

PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, PROFITABILITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Kavita Sapna Previdayana¹, Dwi Ermayanti Susilo²
STIE PGRI Dewantara Jombang
Email: kavitasapna4@gmail.com¹, dwi.stiedw@gmail.com²

Abstrak

Pemegang saham atau investor dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengharapkan kinerja perusahaan lebih terjamin yang dapat dilihat dari sumber daya manusia, tingkat hutang, tingkat profit maupun kompetitif bagi perusahaan. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh *Intellectual Capital*, *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode 2018 hingga 2021. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling*, sehingga data yang digunakan 11 perusahaan pada sektor *food and beverage* sebagai populasi penelitian dan menggunakan metode analisis data dengan alat bantu aplikasi SPSS 29 untuk menganalisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel *Intellectual Capital* (VAIC), *Corporate Social Responsibility* (CSRDI), Profitabilitas (ROE), Dan Ukuran Perusahaan (SIZE) sebesar 59,2 % sedangkan sisanya sebesar 40,8 % dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* (VAIC) dan *Corporate Social Responsibility* (CSRDI) berpengaruh signifikan, sedangkan Profitabilitas (ROE) dan Ukuran Perusahaan (SIZE) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).

Kata kunci: Intellectual Capital, Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan

Abstract

Shareholders or investors can increase the value of the company by expecting more guaranteed company performance which can be seen from human resources, debt levels, profit and competitive levels for the company. The purpose of this study was to examine the influence of Intellectual Capital, Corporate Social Responsibility, Profitability, and Company Size on Firm Value in Food and Beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange from 2018 to 2021. This study used a purposive sampling technique, so that the data used were 11 companies in the food and beverage sector as the study population and used the data analysis method with the SPSS 29 application tool to analyze multiple regression. The results showed that the company can be explained by the variables Intellectual Capital (VAIC), Corporate Social Responsibility (CSRDI), Profitability (ROE), and Company Size (SIZE) of 59.2% while the remaining 40.8% is explained by other variables outside model. Based on the results of hypothesis testing which shows that Intellectual Capital (VAIC) and Corporate Social Responsibility (CSRDI) have

a significant effect, while Profitability (ROE) and Firm Size (SIZE) have no significant effect on firm value (PBV).

Keywords: *Intellectual Capital, Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan*

Pendahuluan

Didirikannya sebuah perusahaan yaitu agar memiliki tujuan untuk memperoleh laba sebanyak-banyaknya sehingga menciptakan kemakmuran perusahaan. Perkembangan era globalisasi ini mengalami perkembangan yang sangat pesat pada ekonomi global dengan menghasilkan perubahan paradigma yang signifikan dari sebelumnya, sehingga dapat mengakibatkan persaingan yang semakin ketat antar pelaku bisnis. Perusahaan harus mengubah pola manajemen untuk bersaing dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan strategi dengan berbagai basis serta mempertahankan keuntungan kompetitif dengan cara memberikan kepedulian pada kegiatan operasional dan finansial. Upaya yang dilakukan pemilik perusahaan ataupun pemegang saham yaitu dengan mempekerjakan tenaga ahli atau profesional untuk diposisikan mengelola perusahaan. Para pemegang saham mengharapkan agar kinerja perusahaan menjadi lebih terjamin, sehingga dapat bersaing di tengah suasana pasar yang semakin kompetitif serta meningkatkan nilai perusahaan dengan cara meningkatkan kemakmuran bagi pemegang saham perusahaan. Kemakmuran pemegang saham perusahaan dilakukan dengan cara memaksimalkan nilai sekarang atau *present value* agar keuntungan pemegang saham dapat diperoleh dimasa mendatang. Nilai perusahaan dapat digambarkan dengan keadaan perusahaan, jika nilai perusahaan semakin baik maka perusahaan akan terlihat semakin baik bagi para investor. Ketika pihak manajemen bukanlah pemegang saham, maka perusahaan tidak akan berhasil untuk meningkatkan nilai perusahaan, sehingga pihak manajemen akan mementingkan kesejahteraan pemegang saham dengan cara membayar jasa profesional. Agar meningkatkan nilai perusahaan, pemegang saham akan mempercayakan pengelolaan manajemen tersebut.

