



## PERAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN *INTELLECTUAL CAPITAL* TERHADAP REPUTASI DAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN

Made Reina Candradewi<sup>1</sup> Henny Rahyuda<sup>2</sup>

### Article history:

Submitted: 18 Mei 2024  
Revised: 02 September 2024  
Accepted: 05 Desember 2024

### Keywords:

Company Reputation;  
CSR;  
Financial Performance;  
Intellectual Capital;

### Kata Kunci:

CSR;  
Intellectual Capital;  
Reputasi Perusahaan;  
Kinerja Keuangan;

### Koresponding:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Udayana,  
Denpasar, Bali  
Email:  
[reinacandradewi@unud.ac.id](mailto:reinacandradewi@unud.ac.id)

### Abstract

*This research aims to analyze the influence of corporate social responsibility (CSR) and intellectual capital on the reputation and financial performance of companies in the Indonesian capital market, namely manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI). It is hoped that this research will provide insight into companies to create a company reputation and improve financial performance by paying attention to the implementation of CSR and management of intellectual capital. This research was conducted using a quantitative approach with purposive sampling method technique. The companies included in this research sample are manufacturing companies that were listed on the IDX from 2018 to 2021, published financial reports and were registered on IMACAWARD, so the final sample totaled 32 companies. The research reveals that CSR significantly impacts company reputation, while Intellectual Capital does not. CSR and company reputation have no significant impact on financial performance. However, Intellectual Capital significantly enhances financial performance. The Company Reputation variable cannot mediate the relationship between CSR and Intellectual Capital on financial performance.*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) dan *intellectual capital* terhadap reputasi dan kinerja keuangan perusahaan di pasar modal Indonesia, yaitu pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan kepada perusahaan untuk menciptakan reputasi perusahaan dan meningkatkan kinerja keuangan dengan memperhatikan penerapan CSR dan pengelolaan *intellectual capital*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling method*. Perusahaan yang termasuk ke dalam sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018 sampai 2021, menerbitkan laporan keuangan dan terdaftar pada IMACAWARD, sehingga sampel akhir berjumlah 32 perusahaan. Penelitian ini mengungkapkan bahwa CSR secara signifikan berdampak pada reputasi perusahaan, sedangkan *Intellectual Capital* tidak demikian. CSR dan reputasi perusahaan tidak berdampak signifikan terhadap kinerja keuangan. Namun, *Intellectual Capital* secara signifikan meningkatkan kinerja keuangan. Variabel Reputasi Perusahaan tidak dapat memediasi hubungan antara CSR dan *Intellectual Capital* terhadap kinerja keuangan.

---

## PENDAHULUAN

Perusahaan dalam menghadapi era globalisasi saat ini, dituntut agar mampu bersaing secara nasional maupun internasional. Perusahaan harus mampu lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan pesaing lainnya, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuannya. Perusahaan perlu meningkatkan kinerja keuangan dan reputasi Perusahaan dalam mempertahankan keberlangsungan Perusahaan serta meningkatkan daya saing. Permasalahan terkait kinerja keuangan perusahaan di Indonesia masih ditemukan. Kinerja keuangan perusahaan manufaktur di BEI mengalami fluktuasi yang terlihat pada nilai *Return on Assets* (ROA) dengan rata-rata pada tahun 2018 sampai 2021 secara berurutan 4,69%; 3,74%; 0,53% dan 2,39% ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)). Selain itu, masih sedikit perusahaan yang memperhatikan reputasinya, dimana reputasi perusahaan sesungguhnya merupakan hal yang sangat penting sebagai sumber daya strategis yang bisa dimiliki perusahaan. Kinerja keuangan dan reputasi perusahaan menjadi hal penting yang harus diteliti lebih dalam.

*Corporate social responsibility* (CSR) merupakan suatu konsep yang luas meliputi berbagai tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan, sosial dan etika. CSR dapat didefinisikan sebagai tindakan yang melampaui kepatuhan hukum menjadi hal yang positif berdampak pada masyarakat, komunitas, lingkungan, karyawan dan lain-lain (Afifah *et al*, 2017). Penerapan CSR dapat menjadikan perusahaan mempunyai citra yang baik di mata masyarakat sehingga dapat menciptakan reputasi perusahaan (Lanis dan Richardson, 2012). Penerapan CSR yang baik merupakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan yang pada nantinya akan berpengaruh terhadap peningkatan kinerja keuangan perusahaan. *Intellectual capital* merupakan sumber pengetahuan atau aset yang tidak berwujud dari suatu organisasi (Duff, 2017). Terdapat tiga elemen penting pada *intellectual capital* meliputi *human capital*, *structural capital* dan *relational capital*.

*Intellectual capital* pada perusahaan dianggap mampu menciptakan keunggulan kompetitif dan keberlanjutan dalam bisnis (Xu dan Wang, 2018). Ketika perusahaan mampu mengelola *intellectual capital* dengan baik, maka hal ini akan memberikan nilai manfaat bagi perusahaan termasuk meningkatkan reputasi dan kinerja keuangan perusahaan. Terdapat hubungan antara CSR, *intellectual capital*, reputasi dan kinerja keuangan perusahaan.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* dan *intellectual capital* terhadap reputasi perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan, khususnya pada perusahaan manufaktur di pasar modal Indonesia yaitu Bursa Efek Indonesia (BEI). Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah kemampuan perusahaan dalam upaya meningkatkan reputasi perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan yang dipengaruhi oleh *corporate social responsibility* dan *intellectual capital*.

Penelitian mengenai bagaimana pengaruh *corporate social responsibility* dan *intellectual capital* terhadap reputasi dan kinerja keuangan perusahaan masih sangat diperlukan. Sampai saat ini, masih sedikit penelitian yang menganalisis secara keseluruhan dengan mengintegrasikan keempat faktor tersebut, meliputi *corporate social responsibility* dan *intellectual capital* yang mempengaruhi reputasi dan kinerja keuangan perusahaan. Penelitian ini diharapkan akan membantu perusahaan di pasar modal Indonesia untuk mampu meningkatkan reputasi dan kinerja keuangan perusahaannya dengan memperhatikan faktor *corporate social responsibility* dan *intellectual capital*.

