	547.187.208.000	94.991.281.000	129.519.446.000	0,41	2,36	0,58	3,35
		2016	134.804.386.000	557.155.279.000	92.572.723.000	42.231.663.000	0,24	1,46	0,31	2,01
		2017	154.481.062.000	579.308.728.000	100.826.686.000	53.654.376.000	0,27	1,53	0,35	2,15
		2018	164.292.363.000	636.807.359.000	96.347.496.000	67.944.867.000	0,26	1,71	0,41	2,38
		2019	118.948.161.000	653.251.326.000	95.506.823.000	23.441.338.000	0,18	1,25	0,20	1,62
7	BUDI	2015	187.506.000.000	1.105.251.000.000	166.434.000.000	21.072.000.000	0,17	1,13	0,11	1,41
		2016	224.855.000.000	1.164.982.000.000	186.231.000.000	38.624.000.000	0,19	1,21	0,17	1,57
		2017	270.753.000.000	1.194.700.000.000	225.062.000.000	45.691.000.000	0,23	1,20	0,17	1,60
		2018	266.033.000.000	1.226.484.000.000	215.566.000.000	50.467.000.000	0,22	1,23	0,19	1,64
		2019	297.883.000.000	1.285.318.000.000	233.862.000.000	64.021.000.000	0,23	1,27	0,21	1,72
8	DVLA	2015	439.907.697.000	973.517.334.000	332.013.267.000	107.894.430.000	0,45	1,32	0,25	2,02
		2016	475.323.981.000	1.079.579.612.000	323.240.581.000	152.083.400.000	0,44	1,47	0,32	2,23
		2017	522.821.747.000	1.116.300.069.000	360.572.454.000	162.249.293.000	0,47	1,45	0,31	2,23
		2018	572.986.926.000	1.200.261.863.000	372.334.958.000	200.651.968.000	0,48	1,54	0,35	2,37
		2019	630.454.660.000	1.306.078.988.000	408.671.411.000	221.783.249.000	0,48	1,54	0,35	2,38
9	GGRM	2015	9.906.349.000.000	38.007.909.000.000	3.453.515.000.000	6.452.834.000.000	0,26	2,87	0,65	3,78
		2016	10.862.164.000.000	39.564.228.000.000	4.189.482.000.000	6.672.682.000.000	0,27	2,59	0,61	3,48
		2017	12.466.954.000.000	42.187.664.000.000	4.711.607.000.000	7.755.347.000.000	0,30	2,65	0,62	3,56
		2018	12.778.526.000.000	45.133.285.000.000	4.985.458.000.000	7.793.068.000.000	0,28	2,56	0,61	3,46

		2019	16.301.268.000.000	50.930.758.000.000	5.420.564.000.000	10.880.704.000.000	0,32	3,01	0,67	3,99
10	ICBP	2015	6.682.454.000.000	16.386.911.000.000	3.759.306.000.000	2.923.148.000.000	0,41	1,78	0,44	2,62
		2016	7.719.747.000.000	18.500.823.000.000	4.088.446.000.000	3.631.301.000.000	0,42	1,89	0,47	2,78
		2017	8.286.975.000.000	20.324.330.000.000	4.743.802.000.000	3.543.173.000.000	0,41	1,75	0,43	2,58
		2018	9.674.429.000.000	22.707.150.000.000	5.015.648.000.000	4.658.781.000.000	0,43	1,93	0,48	2,84
		2019	10.676.459.000.000	26.671.104.000.000	5.316.430.000.000	5.360.029.000.000	0,40	2,01	0,50	2,91
		2015	138.469.457.475	310.464.258.463	87.053.273.168	51.416.184.307	0,45	1,59	0,37	2,41
11	IGAR	2016	169.442.871.966	373.749.035.530	100.137.242.171	69.305.629.795	0,45	1,69	0,41	2,55
		2017	168.492.283.913	441.946.749.143	96.115.600.777	72.376.683.136	0,38	1,75	0,43	2,56
		2018	153.329.992.032	482.914.243.337	108.657.553.627	44.672.438.405	0,32	1,41	0,29	2,02
		2019	190.498.476.235	536.925.371.505	129.661.723.484	60.836.752.751	0,35	1,47	0,32	2,14
		2015	33.679.345.731	154.051.308.997	16.718.685.708	16.960.660.023	0,22	2,01	0,50	2,74
12	INCI	2016	27.986.592.539	242.826.462.751	17.997.756.280	9.988.836.259	0,12	1,56	0,36	2,03
		2017	41.696.588.778	268.379.825.144	25.142.316.647	16.554.272.131	0,16	1,66	0,40	2,21
		2018	52.588.012.883	319.952.419.798	35.912.339.180	16.675.673.703	0,16	1,46	0,32	1,95
		2019	53.085.195.291	340.121.790.973	39.273.458.668	13.811.736.623	0,16	1,35	0,26	1,77
		2015	12.385.415.000.000	43.121.593.000.000	8.675.914.000.000	3.709.501.000.000	0,29	1,43	0,30	2,01
13	INDF	2016	15.231.769.000.000	43.941.423.000.000	9.964.863.000.000	5.266.906.000.000	0,35	1,53	0,35	2,22
		2017	16.419.532.000.000	47.102.766.000.000	11.322.268.000.000	5.097.264.000.000	0,35	1,45	0,31	2,11
		2018	16.403.503.000.088	49.916.800.000.000	11.441.652.000.088	4.961.851.000.000	0,33	1,43	0,30	2,06
		2019	18.074.421.000.000	54.202.488.000.000	12.171.692.000.000	5.902.729.000.000	0,33	1,48	0,33	2,14
		2015	6.569.555.000.000	23.865.950.000.000	2.212.894.000.000	4.356.661.000.000	0,28	2,97	0,66	3,91
14	INTP	2016	6.134.339.000.000	26.138.703.000.000	2.264.020.000.000	3.870.319.000.000	0,23	2,71	0,63	3,58
		2017	4.224.627.000.000	24.556.507.000.000	2.364.809.000.000	1.859.818.000.000	0,17	1,79	0,44	2,40