Dalam penelitian ini nilai perusahaan diprosikan dengan *Price Book Value* (PBV), jika PBV semakin tinggi maka akan membuat pasar lebih percaya dengan prospek kedepannya agar lebih mendapatkan keuntungan yang kompetitif. PBV digunakan untuk menilai harga suatu saham dengan membandingkan harga pasar saham dengan nilai buku perusahaan. Rasio ini menunjukkan perusahaan akan mampu menciptakan nilai perusahaan terhadap jumlah modal yang akan diinvestasikan. Sebagai pendekatan alternatif untuk menentukan nilai suatu saham menggunakan hubungan antara harga pasar saham dengan nilai buku per lembar. Secara teoritis, nilai pasar suatu perusahaan harus memperlihatkan nilai bukunya (Tandelilin, 2001).

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR), Peneliti menyatakan bahwa CSR merupakan strategi bisnis yang berkomitmen untuk meningkatkan keuntungan dan pembangunan sosial ekonomi yang berkelanjutan, pada era ini perusahaan diminta untuk memperhatikan para *stakeholder*

Pengaruh *Intellectual Capital*, *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

(Suharto, 2008) (Widiawan, Purnamawati, & Julianto, 2017). Perlunya kerjasama yang terjalin antara perusahaan dan *stakeholder* dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Aktivitas CSR perusahaan meliputi faktor keuangan, lingkungan, dan sosial. Perusahaan melaporkan dan mencantumkan aktivitas CSR dalam laporan keuangannya. CSR ini menjadi tren topik di lingkungan masyarakat. Peneliti mengungkapkan pendapat bahwa, dengan menerapkan *corporate social responsibility*, perusahaan dapat menciptakan citra yang baik bagi perusahaan sehingga menimbulkan penilaian positif dari konsumen yang mampu meningkatkan loyalitas mereka terhadap produk yang dihasilkan perusahaan (Amanti, 2012). Semakin baik pengungkapan *corporate social responsibility* maka semakin tinggi pula loyalitas konsumen yang akan berdampak pada peningkatan penjualan yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

Selain CSR terdapat faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas. Profitabilitas adalah rasio untuk memperoleh laba atau keuntungan yang sebanyak-banyaknya dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal itu sendiri. Rasio profitabilitas mengukur efisiensi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari kegiatan bisnis yang dilakukan oleh setiap perusahaan. Rasio profitabilitas merupakan hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh setiap perusahaan. Semakin tinggi nilai rasio maka kondisi perusahaan semakin baik berdasarkan rasio profitabilitas. Nilai yang tinggi melambangkan tingkat laba dan efisiensi perusahaan tinggi yang bias dilihat dari tingkat pendapatan dan arus kas. Dalam penelitian ini rasio profitabilitas diukur dengan *return on equity* (ROE). *Return on equity* (ROE) yaitu rasio yang memperlihatkan seberapa besar efisiensi perusahaan untuk menghasilkan laba bersih untuk pengembalian ekuitas terhadap pemegang saham atau pemilik perusahaan dengan perbandingan antara *net income after tax* (NIAT) dan total ekuitas. Hasil penelitian profitabilitas memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap nilai perusahaan (Milenia & Muid, 2022). Karena jika profitabilitas yang tinggi, maka akan memberikan prospek perusahaan yang bagus untuk dimasa mendatang, sehingga dapat membuat investor untuk meningkatkan permintaan saham yang dapat menyebabkan nilai perusahaan semakin meningkat.