*Corporate social responsibility* merupakan tindakan yang mendorong kegiatan sosial, di luar kepentingan perusahaan dan yang disyaratkan oleh hukum (Palmer, 2012). CSR dapat dikatakan sebagai suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggungjawab terhadap sosial atau lingkungan sekitar perusahaan tersebut beroperasi. CSR juga merupakan faktor kunci kesuksesan dan kelangsungan hidup perusahaan. Pelaksanaan CSR pada perusahaan memberikan banyak manfaat konsumen akan semakin menyukai produk perusahaan dan perusahaan juga akan semakin diminati oleh investor. Pelaksanaan CSR akan menciptakan dan meningkatkan reputasi perusahaan. Hasil

penelitiannya Farook *et. al.* (2011) menyatakan bahwa CSR sangat bermanfaat dalam meningkatkan reputasi perusahaan dan menjaga citra perusahaan. Kartikasari *et. al.* (2017) menemukan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan. Afifah *et. al.* (2017) menyimpulkan bahwa reputasi perusahaan dipengaruhi secara signifikan oleh CSR. Ali (2011) menemukan bahwa CSR mempengaruhi reputasi perusahaan secara positif.

H<sub>1</sub>: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Perusahaan.

*Intellectual capital* merupakan sumber daya penting bagi perusahaan yang dapat menghasilkan keunggulan kompetitif yang sangat dibutuhkan suatu perusahaan. Pemanfaatan seluruh aset yang dimiliki perusahaan, termasuk *intellectual capital*, sangat berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Reputasi yang dimiliki perusahaan merupakan aset tidak berwujud dan sangat penting dalam menciptakan *future value* bagi perusahaan. Ketika perusahaan memiliki reputasi yang baik, hal ini akan memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi perusahaan. Berdasarkan *resources based view theory*, perusahaan yang mampu mengelola dan memanfaatkan seluruh sumber daya yang dimiliki, akan memiliki keunggulan kompetitif (Barney, 1991). Ketika suatu perusahaan tidak mampu mengelola aset berwujud maupun tidak berwujud yang dimilikinya, maka akan sangat berpengaruh terhadap konsistensi reputasi perusahaan (Widanaputra *et. al.*, 2018). Ginesti *et. al.* (2018) menemukan bahwa *human capital* yang termasuk dalam *intellectual capital*, merupakan pendorong utama reputasi perusahaan. Landion dan Lastanti (2019) menyimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan *intellectual capital* terhadap reputasi perusahaan.

H<sub>2</sub>: *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Perusahaan.

*Corporate social responsibility* merupakan kewajiban perusahaan untuk melakukan kegiatan lain di luar kegiatan tujuan operasional perusahaan, yang bertujuan untuk melindungi dan meningkatkan kesejahteraan lingkungan masyarakat dengan tetap memenuhi prinsip-prinsip ekonomi dan hukum (Riyanti *et. al.*, 2021). Manfaat pengungkapan CSR pada perusahaan adalah untuk memberikan informasi positif terkait perusahaan kepada *stakeholders* dan masyarakat, sehingga meningkatkan kepercayaan *stakeholders* terkait produk dan aktivitas perusahaan. Peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan, mampu meningkatkan penjualan yang berdampak pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Saeidi *et. al.*, (2015) menyatakan bahwa konsumen cenderung memilih produk dari perusahaan yang berkontribusi pada praktik manajemen lingkungan. Penelitian terdahulu oleh Humanitisri dan Ghazali (2018) menemukan bahwa CSR berpengaruh positif pada kinerja keuangan yang diukur dengan *return on assets* dan *return on equity*. Riyanti *et. al.* (2021) dalam penelitiannya, menyimpulkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

H<sub>3</sub>: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan.

Keunggulan kompetitif suatu perusahaan dapat dicapai dengan memperhatikan sumber daya penting bagi perusahaan seperti *intellectual capital*. Berdasarkan *resources based view theory*, perusahaan yang mampu mengelola dan memanfaatkan seluruh sumber daya yang dimiliki, akan unggul dalam persaingan bisnis. Pemanfaatan *intellectual capital* oleh perusahaan secara efektif dan efisien, akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif (Landion dan Lastanti, 2019). Penelitian empiris oleh Smriti dan Das (2018) menemukan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan. Penelitian yang dilakukan oleh Sardo dan Serrasqueiro (2017) dan Soetanto dan Liem (2019) juga menyimpulkan bahwa *intellectual capital* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan.

H<sub>4</sub>: *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan

Reputasi perusahaan merupakan hasil evaluasi atau penilaian yang menggambarkan citra perusahaan menurut masyarakat (Dowling, 1994). Reputasi perusahaan juga didefinisikan sebagai representasi kolektif dari citra yang dimiliki perusahaan, yang dibangun dari waktu ke waktu dan didasarkan pada program perusahaan dan kinerja perusahaan (Argenti dan Druckenmiller, 2004).

Reputasi perusahaan merupakan hal yang penting dalam dunia bisnis, karena reputasi perusahaan yang baik dapat memperkuat posisi perusahaan saat berhadapan dengan kompetitornya dan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Gazert (2015) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki reputasi yang lebih tinggi, memiliki peningkatan kinerja keuangan. Weng dan Chen (2016) menemukan bahwa reputasi perusahaan memiliki dampak positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

H<sub>5</sub>: Reputasi Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan

*Corporate social responsibility* merupakan bentuk tanggungjawab terhadap sosial atau lingkungan sekitar dimana perusahaan tersebut beroperasi. Pelaksanaan CSR pada perusahaan memberikan dampak positif dimana konsumen akan semakin menyukai produk perusahaan dan perusahaan juga akan semakin diminati oleh investor. Ketika perusahaan mampu menerapkan CSR dengan baik, hal ini akan menciptakan dan meningkatkan reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan dalam dunia bisnis merupakan faktor yang sangat penting, karena reputasi perusahaan berperan dalam penguatan posisi perusahaan dan peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Penelitian empiris dari Kartikasari *et. al.* (2017) dan Afifah *et. al.* (2017) menemukan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan. Selain itu, penelitian terdahulu oleh Gazert (2015) dan Weng dan Chen (2016) menemukan bahwa reputasi perusahaan memiliki dampak positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Berdasarkan elaborasi beberapa penelitian empiris tersebut, maka dapat dibangun suatu dugaan bahwa reputasi perusahaan juga memiliki peran mediasi pada penelitian ini. Variabel CSR dapat mempengaruhi reputasi perusahaan. Variabel reputasi perusahaan dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Oleh karena itu, dapat dibangun sebuah konsep dimana reputasi perusahaan memiliki peran mediasi antara CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan.