		2018	3.356.725.000.000	23.221.589.000.000	2.210.788.000.000	1.145.937.000.000	0,14	1,52	0,34	2,00
		2019	4.115.098.000.000	23.080.261.000.000	2.279.793.000.000	1.835.305.000.000	0,18	1,81	0,45	2,43
15	JECC	2015	139.509.689.000	367.756.259.000	137.045.020.000	2.464.669.000	0,38	1,02	0,02	1,42
		2016	296.096.721.000	470.338.342.000	163.673.560.000	132.423.161.000	0,63	1,81	0,45	2,89
		2017	278.456.743.000	547.361.482.000	195.101.373.000	83.355.370.000	0,51	1,43	0,30	2,24
		2018	301.651.572.000	646.211.247.000	213.222.693.000	88.428.879.000	0,47	1,41	0,29	2,17
		2019	341.489.158.000	756.131.725.000	238.971.290.000	102.517.868.000	0,45	1,43	0,30	2,18
16	KLBF	2015	4.138.539.313.974	10.938.285.985.269	2.080.845.032.101	2.057.694.281.873	0,38	1,99	0,50	2,86
		2016	4.597.058.800.077	12.463.847.141.085	2.246.173.866.526	2.350.884.933.551	0,37	2,05	0,51	2,93
		2017	4.812.729.653.877	13.894.031.782.689	2.359.478.243.273	2.453.251.410.604	0,35	2,04	0,51	2,90
		2018	4.894.585.469.575	15.294.594.796.354	2.397.323.504.818	2.497.261.964.757	0,32	2,04	0,51	2,87
		2019	5.112.124.475.753	16.705.582.476.031	2.574.522.652.108	2.537.601.823.645	0,31	1,99	0,50	2,79
17	ROTI	2015	732.630.104.056	1.188.534.951.872	462.091.403.616	270.538.700.440	0,62	1,59	0,37	2,57
		2016	867.594.020.110	1.442.751.772.026	587.816.651.279	279.777.368.831	0,60	1,48	0,32	2,40
		2017	855.998.023.605	2.820.105.715.429	720.634.002.466	135.364.021.139	0,30	1,19	0,16	1,65
		2018	968.868.138.879	2.916.901.120.111	841.696.702.516	127.171.436.363	0,33	1,15	0,13	1,61
		2019	1.193.264.667.175	3.092.597.379.097	956.746.109.755	236.518.557.420	0,39	1,25	0,20	1,83
18	SIDO	2015	706.340.000.000	2.598.314.000.000	268.865.000.000	437.475.000.000	0,27	2,63	0,62	3,52
		2016	813.146.000.000	2.757.885.000.000	332.621.000.000	480.525.000.000	0,29	2,44	0,59	3,33
		2017	929.232.000.000	2.895.865.000.000	395.433.000.000	533.799.000.000	0,32	2,35	0,57	3,25
		2018	1.118.449.000.000	2.902.614.000.000	454.600.000.000	663.849.000.000	0,39	2,46	0,59	3,44
		2019	1.226.647.000.000	3.064.707.000.000	418.958.000.000	807.689.000.000	0,40	2,93	0,66	3,99
19	SMSM	2015	1.036.466.000.000	1.440.248.000.000	575.159.000.000	461.307.000.000	0,72	1,80	0,45	2,97
		2016	1.155.007.000.000	1.580.055.000.000	652.815.000.000	502.192.000.000	0,73	1,77	0,43	2,94