Faktor berikutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan dinilai dengan *log of total assets*. Ukuran perusahaan yang dapat dilihat dari total asetnya, perusahaan dengan total asset yang besar menunjukkan efisiensi perusahaan dalam mendanai investasi dan operasi yang menguntungkan bagi perusahaan, (Andaria, 2018). Semakin besar asset perusahaan, maka manajemen perusahaan akan lebih mudah untuk menggunakan dan mengelola asset tersebut dalam menjalankan kegiatan operasi perusahaan. Kemudahan dan keluasaan manajemen untuk mengendalikan aset akan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negative namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI (Dewi, 2018). Karena ada beberapa factor dimana ukuran perusahaan memiliki total

asset yang tinggi maka pihak manajemen lebih leluasa dalam menggunakan asset yang ada di perusahaan. Jika asset lebih tinggi dapat menurunkan nilai perusahaan.

Signalling theory merupakan teori yang berkualitas baik dengan memberikan sinyal pada pasar, dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan antara yang berkualitas baik maupun buruk. Teori sinyal merupakan dasar dari penelitian ini, di mana informasi tersebut diberikan untuk pemegang saham dalam bentuk laporan keuangan oleh perusahaan dan dianggap relevan, jika mampu memberikan sesuatu yang bermanfaat bagi para pengguna untuk bahan mempertimbangkan pengambilan keputusan sebagai sinyal kepada pasar (Aziz, Afifudin, & Sari, 2021).

Menurut penelitian teori *stakeholder* memfokuskan akuntabilitas organisasi yang melebihi kinerja keuangan (Deegan, 2009). Teori ini menyatakan bahwa organisasi akan memilih untuk mengungkapkan informasi tentang kinerja lingkungan, sosial dan intelektual organisasi serta melebihi di atas permintaan kewajibannya, untuk memenuhi ekspektasi yang diakui oleh *stakeholder*. Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajemen perusahaan untuk meningkatkan nilai sebagai dampak dari aktivitas perusahaan yang dilakukan dan meminimalkan kerugian yang mungkin muncul. Teori ini menjelaskan hubungan antara manajemen perusahaan dengan para *stakeholder* untuk memberikan manfaat. Para *stakeholder* memiliki hak untuk diperlakukan secara adil oleh perusahaan, dan manajemen harus mengelola perusahaan untuk keuntungan atau profit bagi perusahaan *stakeholder*.

Peneliti menyatakan *resource based theory* adalah teori yang berkembang dalam manajemen strategi dan menganalisis keunggulan kompetitif perusahaan dalam bersaing serta menentukan bahwa perusahaan akan mencapai keunggulan apabila memiliki sumber daya yang lebih unggul (Solikhah, 2010). *Resource based theory* digunakan dalam penelitian ini untuk menghubungkan faktor-faktor dalam *intellectual capital* yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pandangan *resource based theory* dapat unggul dalam persaingan usaha dan mendapatkan kinerja keuangan yang baik dengan cara memanfaatkan aset-aset yang penting (aset berwujud dan aset tidak berwujud) dan dengan cara memilikinya.

Metode

Jenis penelitian ini adalah bersifat kuantitatif. Peneliti mendefinisikan metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian dan analisis data yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan (Irawati, 2020). Sumber data menggunakan data sekunder yang terdiri dari laporan keuangan dan laporan tahunan Perusahaan *Food And Beverage* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia dengan jangka waktu yang telah ditetapkan yaitu pada tahun 2018 sampai 2021 dalam kriteria.

Pengaruh *Intellectual Capital*, *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Definisi Operasional

Intellectual Capital

Kombinasi dari ketiga *value added* disimbolkan dengan nama VAIC yang dikembangkan oleh Pulic (1998). VAIC merupakan ukuran dasar yang konsisten sehingga memungkinkan untuk menganalisis dengan komparatif baik perusahaan dan negara secara efektif. *Value Added Intellectual Capital* (VAIC), mengindikasikan kemampuan *intellectual capital* untuk menciptakan nilai perusahaan.

$$VAIC = VACA - VAHU - STVA$$

Corporate Social Responsibility

Dalam penelitian ini variabel independen yaitu CSR akan diukur dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI). Informasi mengenai *Corporate Social Disclosure Responsibility Index* (CDRSI) yang akan digunakan dalam penelitian ini berdasarkan GRI. Rumus perhitungan CSRDI adalah sebagai berikut (Wahyuni & Badera, 2016) :