H<sub>6</sub>: Reputasi Perusahaan mampu memediasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan

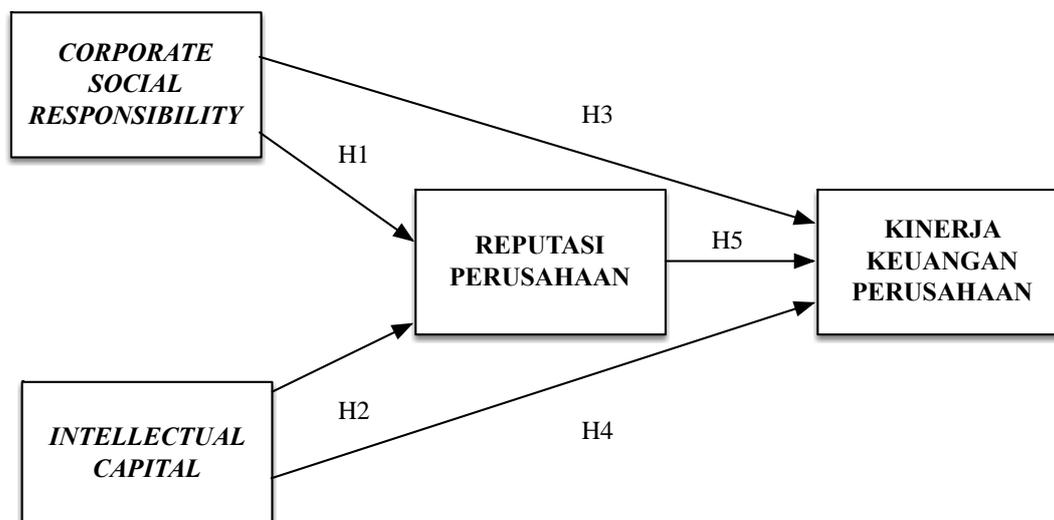
*Intellectual capital* merupakan sumber daya perusahaan berupa aset tak berwujud, yang sangat penting untuk dipertahankan dan dikelola perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Kemampuan perusahaan dalam mengelola asetnya dengan baik, akan sangat mempengaruhi konsistensi reputasi perusahaan (Widanaputra *et. al.*, 2018). Ketika perusahaan mampu mempertahankan dan meningkatkan reputasinya, maka hal ini akan berdampak positif dalam peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Penelitian terdahulu oleh Ginesti *et. al.* (2018) dan Landion dan Lastanti (2019) menemukan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara *intellectual capital* terhadap reputasi perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Gazert (2015) dan Weng dan Chen (2016) menyimpulkan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Berdasarkan elaborasi beberapa penelitian empiris, maka dapat dibangun suatu dugaan bahwa reputasi perusahaan juga memiliki peran mediasi pada penelitian ini. Variabel *intellectual capital* dapat mempengaruhi reputasi perusahaan dan variabel reputasi perusahaan dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Dapat dibangun sebuah konsep dimana reputasi perusahaan memiliki peran mediasi antara *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan perusahaan.

H<sub>7</sub>: Reputasi Perusahaan mampu memediasi hubungan antara *Intellectual Capital* terhadap Kinerja Keuangan

## METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan rancangan kausalitas untuk membuktikan hubungan antara sebab dan akibat dari beberapa variabel. Penelitian ini dirancang untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* terhadap Reputasi dan Kinerja Keuangan Perusahaan. Objek penelitian adalah nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2021. Reputasi dan Kinerja Keuangan Perusahaan menjadi variabel terikat dalam

penelitian ini. *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* merupakan variabel bebas dalam penelitian ini. Desain penelitian dalam penelitian ini dapat dicermati pada Gambar 1.



Sumber: Data yang diolah, 2024

**Gambar 1. Desain Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di pasar modal Indonesia yaitu pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang selalu terdaftar di BEI untuk periode tahun 2018 sampai 2021. Seluruh data dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif. Berdasarkan sumbernya data dapat dibedakan menjadi data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan secara khusus untuk melaksanakan proyek penelitian yang dilakukan (Saunders, 2016). Data sekunder adalah data yang sudah dikumpulkan oleh pihak tertentu untuk tujuan lain (Saunders, 2016). Penelitian ini menggunakan data sekunder, dimana seluruh data seperti *corporate social responsibility*, *intellectual capital* dan kinerja keuangan perusahaan dapat diperoleh dari laporan keuangan tahunan masing-masing perusahaan yang dipublikasikan pada *website* BEI. Data terkait reputasi perusahaan dapat diperoleh dari *website* [www.imacaward.com](http://www.imacaward.com). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* dan *intellectual capital* terhadap reputasi perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Dengan demikian, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018 – 2021 yaitu sebanyak 195 perusahaan. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling method*. *Purposive sampling method* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Kriteria pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang selalu terdaftar di BEI untuk periode tahun 2018 sampai 2021, memiliki laporan keuangan lengkap dan terdaftar di IMACAWARD. Terdapat sejumlah 32 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel.

Berikut adalah definisi dari seluruh variabel yang digunakan pada penelitian ini: 1) *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah rangkaian kegiatan perusahaan yang memfokuskan pada kesejahteraan kelompok pemangku kepentingan, termasuk masyarakat dan lingkungan. CSR pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2018-2021 di penelitian ini diprosikan dengan GRI G4 dengan membagi jumlah item yang diungkapkan perusahaan dengan jumlah item pengungkapan menurut GRI G4. Skala data ini adalah data rasio. 2) *Intellectual Capital (IC)* dalam penelitian ini diprosikan dengan *value added intellectual coefficient (VAIC)*. VAIC diukur berdasarkan *value added (VA)* yang diciptakan dari *human capital efficiency (HCE)*, *capital employed efficiency (CEE)* dan *structural*

*capital efficiency* (SCE) yang dikembangkan oleh Pulic (1998). VAIC diukur pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2018-2021. Skala data ini adalah data rasio. 3) Reputasi Perusahaan (RP) adalah penilaian (evaluasi) oleh *stakeholders* terhadap citra perusahaan dari waktu ke waktu yang didasarkan pada 4 aspek yaitu *quality, performance, responsibility* dan *attractiveness*. Reputasi perusahaan manufaktur di BEI tahun 2018-2021 menggunakan indeks *corporate image* yang diperoleh dari *website www.imacaward.com*. 4) Kinerja keuangan dalam penelitian ini diukur dengan *Return on Assets* (ROA) dimana merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih. Rasio ini diukur dengan membagi laba bersih dengan total aset perusahaan manufaktur di BEI tahun 2018-2021. Satuannya adalah rupiah dan skala data ini adalah data rasio.