		2017	1.367.241.000.000	1.828.184.000.000	811.853.000.000	555.388.000.000	0,75	1,68	0,41	2,84
		2018	1.552.370.000.000	2.150.277.000.000	918.820.000.000	633.550.000.000	0,72	1,69	0,41	2,82
		2019	1.614.155.000.000	2.442.303.000.000	975.479.000.000	638.676.000.000	0,66	1,65	0,40	2,71
20	SRSN	2015	81.719.331.000	340.079.837.000	66.214.543.000	15.504.788.000	0,24	1,23	0,19	1,66
		2016	77.240.667.000	402.053.633.000	66.184.616.000	11.056.051.000	0,19	1,17	0,14	1,50
		2017	92.749.608.000	415.505.899.000	75.051.041.000	17.698.567.000	0,22	1,24	0,19	1,65
		2018	110.983.095.000	477.788.016.000	72.248.003.000	38.735.092.000	0,23	1,54	0,35	2,12
		2019	118.240.501.000	514.600.563.000	75.411.373.000	42.829.128.000	0,23	1,57	0,36	2,16
21	TCID	2015	1.098.676.000.715	1.714.871.478.033	554.201.722.701	544.474.278.014	0,64	1,98	0,50	3,12
		2016	801.808.754.741	1.783.158.507.325	639.749.158.394	162.059.596.347	0,45	1,25	0,20	1,91
		2017	945.220.190.656	1.858.326.336.424	766.093.808.588	179.126.382.068	0,51	1,23	0,19	1,93
		2018	980.566.055.420	1.972.463.165.139	807.516.612.664	173.049.442.756	0,50	1,21	0,18	1,89
		2019	977.279.577.685	2.019.143.817.162	832.130.233.124	145.149.344.561	0,48	1,17	0,15	1,81
22	TOTO	2015	1.227.916.713.821	1.491.542.919.106	942.679.933.162	285.236.780.659	0,82	1,30	0,23	2,36
		2016	1.209.557.598.324	1.523.874.519.542	1.040.993.014.606	168.564.583.718	0,79	1,16	0,14	2,10
		2017	1.432.155.970.639	1.693.791.596.547	1.153.220.166.095	278.935.804.544	0,85	1,24	0,19	2,28
		2018	1.504.545.441.076	1.929.477.152.737	1.157.852.644.974	346.692.796.102	0,78	1,30	0,23	2,31
		2019	1.443.808.000.613	1.924.262.563.701	1.303.210.499.698	140.597.500.915	0,75	1,11	0,10	1,96
23	TRIS	2015	250.924.321.033	337.810.852.786	206.738.720.407	44.185.600.626	0,74	1,21	0,18	2,13
		2016	251.127.507.816	346.627.180.477	225.914.492.492	25.213.015.324	0,72	1,11	0,10	1,94
		2017	232.010.277.268	356.231.586.783	217.811.387.718	14.198.889.550	0,65	1,07	0,06	1,78
		2018	335.000.234.392	631.779.448.585	307.899.165.432	27.101.068.960	0,53	1,09	0,08	1,70
		2019	351.542.312.585	660.613.650.580	328.305.414.395	23.236.898.190	0,53	1,07	0,07	1,67
24	UNVR	2015	7.899.448.000.000	4.827.360.000.000	2.047.643.000.000	5.851.805.000.000	1,64	3,86	0,74	6,24

		2016	9.006.929.000.000	4.704.258.000.000	2.616.257.000.000	6.390.672.000.000	1,91	3,44	0,71	6,07
		2017	9.645.617.000.000	5.173.388.000.000	2.641.055.000.000	7.004.562.000.000	1,86	3,65	0,73	6,24
		2018	11.286.936.000.000	7.383.667.000.000	2.205.749.000.000	9.081.187.000.000	1,53	5,12	0,80	7,45
		2019	10.358.205.000.000	5.281.862.000.000	2.965.368.000.000	7.392.837.000.000	1,96	3,49	0,71	6,17
25	WIIM	2015	386.413.454.539	943.708.980.906	255.332.342.952	131.081.111.587	0,41	1,51	0,34	2,26
		2016	389.518.673.095	991.093.391.804	283.228.366.227	106.290.306.868	0,39	1,38	0,27	2,04
		2017	364.279.742.184	978.091.361.111	323.689.951.333	40.589.790.851	0,37	1,13	0,11	1,61
		2018	366.798.549.664	1.005.236.802.665	315.655.698.745	51.142.850.919	0,36	1,16	0,14	1,67
		2019	332.898.427.297	1.033.170.577.477	305.570.335.816	27.328.091.481	0,32	1,09	0,08	1,49

Sumber: <https://www.idx.co.id/>, data diolah peneliti.