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

Profitabilitas

Return on equity (ROE) adalah rasio profitabilitas kunci untuk mengukur jumlah profit yang diperoleh untuk tiap rupiah pada total ekuitas yang dimiliki perusahaan. ROE juga dapat dijadikan sebagai indikator untuk menilai efektivitas manajemen dalam menggunakan pembiayaan ekuitas untuk mendanai operasi dan menumbuhkan perusahaan (Nurmayasari, 2012).

$$Return\ on\ equity = \frac{Net\ Income\ After\ Tax}{Total\ Equity} \times 100\%$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini dinyatakan dengan total aktiva, semakin besar total aktiva perusahaan maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanam. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki perusahaan. Dalam penelitian ini perusahaan dinilai dengan *log of total assets*. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diproksikan dengan *Size*, dirumuskan sebagai (Weston, 2008)

$$Size = Ln\ Total\ Assets$$

Nilai Perusahaan (PBV)

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Sujoko & Soebiantoro, 2007). Dalam penelitian ini nilai perusahaan diproksikan dengan *Price Book Value* (PBV). Rasio harga pasar terhadap nilai buku (PBV) dapat diformulasikan sebagai berikut (Sudana, 2015).

$$PBV = \frac{Market\ Price\ per\ Share}{Book\ Value\ per\ Share}$$

Analisis Data

Analisis data menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) versi 29. Teknik analisis data penelitian ini yaitu analisis deskriptif, uji persyaratan analisis, dan uji hipotesis. Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan penjelasan tentang berbagai karakteristik data yang berasal dari satu sampel. Uji persyaratan analisis dalam penelitian ini meliputi uji normalitas data, uji

multikolonieritas, uji autokolerasi, dan uji heterokedastisitas. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, uji ieterminasi (R²), uji koefisien regresi secara parsial (Uji t)

Hasil dan Pembahasan

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1
Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAIC	44	1.41	25.25	3.9609	4.64807
CSRDI	44	.03	.45	.2618	.08984
ROE	44	.97	51.77	13.4566	10.16088
SIZE	44	27.79	32.82	30.1295	1.39818
PBV	44	.05	.95	.5334	.23937
Valid N (listwise)	44				

Sumber : Output SPSS 29

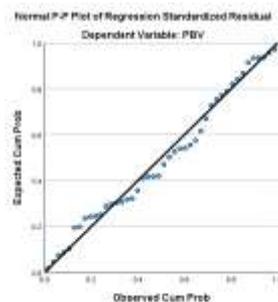
Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, jumlah observasi (N) dari penelitian ini sebanyak 44 observasi. Pada variabel VAIC memiliki nilai minimum sebesar 1,41 dan nilai imaksimum sebesar 25,25 dengan nilai rata-ratanya sebesar 3,9609 dan standar deviasinya (tingkat sebaran datanya) sebesar 4,64807. Variabel CSRDI memiliki nilai minimum sebesar 0,03 dan nilai imaksimum sebesar 0,45 dengan nilai rata-ratanya sebesar 0,2618 dan tingkat sebaran datanya sebesar 0,08984. Variabel ROE memiliki nilai minimum sebesar 0,97 dan nilai imaksimum sebesar 51,77 dengan nilai rata-ratanya sebesar 13,4566 dan tingkat sebaran datanya sebesar 10,16088. Variabel SIZE memiliki nilai minimum sebesar 27,79 dan nilai imaksimum sebesar 32,82 dengan nilai rata-ratanya sebesar 30,1295 dan tingkat sebaran datanya sebesar 1,39818. Variabel PBV memiliki nilai minimum sebesar 0,05 dan nilai imaksimum sebesar 0,95 dengan nilai rata-ratanya sebesar 0,5334 dan tingkat sebaran datanya sebesar 0,23937.