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \dots\dots\dots(1)$$

Analisis data pertama yang dilakukan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif. Statistik deskriptif merupakan suatu metode analisis data yang digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul (Sugiyono, 2017). Statistik deskriptif dalam penelitian ini akan melakukan perhitungan rata-rata, standar deviasi, persentase dari data sampel untuk seluruh variabel dengan data rasio dan nominal, seperti *corporate social responsibility, intellectual capital, reputasi perusahaan* dan kinerja keuangan perusahaan.

Analisis data kedua yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis inferensial. Analisis inferensial digunakan untuk menguji hipotesis yang diformulasikan dalam penelitian ini. Teknik analisis inferensial yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda untuk menguji Hipotesis dengan menggunakan program *SPSS*. Teknik analisis regresi linier berganda dapat digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen dalam model penelitian empiris. Model persamaan regresi linier berganda adalah model regresi yang paling tepat untuk menganalisis model empiris penelitian ini, karena dalam model empiris tersebut terdapat dua variabel independen dan dua variabel dependen. Selanjutnya penelitian ini menggunakan metode analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh langsung atau berpengaruh tidak langsung terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya digunakan analisis regresi. Persamaan regresi linier berganda dari model empirik penelitian ini dapat dituliskan dalam persamaan berikut:

$$\text{RP} = b_{11}\text{CSR} + b_{12}\text{IC} + \varepsilon_1 \dots\dots\dots(2)$$

$$\text{ROA} = b_{21}\text{CSR} + b_{22}\text{IC} + b_{23}\text{RP} + \varepsilon_2 \dots\dots\dots(3)$$

Model persamaan 1 digunakan untuk menjelaskan pengaruh CSR dan IC terhadap RP. Model persamaan 2 digunakan untuk menjelaskan pengaruh CSR, IC dan RP terhadap ROA.

Analisis jalur (*path analysis*) untuk pengujian mediasi dapat dicermati dengan penjelasan sebagai berikut: Jika X signifikan terhadap  $Y_1$  dan hipotesis diterima, dan  $Y_1$  signifikan terhadap  $Y_2$  dan hipotesis diterima, serta X signifikan terhadap  $Y_1$  dan hipotesis diterima, maka variabel  $Y_1$  merupakan variabel setengah mediasi. Jika X signifikan terhadap  $Y_1$  dan hipotesis diterima, dan  $Y_1$  signifikan terhadap  $Y_2$  dan hipotesis diterima, sedangkan X tidak signifikan terhadap  $Y_2$ , maka  $Y_1$  merupakan variabel mediasi penuh. Jika X tidak signifikan terhadap  $Y_1$ , dan  $Y_1$  signifikan terhadap  $Y_2$  dan hipotesis diterima, maka variabel  $Y_1$  bukan variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan data sekunder, maka untuk menentukan ketepatan model perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian asumsi klasik dilakukan dengan melakukan pengujian terhadap normalitas, multikolonieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas (Gujarati, 2011). Pengujian normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji multikolonieritas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen. Uji autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada

periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran atau deskripsi mengenai variabel penelitian yang terdiri dari Komisaris Independen (KI), Kepemilikan Manajerial (KM), Komite Audit (KA), Profitabilitas (ROA) dan Nilai Perusahaan (PBV) melalui nilai rata-rata (*mean*), nilai maksimum, nilai minimum dan standar deviasi. Statistik deskriptif selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.**  
**Statistik Deskriptif Variabel Penelitian**

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
RP	128	0.22	2.85	1.28	0.65
CSR	128	0.02	0.51	0.18	0.11
IC	128	-28.23	42.89	6.13	9.17
ROA	128	-0.45	0.92	0.07	0.16

*Sumber:* data sekunder diolah, 2024

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 128 poin data yang didapat dari jumlah sampel sebanyak 32 perusahaan selama periode tahun 2018-2021. Variabel Reputasi Perusahaan (RP) memiliki nilai minimum sebesar 0,22 yaitu pada perusahaan Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk tahun 2019, dan nilai maksimum sebesar 2,85 yaitu pada perusahaan Astra Otoparts Tbk tahun 2020. Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel RP sebesar 1,28 dan standar deviasi sebesar 0,65.

Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai minimum sebesar 0,02 yaitu pada perusahaan Tempo Scan Pacific Tbk tahun 2018 dan 2019, dan nilai maksimum sebesar 0,51 yaitu pada perusahaan Semen Indonesia (persero) Tbk tahun 2021. Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel sebesar CSR 0,18 dan standar deviasi sebesar 0,11.

Variabel *Intellectual Capital* (IC) memiliki nilai minimum sebesar -28,23 yaitu pada perusahaan Waskita Beton Precast Tbk tahun 2021, dan nilai maksimum sebesar 42,89 yaitu pada Goodyear Indonesia Tbk tahun 2021. Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel IC sebesar 6,13 dan standar deviasi sebesar 9,17.

Variabel Kinerja Keuangan (ROA) memiliki nilai minimum sebesar -0,45 yaitu pada perusahaan Waskita Beton Precast Tbk tahun 2020. Nilai maksimum sebesar 0,92 yaitu pada perusahaan Merck Indonesia Tbk pada tahun 2018. Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel ROA sebesar 0,07 dan standar deviasi sebesar 0,16.

Pengujian kekuatan dan kesesuaian model dilakukan terhadap model empiris. Mengingat model penelitian pada disertasi ini dijabarkan dalam 2 model persamaan regresi, maka pengujian model empiris dilakukan dalam 2 tahap pengujian. Pengujian model empiris tahap pertama dilakukan terhadap variabel CSR dan IC diprediksikan mempengaruhi RP. Pengujian tahap kedua dilakukan terhadap variabel CSR, IC serta RP yang diprediksikan mempengaruhi ROA.

Pengujian kekuatan dan kesesuaian model penelitian mencakup hasil pengujian pada model persamaan 1 dan model persamaan 2. Pengujian pada model persamaan 1 menyajikan hasil pengujian mengenai pengaruh variabel-variabel CSR, dan IC terhadap RP. Pengujian pada model

persamaan 2 menyajikan hasil pengujian mengenai pengaruh variabel-variabel CSR, IC serta RP terhadap ROA.

Hasil pengujian terhadap model penelitian juga akan menyajikan mengenai status dari variabel RP sebagai variabel mediasi. RP sebagai variabel mediasi dari variabel-variabel CSR dan IC dalam mempengaruhi PBV.