Lampiran 5: Hasil Perhitungan Variabel Moderasi**Profitabilitas (ROA)**

NO	KODE PERUSAHAAN	TAHUN	LABA BERSIH SETELAH PAJAK	TOTAL AKTIVA	ROA
1	ADES	2015	32.839.000.000	653.224.000.000	5,03
		2016	55.951.000.000	767.479.000.000	7,29
		2017	38.242.000.000	840.236.000.000	4,55
		2018	52.958.000.000	881.275.000.000	6,01
		2019	83.885.000.000	822.375.000.000	10,20
2	AKPI	2015	27.644.714.000	2.883.143.132.000	0,96
		2016	52.393.857.000	2.615.909.190.000	2,00
		2017	13.333.970.000	2.745.325.833.000	0,49
		2018	64.226.271.000	3.070.410.492.000	2,09
		2019	54.355.268.000	2.776.775.756.000	1,96
3	ARNA	2015	71.209.943.348	1.430.779.475.454	4,98
		2016	91.375.910.975	1.543.216.299.146	5,92
		2017	122.183.909.643	1.601.346.561.573	7,63
		2018	158.207.798.602	1.652.905.985.730	9,57
		2019	217.675.239.509	1.799.137.069.343	12,10
4	ASII	2015	15.613.000.000.000	245.435.000.000.000	6,36
		2016	18.302.000.000.000	261.855.000.000.000	6,99
		2017	23.121.000.000.000	295.646.000.000.000	7,82
		2018	27.372.000.000.000	344.711.000.000.000	7,94
		2019	26.621.000.000.000	351.958.000.000.000	7,56
5	AUTO	2015	322.701.000.000	14.339.110.000.000	2,25
		2016	483.421.000.000	14.612.274.000.000	3,31
		2017	547.781.000.000	14.762.309.000.000	3,71
		2018	680.801.000.000	15.889.648.000.000	4,28
		2019	816.971.000.000	16.015.709.000.000	5,10
6	BATA	2015	129.519.446.000	795.257.974.000	16,29
		2016	42.231.663.000	804.742.917.000	5,25
		2017	53.654.376.000	855.691.231.000	6,27
		2018	67.944.867.000	876.856.225.000	7,75
		2019	23.441.338.000	863.146.554.000	2,72
7	BUDI	2015	21.072.000.000	3.265.953.000.000	0,65
		2016	38.624.000.000	2.931.807.000.000	1,32
		2017	45.691.000.000	2.939.456.000.000	1,55
		2018	50.467.000.000	3.392.980.000.000	1,49

		2019	64.021.000.000	2.999.767.000.000	2,13
8	DVLA	2015	107.894.430.000	1.376.278.237.000	7,84
		2016	152.083.400.000	1.531.365.558.000	9,93
		2017	162.249.293.000	1.640.886.147.000	9,89
		2018	200.651.968.000	1.682.821.739.000	11,92
		2019	221.783.249.000	1.829.960.714.000	12,12
		9	GGRM	2015	6.452.834.000.000
2016	6.672.682.000.000			62.951.634.000.000	10,60
2017	7.755.347.000.000			66.759.930.000.000	11,62
2018	7.793.068.000.000			69.097.219.000.000	11,28
2019	10.880.704.000.000			78.647.274.000.000	13,83
10	ICBP	2015	2.923.148.000.000	26.560.624.000.000	11,01
		2016	3.631.301.000.000	28.901.948.000.000	12,56
		2017	3.543.173.000.000	31.619.514.000.000	11,21
		2018	4.658.781.000.000	34.367.153.000.000	13,56
		2019	5.360.029.000.000	38.709.314.000.000	13,85
11	IGAR	2015	51.416.184.307	383.936.040.590	13,39
		2016	69.305.629.795	439.465.673.296	15,77
		2017	72.376.683.136	513.022.591.574	14,11
		2018	44.672.438.405	570.197.810.698	7,83
		2019	60.836.752.751	617.594.780.669	9,85
12	INCI	2015	16.960.660.023	169.546.066.314	10,00
		2016	9.988.836.259	269.351.381.344	3,71
		2017	16.554.272.131	303.788.390.330	5,45
		2018	16.675.673.703	391.362.697.956	4,26
		2019	13.811.736.623	405.445.049.452	3,41
13	INDF	2015	3.709.501.000.000	91.831.526.000.000	4,04
		2016	5.266.906.000.000	82.174.515.000.000	6,41
		2017	5.097.264.000.000	88.400.877.000.000	5,77
		2018	4.961.851.000.000	96.537.796.000.000	5,14
		2019	5.902.729.000.000	96.198.559.000.000	6,14
14	INTP	2015	4.356.661.000.000	27.638.360.000.000	15,76
		2016	3.870.319.000.000	30.150.580.000.000	12,84
		2017	1.859.818.000.000	28.863.676.000.000	6,44
		2018	1.145.937.000.000	27.788.562.000.000	4,12
		2019	1.835.305.000.000	27.707.749.000.000	6,62
15	JECC	2015	2.464.669.000	1.358.464.081.000	0,18
		2016	132.423.161.000	1.587.210.576.000	8,34
		2017	83.355.370.000	1.927.985.352.000	4,32