Uji Persyaratan Analisis

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi secara normal atau tidak. Sehingga diperoleh hasil uji sebagai berikut :

Gambar 1
Grafik Normal P-P Plot



Sumber : Output SPSS 29

Pengaruh *Intellectual Capital*, *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Gambar grafik menunjukkan bahwa pola pada normal plot menyebar disekitar garis diagonal, sehingga hasil memenuhi uji normalitas data. Dalam penelitian ini mengetahui normal tidaknya dengan menggunakan uji One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test berdasarkan taraf signifikan pada hasil hitungan.

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

Model	Collinearity Statistics	Unstandardized Residual	
N		44	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.21511035	
Most Extreme Differences	Absolute	.084	
	Positive	.084	
	Negative	-.068	
Test Statistic		.084	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.590	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.578
		Upper Bound	.603

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber : Output SPSS 29

Berdasarkan hasil output dapat dilihat bahwa nilai Sig.(2 – tailed) pada Upper Bound sebesar 0,603 > 0,05. Hal ini berarti menunjukkan bahwa nilai residual terstandarisasi dinyatakan menyebar secara normal untuk variabel nilai perusahaan.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui adakah hubungan atau korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai toleransi (tolerance value) dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	VAIC	.426	2.346
	CSRDI	.707	1.415
	ROE	.450	2.223
	SIZE	.794	1.260

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	VAIC	.426	2.346
	CSRDI	.707	1.415
	ROE	.450	2.223
	SIZE	.794	1.260

Sumber : Output SPSS 29

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa model regresi bebas dari multikolinieritas. Hal ini dapat dibuktikan bahwa nilai tolerance lebih dari 0,10 atau nilai VIF kurang dari 10 yang artinya tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel independen dalam model regresi.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui dalam suatu model regresi linier terdapat hubungan korelasi antar residual pada periode t dengan residual periode t-1 sebelumnya, Model regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.639 ^a	.592	.410	.22587	1.365

a. Predictors: (Constant), SIZE, VAIC, CSRDI, ROE

b. Dependent Variable: PBV

Sumber : Output SPSS 29

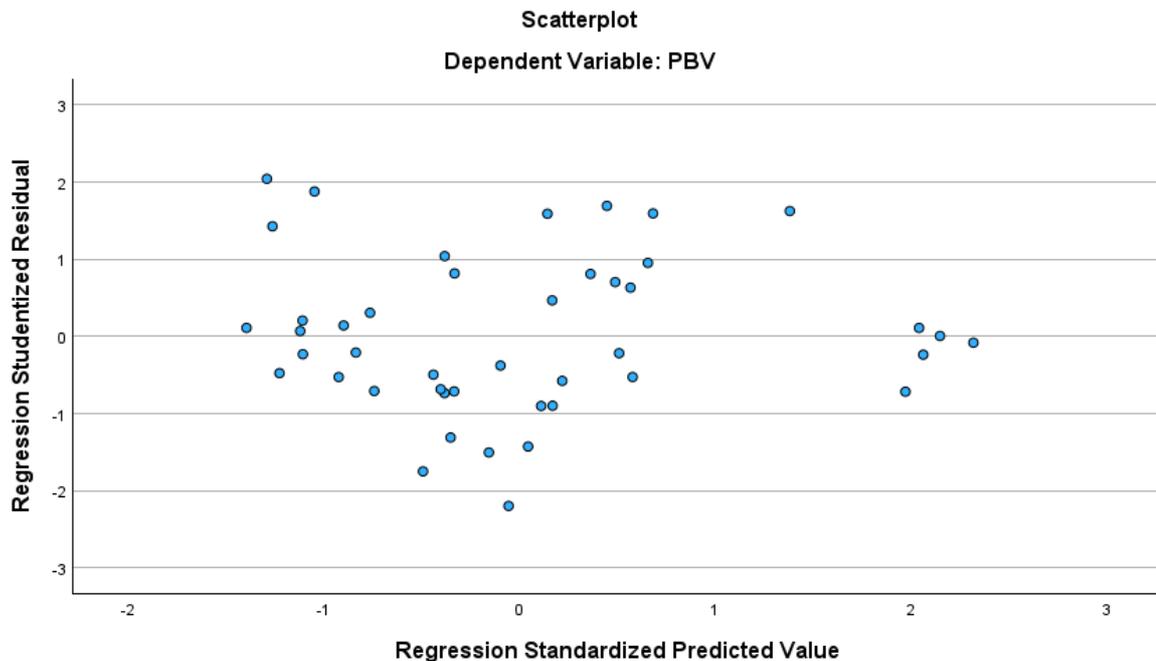
Hasil uji autokorelasi pada tabel diatas menunjukkan nilai statistik Durbin Watson (DW) sebesar 1,365 artinya angka DW berada diantara 1,5 isampai 2,5 sehingga dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