Model empiris penelitian ini dijabarkan kedalam 2 model persamaan regresi dan pengujiannya dilakukan secara bertahap dengan metode regresi berganda. Pengujian dengan menggunakan analisis regresi memerlukan beberapa persyaratan yang harus dipenuhi agar menghasilkan kecocokan model (*goodness of fit*). Persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi tersebut meliputi persyaratan normalitas *error (residual)* dan asumsi klasik. Jadi, model regresi yang baik persyaratannya adalah variabel dependen dan variabel-variabel independen semuanya harus berdistribusi normal atau mendekati normal, dan harus terbebas dari asumsi klasik yang meliputi: multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi (Ghozali, 2011).

Model persamaan 1 pada penelitian ini adalah:  $RP = b_{11}CSR + b_{12}IC + \epsilon_1$ . Persamaan tersebut terdiri dari 1 variabel dependen, yaitu Reputasi Perusahaan (RP) dan 2 variabel independen, yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Intellectual Capital* (IC).

**Tabel 2.**  
**Hasil Uji Normalitas Model Persamaan 1**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	N	Unstandardized Residual 128
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.60621535
Most Extreme Differences	Absolute	.045
	Positive	.045
	Negative	-.035
Test Statistic		.045
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

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 SPSS 21, 2024

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji sejauh mana distribusi data sampel berkorespondensi terhadap distribusi normal (Hair *et al.*, 2014). Dalam model regresi, Uji **t** dan Uji **F** statistik mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal (Gujarati, 2011). Pengujian normalitas data dalam studi ini dilakukan dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Hasil uji normalitas pada Tabel 2 menunjukkan nilai *asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0.200 ( $p > 0,05$ ). Ini mengindikasikan adanya distribusi normal pada data, sehingga data dapat digunakan untuk analisis regresi selanjutnya.

Pengujian asumsi klasik dilakukan dengan menguji multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi. Pengujian ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan asumsi yang ditentukan dalam teknik analisis regresi linier atau *Ordinary Least Square* (OLS) Hasil pengujian asumsi klasik: multikolinieritas, heteroskedastisitas dan autokorelasi dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3.**  
**Hasil Pengujian Asumsi Klasik Model Persamaan 1**

Variabel Independen	Multikolinieritas (VIF)	Heteroskedastisitas	Autokorelasi (DW-test)
<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	1,002	t = 0,561 ; sig = 0,212	1,788
<i>Intellectual Capital (IC)</i>	1,002	t = 0,858; sig = 0,393	1,788

Sumber: Data diolah SPSS 21, 2024

Pengujian ada atau tidaknya gejala multikolinieritas dalam persamaan regresi digunakan uji *Varian Inflation Factor (VIF)*. Jika nilai VIF lebih kecil dari 10, maka antar variabel independen tidak terjadi persoalan multikolinieritas (Ghozali, 2011). Hasil pengujian terhadap VIF menghasilkan nilai VIF untuk semua variabel independen lebih nilai kecil dari 10, sehingga semua variabel independen terbebas dari persoalan multikolinieritas. Hasil pengujian multikolinieritas pada Table 3 menghasilkan nilai VIF untuk masing-masing variabel independen lebih kecil 10 ( $VIF < 10$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi terbebas dari persoalan multikolinieritas.

Pengujian ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam persamaan regresi digunakan uji *Glejser (Glejser-test)*. Pengujian ini dilakukan untuk menguji ada tidaknya hubungan antara variabel-variabel independen dengan *residual*. Jika variabel-variabel independen yang diregres dengan nilai *absolute residual* tidak signifikan secara statistik ( $sig-t = > 0,05$ ), maka model regresi terbebas dari persoalan heteroskedastisitas (Ghozali, 2011). Hasil pengujian heteroskedastisitas seperti yang tersaji pada Tabel 3 menunjukkan bahwa semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi secara statistik tidak signifikan ( $sig = > 0,05$ ) berpengaruh terhadap residual, maka model regresi terbebas dari persoalan heteroskedastisitas.

Pengujian ada atau tidaknya gejala autokorelasi pada model regresi dilakukan dengan uji *Durbin-Watson*. Nilai dL, dU, 4-dU, dan 4-dL sample sebesar 128 dengan  $\alpha = 0,05$  adalah 1,6798 (dL), 1,7432 (dU), 2,2568 (4-dU), dan 2,3202 (4-dL). Jadi, jika nilai *Durbin-Watson* terletak diantara dU s/d 4-dU atau 1,7432 s/d 2,2568 model regresi terbebas dari gejala autokorelasi. Hasil pengujian autokorelasi dengan *Durbin-Watson Test* seperti yang tersaji pada Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *DW-test* sebesar 1,788, yang berarti model regresi terbebas dari gejala autokorelasi.

Pengujian kesesuaian model (*goodness of fit*) dilakukan dengan melihat nilai dari *R-square*. Nilai *R-square* menjelaskan kemampuan variabel-variabel independen didalam mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan, signifikansi F menjelaskan tingkat signifikansi pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

Hasil pengujian dengan program SPSS menunjukkan bahwa nilai *Rsquare* sebesar 0,137 dan nilai nilai F sebesar 9,904 dengan sig. 0,000. Jadi, variabel-variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *Intellectual Capital (IC)* yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai kemampuan menjelaskan Reputasi Perusahaan (RP) sebesar 13,7% persen, sedangkan sisanya sebesar 86,3% persen dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi. Hasil Uji F menunjukkan variabel independen dalam persamaan ini secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen karena nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05.

**Tabel 4.**  
**Hasil Perhitungan R-Square dan Signifikansi F Persamaan 1**

Model	R	R Square	Adjusted R Square		
1	.370a	0.137	0.123		
ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	7.396	2	3.698	9.904	.000b
1 Residual	46.672	125	0.373		
Total	54.068	127			

a. *Dependent Variable:* RP

b. Predictors: (Constant), IC, CSR

*Sumber:* Data diolah SPSS, 2024

Model persamaan 2 pada penelitian ini adalah:  $ROA = b_{11}CSR + b_{12}IC + b_{13}RP + \varepsilon_2$ . Persamaan tersebut terdiri dari 1 variabel dependen, yaitu Kinerja Keuangan Perusahaan (ROA), dan 3 variabel dependen, yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Intellectual Capital* (IC) dan Reputasi Perusahaan (RP).

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji sejauh mana distribusi data sampel berkorespondensi terhadap distribusi normal (Hair *et al.*, 2014). Dalam model regresi, Uji **t** dan Uji **F** statistik mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal (Gujarati, 2011). Pengujian normalitas data dalam studi ini dilakukan dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Hasil uji normalitas pada Tabel 5 menunjukkan nilai *asympt. Sig (2-tailed)* sebesar 0.200 ( $p > 0,05$ ). Ini mengindikasikan adanya distribusi normal pada data, sehingga data dapat digunakan untuk analisis regresi selanjutnya.