		2018	88428879000	2.102.146.140.000	4,21
		2019	102517868000	1.888.753.850.000	5,43
16	KLBF	2015	2.057.694.281.873	13.696.417.381.439	15,02
		2016	2.350.884.933.551	15.226.009.210.657	15,44
		2017	2.453.251.410.604	16.616.239.416.335	14,76
		2018	2.497.261.964.757	18.146.206.145.369	13,76
		2019	2.537.601.823.645	20.264.726.862.584	12,52
17	ROTI	2015	270.538.700.440	2.706.323.637.034	10,00
		2016	279.777.368.831	2.919.640.858.718	9,58
		2017	135.364.021.139	4.559.573.709.411	2,97
		2018	127.171.436.363	4.393.810.380.883	2,89
		2019	236.518.557.420	4.682.083.844.951	5,05
18	SIDO	2015	437.475.000.000	2.796.111.000.000	15,65
		2016	480.525.000.000	2.987.614.000.000	16,08
		2017	533.799.000.000	3.158.198.000.000	16,90
		2018	663.849.000.000	3.337.628.000.000	19,89
		2019	807.689.000.000	3.536.898.000.000	22,84
19	SMSM	2015	461307000000	2.220.108.000.000	20,78
		2016	502.192.000.000	2.254.740.000.000	22,27
		2017	555.388.000.000	2.443.341.000.000	22,73
		2018	633.550.000.000	2.801.203.000.000	22,62
		2019	638.676.000.000	3.106.981.000.000	20,56
20	SRSN	2015	15.504.788.000	574.073.314.000	2,70
		2016	11.056.051.000	717.149.704.000	1,54
		2017	17.698.567.000	652.726.454.000	2,71
		2018	38.735.092.000	686.777.211.000	5,64
		2019	42.829.128.000	779.246.858.000	5,50
21	TCID	2015	544.474.278.014	2.082.096.848.703	26,15
		2016	162.059.596.347	2.185.101.038.101	7,42
		2017	179.126.382.068	2.361.807.189.430	7,58
		2018	173.049.442.756	2.445.143.511.801	7,08
		2019	145.149.344.561	2.551.192.620.939	5,69
22	TOTO	2015	285.236.780.659	2.439.540.859.205	11,69
		2016	168.564.583.718	2.581.440.938.262	6,53
		2017	278.935.804.544	2.826.490.815.501	9,87
		2018	346.692.796.102	2.897.119.790.044	11,97
		2019	140.597.500.915	2.918.467.252.139	4,82
23	TRIS	2015	44.185.600.626	577.786.346.557	7,65
		2016	25.213.015.324	639.701.164.511	3,94

		2017	14.198.889.550	544.968.319.987	2,61
		2018	27.101.068.960	1.157.884.379.902	2,34
		2019	23.236.898.190	1.147.246.311.331	2,03
24	UNVR	2015	5.851.805.000.000	15.729.945.000.000	37,20
		2016	6.390.672.000.000	16.745.695.000.000	38,16
		2017	7.004.562.000.000	18.906.413.000.000	37,05
		2018	9.081.187.000.000	20.326.869.000.000	44,68
		2019	7.392.837.000.000	20.649.371.000.000	35,80
25	WIIM	2015	131.081.111.587	1.342.700.045.391	9,76
		2016	106.290.306.868	1.353.634.132.275	7,85
		2017	40.589.790.851	1.225.712.093.041	3,31
		2018	51.142.850.919	1.255.573.914.558	4,07
		2019	27.328.091.481	1.299.521.608.556	2,10

Sumber: <https://www.idx.co.id/>, data diolah peneliti.