Pengaruh *Intellectual Capital*, *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini model regresi yang terjadi ketidakseimbangan antara varian residual suatu pengamatan lainnya. Untuk dapat mengetahuinya, maka dapat melihat hasil grafik *scatterplot* dibawah ini :

Gambar 2
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber : Output SPSS 29

Dari grafik *Scatterplot* terlihat bahwa titik-titik tidak membentuk pola maupun bergelombang melainkan titik-titik menyebar secara acak baik diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Kelayakan Model Regresi

Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu VAIC, CSRDI, ROE, dan SIZE terhadap variabel dependen yaitu PBV. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh persamaan regresi linier berikut ini.

Tabel 5
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.460	.806		-.571	.571
	VAIC	.030	.011	.581	2.636	.012
	CSRDI	-1.047	.456	-.393	-2.296	.027

ROE	-.009	.005	-.380	-1.770	.085
SIZE	.042	.028	.246	1.524	.136

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : Output SPSS 29

Dari tabel diatas, diperoleh model regresi linier berganda sebagai berikut ;

$$PBV = -460 + 0,30 VAIC - 1,047 CSRDI - 0,09 ROE + 0,042 SIZE + e$$

Uji F

Uji ini juga dilakukan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual statistik, hasil kelayakan model regresi ini dapat disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 6
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.474	4	.119	2.323	.074 ^b
	Residual	1.990	39	.051		
	Total	2.464	43			

a. Dependent Variable: PBV

b. Predictors: (Constant), SIZE, VAIC, CSRDI, ROE

Sumber : Output SPSS 29

Berdasarkan hasil tabel menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 2,323 dengan nilai signifikan sebesar 0,074 , sehingga dapat disimpulkan bahwa model yang diestimasi tidak layak digunakan dalam penelitian ini karena > 0,05.

Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi ini untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil koefisien determinasi variabel untuk model regresi dapat disajikan pada tabel berikut ini :

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.639 ^a	.592	.410	.22587	1.365

a. Predictors: (Constant), SIZE, VAIC, CSRDI, ROE

b. Dependent Variable: PBV

Sumber : Output SPSS 29

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar yang terletak pada kolom R square sebesar 0,592 atau 59,2 % variabel *intellectual capital*, *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan sedangkan sisanya sebesar 40,8 % dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Uji t dapat menunjukkan seberapa pengaruh antara variabel independen terhadap dependen. Kriteria pengujian ini dengan membandingkan tingkat signifikan dari nilai t (0,05) dengan < 0.05 secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel

Pengaruh *Intellectual Capital*, *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

independen terhadap variabel dependen, jika $> 0,05$ maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil pengujian dari hipotesis terhadap signifikan dapat disajikan pada tabel berikut ini :

Tabel 8
Hasil Uji t

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.460	.806		-.571	.571
	VAIC	.030	.011	.581	2.636	.012
	CSRDI	-1.047	.456	-.393	-2.296	.027
	ROE	-.009	.005	-.380	-1.770	.085
	SIZE	.042	.028	.246	1.524	.136

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : Output SPSS 29

Berdasarkan tabel diperoleh hasil perhitungan nilai t beserta tingkat signifikan dengan penjelasan sebagai berikut :