Pengujian asumsi klasik dilakukan dengan menguji multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi. Pengujian ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan asumsi yang ditentukan dalam teknik analisis regresi linier atau *Ordinary Least Square* (OLS) Hasil pengujian asumsi klasik: multikolinieritas, heteroskedastisitas dan autokorelasi dapat dilihat pada Tabel 6.

Pengujian ada atau tidaknya gejala multikolonieritas dalam persamaan regresi digunakan uji *Varian Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF lebih kecil dari 10, maka antar variabel independen tidak terjadi persoalan multikolonieritas (Ghozali, 2011). Hasil pengujian terhadap VIF menghasilkan nilai VIF untuk semua variabel independen lebih nilai kecil dari 10, sehingga semua variabel independen terbebas dari persoalan multikolonieritas. Hasil pengujian multikolonieritas pada Table 6 menghasilkan nilai VIF untuk masing-masing variabel independen lebih kecil 10 ( $VIF < 10$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi terbebas dari persoalan multikolinieritas.

**Tabel 5.**  
**Hasil Uji Normalitas Model Persamaan 2**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
N		Unstandardized Residual 128
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0.000
	Std. Deviation	0.782
Most Extreme Differences	Absolute	0.067
	Positive	0.067
	Negative	-0.049
Test Statistic		0.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200c,d

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 624387341.

Sumber: Data diolah, SPSS 21

**Tabel 6.**  
**Hasil Pengujian Asumsi Klasik Model Persamaan 2**

Variabel Independen	Multikolinieritas (VIF)	Heteroskedastisitas	Autokorelasi (DW-test)
<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	1,155	t= 1,1341; sig= 0,259	1,890
<i>Intellectual Capital (IC)</i>	1,010	t=-1,970; sig=0,104	1,890
Reputasi Perusahaan (RP)	1,158	t= -1,860 ; sig= 0,165	1,890

Sumber: Data diolah, SPSS 21

Pengujian ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam persamaan regresi digunakan uji *Glejser (Glejser-test)*. Pengujian ini dilakukan untuk menguji ada tidaknya hubungan antara variabel-variabel independen dengan *residual*. Jika variabel-variabel independen yang diregres dengan nilai *absolute residual* tidak signifikan secara statistik ( $sig-t = > 0,05$ ), maka model regresi terbebas dari persoalan heteroskedastisitas (Ghozali, 2011). Hasil pengujian heteroskedastisitas seperti yang tersaji pada Tabel 6 menunjukkan bahwa semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi secara statistik tidak signifikan ( $sig = > 0,05$ ) berpengaruh terhadap residual, maka model regresi terbebas dari persoalan heteroskedastisitas.

Pengujian ada atau tidaknya gejala autokorelasi pada model regresi dilakukan dengan uji *Durbin-Watson*. Nilai dL, dU, 4-dU, dan 4-dL sample sebesar 128 dengan  $\alpha = 0,05$  adalah 1,6638 (dL), 1,7596 (dU), 2,2404 (4-dU), dan 2,3362 (4-dL). Jadi, jika nilai *Durbin-Watson* terletak diantara dU s/d 4-dU atau 1,7596 s/d 2,3362 model regresi terbebas dari gejala autokorelasi. Hasil pengujian autokorelasi dengan *Durbin-Watson Test* seperti yang tersaji pada Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai *DW-test* sebesar 1,890 yang berarti model regresi terbebas dari gejala autokorelasi.

Pengujian kesesuaian model (*goodness of fit*) dilakukan dengan melihat nilai dari *R-square* dan signifikansi F. Nilai *R-square* menjelaskan kemampuan variabel-variabel independen didalam mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan, signifikansi F menjelaskan tingkat signifikansi pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

**Tabel 7.**  
**Hasil Perhitungan R-Square dan Signifikansi F Persamaan 2**

Model	R	R Square	Adjusted R Square		
1	.343a	0.118	0.097		
ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	0,395	3	0,132	5,524	.001b
Residual	2,953	124	0,024		
Total	3,348	127			

a. *Dependent Variable*: ROA

b. Predictors: (Constant), RP, IC, CSR

Sumber: Data diolah SPSS

Hasil pengujian dengan program SPSS menunjukkan bahwa nilai *Rsquare* sebesar 0,118 dan nilai nilai F sebesar 5,524 dengan sig. 0,001. Jadi, variabel-variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Intellectual Capital* (IC) dan Reputasi Perusahaan (RP) yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai kemampuan menjelaskan Kinerja Keuangan (ROA) sebesar 11,8 persen, sedangkan sisanya sebesar 88,2 persen dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi. Model regresi yang digunakan sesuai dengan bukti empiris memenuhi kesesuaian model pada level signifikansi kurang dari 1 persen (*sig.* 0,001). Hasil perhitungan *R-square* dan signifikansi F dapat dilihat seperti yang tersaji pada Tabel 7. Hal ini menunjukkan variabel-variabel independen dalam persamaan ini secara simultan dapat mempengaruhi variabel dependen.

Persamaan regresi 1 terdiri dari variabel-variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Intellectual Capital* (IC) sebagai variabel independen dan Reputasi Perusahaan (RP) sebagai variabel dependen. Bentuk persamaannya adalah sebagai berikut:

$$RP = b_{11}CSR + b_{12}IC + \varepsilon_1.$$

Pengujian regresi dilakukan dengan regresi berganda dan digunakan program SPSS. Ringkasan hasil pengujian regresi pada model persamaan 1 dapat dilihat pada Tabel 8. Berdasarkan pada Tabel 8, maka persamaan regresinya dapat ditulis sebagai berikut:  $RP = 0,363CSR - 0,087IC$ . Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara statistik berpengaruh signifikan terhadap Reputasi Perusahaan (RP). Variabel *Intellectual Capital* (IC) secara statistik tidak berpengaruh signifikan terhadap Reputasi Perusahaan (RP).

**Tabel 8.**  
**Ringkasan Hasil Pengujian Regresi Model Empiris Persamaan 1**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.936	0.107		8.706	0.000
1 CSR	2.146	0.491	0.363	4.367	0.000
IC	-0.006	0.006	-0.087	-1.040	0.300

a. *Dependent Variable*: RP

Sumber: Data Output SPSS 21

Persamaan regresi 2 terdiri dari variabel-variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Intellectual Capital* (IC) dan Reputasi Perusahaan (RP) sebagai variabel independen dan Kinerja Keuangan (ROA) sebagai variabel dependen. Bentuk persamaannya adalah sebagai berikut:

$$ROA = b_{21}CSR + b_{22}IC + b_{23}RP + \varepsilon_2$$

Pengujian regresi dilakukan dengan regresi berganda dan digunakan program SPSS 21. Ringkasan hasil pengujian regresi pada model persamaan 2 dapat dilihat pada Tabel 9 berikut ini.