Lampiran 6: Data Variabel

No	Kode	Tahun	CSR (X1)	IC (X2)	ROA (Z)	Nilai Perusahaan (Y)
1	ADES	2015	0.16	1.95	5.03	1.41
		2016	0.16	2.18	7.29	1.27
		2017	0.19	1.91	4.55	1.12
		2018	0.19	2.08	6.01	1.07
		2019	0.26	2.45	10.20	1.06
2	AKPI	2015	0.20	1.53	0.96	0.82
		2016	0.20	1.78	2.00	0.81
		2017	0.20	1.31	0.49	0.77
		2018	0.24	1.92	2.09	0.82
		2019	0.24	1.74	1.96	0.67
3	ARNA	2015	0.20	2.23	4.98	2.94
		2016	0.20	2.27	5.92	2.86
		2017	0.20	2.46	7.63	1.93
		2018	0.21	2.70	9.57	2.20
		2019	0.22	3.00	12.10	2.13
4	ASII	2015	0.22	2.49	6.36	1.47
		2016	0.22	2.64	6.99	1.75
		2017	0.22	2.77	7.82	1.57
		2018	0.23	2.86	7.94	1.46
		2019	0.23	2.73	7.56	1.27
5	AUTO	2015	0.25	1.52	2.25	0.83
		2016	0.29	1.63	3.31	0.96
		2017	0.30	1.67	3.71	0.94
		2018	0.31	1.73	4.28	0.74
		2019	0.31	1.80	5.10	0.65
6	BATA	2015	0.11	3.35	16.29	1.78
		2016	0.14	2.01	5.25	1.58
		2017	0.15	2.15	6.27	1.19
		2018	0.16	2.38	7.75	1.16
		2019	0.16	1.62	2.72	1.22
7	BUDI	2015	0.21	1.41	0.65	0.75
		2016	0.23	1.57	1.32	0.74
		2017	0.23	1.60	1.55	0.74
		2018	0.23	1.64	1.49	0.77
		2019	0.23	1.72	2.13	0.73
8	DVLA	2015	0.15	2.02	7.84	1.35

		2016	0.15	2.23	9.93	1.58
		2017	0.22	2.23	9.89	1.66
		2018	0.29	2.37	11.92	1.58
		2019	0.30	2.38	12.12	1.66
9	GGRM	2015	0.13	3.78	10.16	2.07
		2016	0.15	3.48	10.60	2.32
		2017	0.16	3.56	11.62	2.78
		2018	0.16	3.46	11.28	2.68
		2019	0.22	3.99	13.83	1.65
10	ICBP	2015	0.27	2.62	11.01	3.34
		2016	0.29	2.78	12.56	3.82
		2017	0.38	2.58	11.21	3.64
		2018	0.38	2.84	13.56	3.89
		2019	0.44	2.91	13.85	3.67
11	IGAR	2015	0.13	2.41	13.39	0.76
		2016	0.15	2.55	15.77	1.30
		2017	0.15	2.56	14.11	0.85
		2018	0.16	2.02	7.83	0.81
		2019	0.21	2.14	9.85	0.67
12	INCI	2015	0.15	2.74	10.00	0.42
		2016	0.20	2.03	3.71	0.30
		2017	0.20	2.21	5.45	0.36
		2018	0.23	1.95	4.26	0.47
		2019	0.26	1.77	3.41	0.36
13	INDF	2015	0.23	2.01	4.04	1.03
		2016	0.23	2.22	6.41	1.31
		2017	0.33	2.11	5.77	1.22
		2018	0.35	2.06	5.14	1.16
		2019	0.37	2.14	6.14	1.16
14	INTP	2015	0.30	3.91	15.76	3.11
		2016	0.34	3.58	12.84	2.01
		2017	0.41	2.40	6.44	2.95
		2018	0.48	2.00	4.12	2.61
		2019	0.52	2.43	6.62	2.69
15	JECC	2015	0.18	1.42	0.18	0.88
		2016	0.27	2.89	8.34	1.04
		2017	0.29	2.24	4.32	1.08
		2018	0.29	2.17	4.21	1.14
		2019	0.29	2.18	5.43	1.09