- a. Pengaruh *Intellectual Capital* (X1) terhadap Nilai Perusahaan (Y)
Uji t antara variabel *intellectual capital* yang diproksikan dengan VAIC dengan nilai t sebesar 2,636 dengan nilai signifikan = 0,012, maka dapat disimpulkan bahwa VAIC berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena nilai signifikan $< 0,05$.
- b. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (X2) terhadap Nilai Perusahaan (Y)
Uji t antara variabel *corporate social responsibility* yang diproksikan dengan CSRDI dengan nilai t sebesar -2,296 dengan nilai signifikan = 0,027, maka dapat disimpulkan bahwa CSRDI berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena nilai signifikan $< 0,05$.
- c. Pengaruh Profitabilitas (X3) terhadap Nilai Perusahaan (Y)
Uji t antara variabel profitabilitas yang diproksikan dengan ROE dengan nilai t sebesar -1,770 dengan nilai signifikan = 0,085, maka dapat disimpulkan bahwa ROE tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena nilai signifikan $> 0,05$.
- d. Pengaruh Ukuran Perusahaan (X3) terhadap Nilai Perusahaan (Y)
Uji t antara variabel profitabilitas yang diproksikan dengan SIZE dengan nilai t sebesar 1,524 dengan nilai signifikan = 0,136, maka dapat disimpulkan bahwa SIZE tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena nilai signifikan $> 0,05$.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Intellectual Capital* (VAIC) terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Berdasarkan hasil analisis statistik dalam penelitian ini ditemukan bahwa *intellectual capital* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis ini diterima. Hal ini dikarenakan dari perusahaan atau investor dapat mempertimbangkan dan mengelola *intellectual capital* dengan baik ataupun benar untuk menjadikan tolak ukur sebagai penilaian atas kinerja perusahaan. Sehingga para

investor dapat memberikan nilai yang tinggi terhadap perusahaan yang memiliki *intellectual capital* yang tinggi juga. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Nguyen & Doan, 2020).

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSRDI) terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Berdasarkan hasil analisis statistik dalam penelitian ini ditemukan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis ini diterima. Pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan karena perusahaan dapat melakukan pengkomunikasian dan tanggung jawab sosial secara tepat, sehingga hal ini diperhatikan oleh pihak-pihak yang berkepentingan. Dalam perusahaan sampel penelitian dapat menerapkan dan mengungkapkan *corporate social responsibility* sesuai dengan standar GRI. Inilah yang membuat *corporate social responsibility* sebagai variabel independen yang berpengaruh secara langsung terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* memiliki dampak positif dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Andaria, 2018) (Zuhriah & Maharani, 2022).

Pengaruh Profitabilitas (ROE) terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Berdasarkan hasil analisis statistik dalam penelitian ini ditemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis ini ditolak. Realitanya terkadang investor tidak terlalu mengutamakan besar kecilnya profitabilitas atau laba bersih suatu perusahaan. Tingginya nilai profitabilitas yang diprosikan dengan ROE, ternyata tidak membawa perubahan pada pembayaran dividen tunai, pun tingginya nilai PBV ternyata tidak dipengaruhi oleh jumlah dividen tunai yang dibagikan kepada pemegang saham. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perusahaan jangan hanya befokus pada cara untuk menaikkan laba atau profitabilitasnya tetapi juga harus mempertimbangkan aspek-aspek lain yang mampu menjadi daya tarik investor sehingga dapat menaikkan harga saham perusahaan yang berakibat pada kenaikan nilai perusahaan. Jadi, dalam hal ini, ada banyak faktor-faktor lain yang harus diprioritaskan perusahaan dalam rangka menaikkan nilai perusahaannya dari pada memprioritaskan profitabilitas. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan (Fitriana & Purwohandoko, 2022).