Berdasarkan pada Tabel 9, maka persamaan regresinya dapat ditulis sebagai berikut:  $ROA = 0,101CSR + 0,324IC - 0,017RP$ . Variabel CSR dan RP tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA karena nilai signifikansinya melebihi 0,05. *Intellectual Capital* (IC) secara statistik berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada *level of significant* 1%.

**Tabel 9.**  
**Ringkasan Hasil Pengujian Regresi Model Empiris Persamaan 2**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.011	0.034		0.320	0.749
1 CSR	0.148	0.133	0.101	1.112	0.268
IC	0.006	0.002	0.324	3.825	0.000
RP	-0.004	0.023	-0.017	-0.187	0.852

a. *Dependent Variable*: ROA

Sumber: Data Output SPSS 21

Pengujian mediasi dilakukan untuk menguji apakah sebuah variabel berperan sebagai variabel antara atau *mediating* yang berfungsi memediasi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali, 2011). Untuk menguji pengaruh variabel mediasi digunakan analisis jalur atau yang dikenal dengan *path analysis*. Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi berganda untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model *casual*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali, 2011).

Pengujian mediasi dilakukan pada model empirik penelitian, dimana pada model empirik penelitian ini terdapat satu variabel mediasi, yaitu penggunaan produk derivatif. Hasil pengujian ini akan menunjukkan apakah variabel-variabel independen dalam model berpengaruh langsung atau berpengaruh tidak langsung terhadap variabel dependen. Besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen ditunjukkan oleh nilai p yang menggambarkan jalur dan koefisien jalur. Koefisien jalur dihitung berdasarkan persamaan struktural yaitu persamaan regresi yang dihipotesiskan. Pada model empirik penelitian ini terdapat dua persamaan regresi.

Model empirik pada penelitian ini terdiri dari dua persamaan regresi yang dihipotesiskan, masing-masing sebagai berikut:

$$\text{Persamaan 1: } RP = b_{11}CSR + b_{12}IC + \varepsilon_1.$$

$$\text{Persamaan 2: } ROA = b_{21}CSR + b_{22}IC + b_{23}RP + \varepsilon_2$$

Persamaan 1 terdiri dari dua variabel independen, yaitu: CSR dan IC, dan satu variabel dependen, yaitu RP. Hasil perhitungan analisis regresi persamaan 1 adalah:

$$RP = 0,363CSR - 0,087IC$$

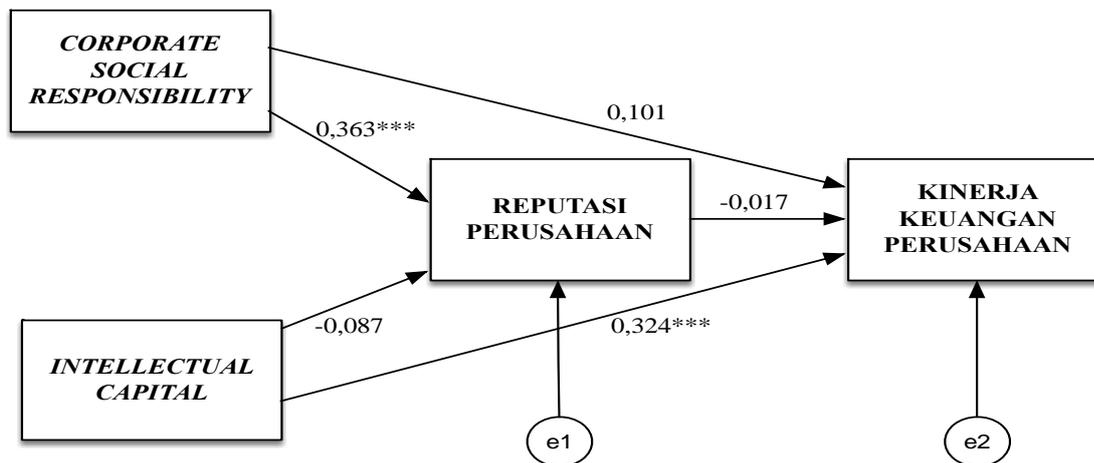
Berdasarkan hasil analisis regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel IC tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Sedangkan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap RP.

Persamaan 2 terdiri dari tiga variabel independen, yaitu CSR, IC dan RP dan satu variabel dependen yaitu ROA. Hasil perhitungan analisis regresi persamaan 2 adalah:

$$ROA = 0,101CSR + 0,324IC - 0,017RP.$$

Berdasarkan hasil analisis regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa CSR dan RP tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA. Sedangkan IC berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA.

Jika hasil analisis regresi pada persamaan 1 dan persamaan 2 dimasukkan dalam model empirik penelitian, maka akan diperoleh hasil analisis jalur (*path analysis*) yang dapat dicermati pada Gambar 4.1. Berdasarkan hasil analisis jalur (*path analysis*) seperti pada Gambar 4.1 tersebut, maka dapat dianalisis apakah variabel *Intellectual Capital* (IC) merupakan variabel mediasi atau bukan. Analisis jalur (*path analysis*) dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut: Dilakukan dengan melihat nilai signifikansi (*sig-t*) dan penerimaan hipotesis dari masing-masing variabel CSR dan IC terhadap RP serta nilai signifikansi *t* (*sig-t*) dan pengujian hipotesis RP terhadap ROA. Jika nilai hasil uji statistik signifikan dan hipotesis diterima dari masing-masing variabel CSR dan IC terhadap RP, dan variabel RP terhadap ROA, maka variabel ROA merupakan variabel mediasi. Terhadap variabel mediasi, jika hasil perkalian dari nilai koefisien *beta* dari masing-masing variabel CSR dan IC terhadap RP, dengan nilai koefisien *beta* RP terhadap ROA lebih besar dari nilai koefisien *beta* RP terhadap ROA, maka variabel RP merupakan variabel mediasi dengan pengaruh tidak langsung lebih efisien dari pengaruh langsung. Demikian terjadi sebaliknya, jika pengaruh langsungnya lebih besar dari pengaruh tidak langsung, maka pengaruh langsung lebih efisien dari pengaruh tidak langsung.