16	KLBF	2015	0.29	2.86	15.02	4.72
		2016	0.29	2.93	15.44	4.85
		2017	0.30	2.90	14.76	4.93
		2018	0.32	2.87	13.76	4.08
		2019	0.35	2.79	12.52	3.92
17	ROTI	2015	0.18	2.57	10.00	2.93
		2016	0.19	2.40	9.58	3.28
		2017	0.19	1.65	2.97	2.11
		2018	0.22	1.61	2.89	2.03
		2019	0.22	1.83	5.05	2.06
18	SIDO	2015	0.27	3.52	15.65	3.02
		2016	0.33	3.33	16.08	2.69
		2017	0.33	3.25	16.90	2.67
		2018	0.40	3.44	19.89	3.91
		2019	0.43	3.99	22.84	5.54
19	SMSM	2015	0.12	2.97	20.78	1.12
		2016	0.15	2.94	22.27	2.80
		2017	0.18	2.84	22.73	3.21
		2018	0.19	2.82	22.62	3.11
		2019	0.20	2.71	20.56	2.98
20	SRSN	2015	0.12	1.66	2.70	0.93
		2016	0.16	1.50	1.54	0.86
		2017	0.16	1.65	2.71	0.82
		2018	0.16	2.12	5.64	0.86
		2019	0.18	2.16	5.50	0.86
21	TCID	2015	0.15	3.12	26.15	1.77
		2016	0.25	1.91	7.42	1.33
		2017	0.25	1.93	7.58	1.74
		2018	0.27	1.89	7.08	1.61
		2019	0.30	1.81	5.69	1.08
22	TOTO	2015	0.22	2.36	11.69	3.33
		2016	0.23	2.10	6.53	2.40
		2017	0.24	2.28	9.87	1.89
		2018	0.24	2.31	11.97	1.57
		2019	0.25	1.96	4.82	1.37
23	TRIS	2015	0.11	2.13	7.65	0.96
		2016	0.13	1.94	3.94	1.01
		2017	0.14	1.78	2.61	0.94
		2018	0.25	1.70	2.34	0.65

		2019	0.30	1.67	2.03	1.15
24	UNVR	2015	0.29	6.24	37.20	18.64
		2016	0.35	6.07	38.16	18.40
		2017	0.37	6.24	37.05	23.29
		2018	0.37	7.45	44.68	17.68
		2019	0.40	6.17	35.80	16.26
25	WIIM	2015	0.23	2.26	9.76	0.97
		2016	0.23	2.04	7.85	0.95
		2017	0.24	1.61	3.31	0.66
		2018	0.25	1.67	4.07	0.44
		2019	0.32	1.49	2.10	0.48

Sumber: <https://www.idx.co.id/>, data diolah peneliti.

Lampiran 7: Uji Statistik

Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	125	.11	.52	.2418	.08175
IC	125	1.31	7.45	2.4929	1.01471
ROA	125	.18	44.68	9.5535	8.14941
Nilai Perusahaan	125	.30	23.29	2.4281	3.57671
Valid N (listwise)	125				

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2021

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		125
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.35921614
Most Extreme Differences	Absolute	.046
	Positive	.046
	Negative	-.042
Test Statistic		.046
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2021

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-2.502	.301		-8.306	.000		
CSR_X1	1.835	.420	.205	4.369	.000	.921	1.086
IC_X2	1.811	.274	.698	6.617	.000	.182	5.492
ROA_Z	.063	.063	.103	.988	.325	.188	5.326

a. Dependent Variable: NilaiPerusahaan_Y

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2021

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.869 ^a	.755	.749	.36364	.928

a. Predictors: (Constant), ROA_Z, CSR_X1, IC_X2

b. Dependent Variable: NilaiPerusahaan_Y

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2021

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.302	.116		2.609	.010
CSR_X1	-.120	.161	-.070	-.743	.459
IC_X2	-.075	.105	-.151	-.712	.478
ROA_Z	.016	.024	.135	.648	.518

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2021

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.684	.239		-11.235	.000
CSR_X1	1.801	.418	.201	4.305	.000
IC_X2	2.053	.121	.791	16.928	.000

a. Dependent Variable: NilaiPerusahaan_Y

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2021

Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.684	.239		-11.235	.000
CSR_X1	1.801	.418	.201	4.305	.000
IC_X2	2.053	.121	.791	16.928	.000

a. Dependent Variable: NilaiPerusahaan_Y

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2021

Uji MRA untuk H_{3a}

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.256	.514		6.329	.000
CSR_X1	-6.219	1.035	-.695	-6.010	.000
ROA_Z	-.914	.154	-1.495	-5.926	.000
CSR_ROA	2.670	.300	2.616	8.898	.000

a. Dependent Variable: NilaiPerusahaan_Y

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2021

Uji MRA untuk H_{3b}

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.601	.504		3.174	.002
IC_X2	-.564	.406	-.217	-1.388	.168
ROA_Z	-.552	.094	-.903	-5.898	.000
IC_ROA	.471	.060	1.948	7.857	.000

a. Dependent Variable: NilaiPerusahaan_Y

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2021

Lampiran 8: Tabel Distribusi T

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 - 160)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364