Pengaruh Ukuran Perusahaan (SIZE) terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Berdasarkan hasil analisis statistik dalam penelitian ini ditemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis ini ditolak. Pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang memiliki total aset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada dalam perusahaan tersebut. Kebebasan yang dimiliki manajemen ini sebanding dengan kekhawatiran yang dirasakan oleh pemilik aset perusahaan. Jumlah aset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai dari sisi pemilik perusahaannya. Ukuran perusahaan yang terlalu besar dianggap akan menyebabkan kurangnya efisiensi pengawasan kegiatan operasional dan strategi oleh jajaran manajemen, sehingga mengurangi nilai perusahaan. Kondisi seperti ini disebabkan karena adanya perbedaan kepentingan antara pemegang saham dengan manajer. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan juga dapat disebabkan oleh investor yang menganggap bahwa perusahaan yang memiliki total aset besar cenderung menetapkan laba ditahan lebih besar dibandingkan dengan dividen yang dibagikan kepada para

Pengaruh *Intellectual Capital*, *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

pemegang saham. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Muhammad Rivandi, 2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara terhadap nilai perusahaan.

Kesimpulan

1. *Intellectual capital* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan dari perusahaan atau investor dapat mempertimbangkan dan mengelola *intellectual capital* dengan baik sehingga para investor dapat memberikan nilai yang tinggi terhadap perusahaan yang memiliki *intellectual capital* yang tinggi juga.
2. *Corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam perusahaan sampel penelitian dapat menerapkan dan mengungkapkan *corporate social responsibility* sesuai dengan standar GRI. Inilah yang membuat *corporate social responsibility* sebagai variabel independen yang berpengaruh secara langsung terhadap nilai perusahaan.
3. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Tingginya nilai profitabilitas yang diprosikan dengan ROE, ternyata tidak membawa perubahan pada pembayaran dividen tunai, pun tingginya nilai PBV ternyata tidak dipengaruhi oleh jumlah dividen tunai yang dibagikan kepada pemegang saham.
4. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan disebabkan oleh investor yang menganggap bahwa perusahaan yang memiliki total aset besar cenderung menetapkan laba ditahan lebih besar dibandingkan dengan dividen yang dibagikan kepada para pemegang saham.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanti, L. (2012). Pengaruh good corporate governance terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan corporate sosial responsibility sebagai variabel pemoderasi (Studi kasus pada perusahaan rokok yang terdaftar di BEI). *Jurnal Akuntansi Universitas Negeri Surabaya*, 1(1).
- Andaria, S. (2018). Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Kinerja Keuangan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2014-2017). Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Aziz, Z. M. I., Afifudin, A., & Sari, A. F. K. (2021). Analisa Penerapan PSAK 71 Pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Bank BTN Syariah Kota Malang). *E_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 10(12).
- Deegan, C. (2009). financial accounting theory McGraw Hill. *North Ryde, NSW, Australia*.
- Dewi, S. (2018). Analisis pengaruh ukuran perusahaan dan kinerja maqashid syariah index terhadap nilai perusahaan: Studi pada Bank Umum Syariah tahun 2012-2016. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Fitriana, N. L., & Purwohandoko, P. (2022). Pengaruh Leverage, Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Airlines Company Listed IDX 2011-2020. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 39–50.
- Irawati, D. P. (2020). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha Di Warehouse 22 Creative Space Bandung. Universitas Komputer Indonesia.
- Milenia, D. A., & Muid, D. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Kebijakan Utang, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020). *Diponegoro Journal of Accounting*, 11(4).
- Nguyen, A. H., & Doan, D. T. (2020). The impact of intellectual capital on firm value: Empirical evidence from Vietnam. *International Journal of Financial Research*, 11(4), 74–85.
- Solikhah, B. (2010). Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan, Pertumbuhan dan Nilai Pasar pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia. Diponegoro University.
- Suharto, E. (2008). Menggagas Standar Audit Program CSR. *Disampaikan Pada*, 6.
- Tandelilin, E. (2001). Analisis investasi dan manajemen portofolio. Yogyakarta: Bpfe.

Pengaruh *Intellectual Capital*, *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Widiawan, I. G. A. R., Purnamawati, I. G. A., & Julianto, I. P. (2017). Pengaruh Consumer Proximity, Media Exposure, Dan Profitability Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr) Disclosure Perusahaan Di Indonesia. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 8(2).

Zuhriah, M., & Maharani, N. K. (2022). Pengaruh corporate social responsibility disclosure terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 16(2), 703–729.