156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Sumber: Junaidi, 2014

Lampiran 9: Biodata Penulis

BIODATA PENULIS

Nama Lengkap : Alvina Noer Fahrany
Tempat, Tanggal Lahir : Probolinggo, 2 Juli 1999
Alamat Asal : Perumahan Bumi Konang Indah Blok A-8, Desa
Sidopekso, Kecamatan Kraksaan, Kabupaten
Probolinggo
Telepon/Hp : 082234294234
Email : alvinanoerf@gmail.com

Pendidikan Formal

2003-2005 : TK Al-Irsyad
2005-2011 : SD Negeri 1 Patokan
2011-2014 : SMP Negeri 1 Kraksaan
2014-2017 : SMA Negeri 1 Kraksaan
2017-2021 : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
Malang

Pendidikan Non Formal

2017-2018 : Ma'had Sunan Ampel Al-'Aly
2017-2018 : Program Khusus Pendidikan Bahasa Arab
(PKPBA) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
2018-2019 : English Language Center (ELC) UIN Maulana
Malik Ibrahim Malang

Pengalaman Organisasi

Anggota Asisten Laboratorium Akuntansi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
2019-2020

Aktivitas dan Pelatihan

- Peserta Orientasi Pengenalan Budaya Akademik dan Kemahasiswaan (PBAK) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan tema “Pribadi Ulul Albab sebagai Pilar Eksistensi dan Kemajuan NKRI” tahun 2017
- Peserta Orientasi Pengenalan Budaya Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan tema “Optimalisasi Peran Mahasiswa Terhadap Perekonomian Bangsa Melalui Digitalisasi Ekonomi Kreatif” tahun 2017
- Peserta Orientasi Pengenalan Budaya Akademik dan Kemahasiswaan (PBAK) Fakultas Ekonomi dengan tema “Profesionalisme Akuntan di Era Sustainable Development Goals (SDGs)” yang diselenggarakan oleh HMJ Akuntansi UIN Malang tahun 2017
- Peserta Sosialisasi Manasik Haji yang diselenggarakan oleh Pusat Ma’had Al-Jami’ah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2017
- Peserta Seminar Nasional dengan tema “Build Your Digital Business and be Millennial Entrepreneur” yang diselenggarakan oleh DEMA Fakultas UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2017
- Peserta Seminar Nasional dengan tema “Success to be Entrepreneur” yang diselenggarakan oleh DEMA Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2017
- Peserta Accounting Study Club dengan tema “Laporan Keuangan dalam Sudut Pandang Akuntansi Pesantren” yang diselenggarakan oleh Anggota Muda IAI Jawa Timur tahun 2018
- Peserta Pelatihan Microsoft Excel dengan tema “Aktualisasi Keterampilan Mahasiswa Akuntansi di Bidang Microsoft Excel” yang diselenggarakan oleh HMJ Akuntansi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2018
- Peserta Seminar Nasional dengan tema “Implementasi Akuntansi Syariah di Era Fintech” yang diselenggarakan oleh HMJ Akuntansi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2018

- Peserta Seminar Nasional dengan tema “Tips & Trik Mendapatkan Beasiswa di Negeri Kanguru Australia” yang diselenggarakan oleh Jejak Pengabdian Indonesia (JPI) tahun 2019
- Peserta Accounting Study Club 2 dengan tema “Peluang PSAK sebagai Topik Penelitian” yang diselenggarakan oleh Anggota Muda IAI Jawa Timur tahun 2019
- Peserta Pelatihan Program Akuntansi MYOB yang diselenggarakan oleh Laboratorium Akuntansi dan Pajak Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2020

Lampiran 10: Bukti Konsultasi

BUKTI KONSULTASI

Nama : Alvina Noer Fahrany

NIM/Jurusan : 17520058/Akuntansi

Pembimbing : Hj. Meldona, SE., MM., Ak., CA

Judul Skripsi : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1	27 November 2020	Pengajuan Judul	1. 
2	19 Februari 2021	Proposal	2. 
3	23 Februari 2021	Revisi & Acc Proposal	3. 
4	8 Maret 2021	Seminar Proposal	4. 
5	15 Maret 2021	Acc Proposal	5. 
6	26 Mei 2021	Skripsi Bab I-V	6. 
7	27 Mei 2021	Revisi & Acc Skripsi	7. 
8	3 Juni 2021	Ujian Skripsi	8. 
9	16 Juni 2021	Acc Keseluruhan	9. 

Malang, 16 Juni 2021

Mengetahui:

Ketua Jurusan Akuntansi,

Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA

NIP. 19720322 200801 2 005