\*tingkat signifikansi 10%

\*\*tingkat signifikansi 5%

\*\*\*tingkat signifikansi 1%

Sumber: hasil pengolahan data dengan SPSS 21

**Gambar 2. Analisis Jalur Model Empiris**

Hasil analisis jalur (*path analysis*) seperti pada Gambar 2 tersebut dapat diinterpretasikan seperti dalam Tabel 10 berikut ini.

**Tabel 10.**  
**Interpretasi Analisis Jalur Model Empiris**

Variabel	Keterangan	Reputasi Perusahaan (RP)	Kinerja Keuangan Perusahaan (ROA)
<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Berpengaruh signifikan terhadap RP, dan tidak signifikan terhadap ROA	Berpengaruh Signifikan	Tidak berpengaruh
<i>Intellectual Capital</i> (IC)	Berpengaruh tidak signifikan terhadap RP, dan berpengaruh signifikan terhadap ROA	Tidak berpengaruh	Berpengaruh Signifikan
Reputasi Perusahaan (RP)	Berpengaruh tidak signifikan terhadap ROA	-	Tidak berpengaruh

Sumber: Ringkasan hasil pengolahan data

## SIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian sesuai dengan *resources based view theory*, perusahaan yang mampu mengelola dan memanfaatkan seluruh sumber daya yang dimiliki, akan memiliki keunggulan kompetitif. Hasil uji kesesuaian dan kekuatan model pada penelitian ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan sangat baik karena terbukti fit dengan data. Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji mediasi, dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap Reputasi Perusahaan. Variabel *Intellectual Capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap Reputasi Perusahaan. Selain itu, variabel *Corporate Social Responsibility* dan Reputasi Perusahaan ditemukan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan perusahaan. Namun, *Intellectual Capital* ditemukan berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Variabel Reputasi Perusahaan ditemukan tidak mampu memediasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Intellectual Capital* (IC) terhadap Kinerja Keuangan (ROA).

## REFERENSI

- Afifa, N., Astuti, S.W.W., Irawan, D. 2021. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Reputasi Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 5 (3), pp: 346 – 364
- Agustia, D., Asyik, N.F. dan Midiantari, N. 2021. Intellectual Capital Terhadap Financial Performance dan Sustainable Growth. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 5 (2), pp: 159 – 179
- Ali, I. 2011. Influence of Corporate Social Responsibility on Development of Corporate Reputation and Customer Purchase Intentions. *Munich Personal RePEc Archive (MPRA)*. Paper No. 33889.
- Argenti, P.A., dan Druckenmiller, B. 2004. Reputation and the Corporate Brand. *Corporate Reputation Review*. 6(4), pp: 368 – 374.
- Barney, J. B. 1991. Firm resources and sustainable competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), pp: 99–120.
- Bontis, N., Ciambotti, M., Palazzi, F. dan Sgro, F. 2018. Intellectual Capital and Financial Performance in Social Cooperative Enterprise. *Journal of Intellectual Capital*, 19 (4), pp: 712-731. <https://doi.org/10.1108/JIC-03-2017-0049>.
- Dowling, G. R. 1994. *Corporate reputations: Strategies for Developing the Corporate Brand* (First Edition ed.). Melbourne: Longman Professional Publishing.
- Duff, A. 2018. Intellectual Capital Disclosure: Evidence from UK Accounting Firms. *Journal of Intellectual Capital*, 19 (4), pp: 768-786. <https://doi.org/10.1108/JIC06-2017-0079>.
- Farook, S., Hassan, M. K. dan Lanis, R. 2011. Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: The Case of Islamic Banks. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 2(2), pp: 114-141
- Fombrun, C. J., Ponzi, L.J. and Newbury, W. 2015. Stakeholder Tracking and Analysis: The RepTrak System for Measuring Corporate Reputation. *Corporate Reputation Review*, 18(1), pp: 3-24.
- Gazert, N. 2015. The Impact of Corporate Reputation and Reputation Damaging Events on Financial Performance: Empirical Evidence from the Literature. *SSRN Electronic Journal*, September.

- Ginesti, G., Caldarelli, A., dan Zampella, A. 2018. Exploring the impact of intellectual capital on company reputation and performance. *Journal of Intellectual Capital*, 19(5), pp: 915–934.
- Humanitisri, N., dan Ghozali, I. 2018. Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi, Dan Visibilitas Sebagai Variabel Moderasi Dalam Hubungan Antara CSR Dengan Reputasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2016). *Diponegoro Journal of Accounting*, 7 (4), pp: 1–13
- IAI, I. A. I. 2019. *Kerangka Konseptual Pelaporan Keuangan (KKPK)*. Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia.
- Kartikasari, N.D., Hidayat, K., dan Yulianto, E. 2017. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Multinasional. *Jurnal Administratis Bisnis (JAB)*, 43 (1), pp:8 – 16
- Kasmir. 2016. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Landion, V. dan Lastanti, H.S. 2019. Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan, Nilai Pasar Perusahaan dan Reputasi Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 6 (2), pp: 215 – 232
- Lanis, R. dan Richardson, G. 2012. Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis. *Journal of Accounting Public Policy*, 31(1), pp: 86-108.
- Meles, A. C. Porzio, G. S. Naro, dan Verdoliva, V. 2016. The Impact of Intellectual Capital Efficiency on Commercial Banks Performances: Evidence from US. *Journal of Multinational Financial Management*, 36 (Sept), pp: 64-74.
- Ozkan, N., Cakan, S. and Kayacan, M. 2017. Intellectual Capital and Financial Performance: A Study of Turkish Banking Sector. *Borsa Istanbul Review*, 17 (3), pp: 190 – 198.
- Palmer, H. J. 2012. Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Does it Pay to be Good? *CMC Senior Theses*, Paper 529.
- Pulic, A. 1998. Measuring the Performance of Intellectual Potential in Knowledge Economy. *Paper presented at the 2nd McMaster World Congress on Measuring and Managing Intellectual Capital by the Austrian Team for Intellectual Potential*. Available from: [www.vaic-on.net](http://www.vaic-on.net).
- Riyanti, Supri, Z. dan Sultan. 2021. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan dengan Reputasi Perusahaan sebagai Pemoderasi. *Accountia Journal*, 5 (2), pp: 164 – 174
- Rudianto. 2013. *Akuntansi Manajemen*. Erlangga.
- Saeidi, S. P., Sofian, S., Saeidi, P., Saeidi, S. P., Saeidi, S. A., 2015. How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating role of competitive advantage, reputation, and customer satisfaction. *Journal of Business Research*, 68, pp: 341–350.
- Sardo, F., dan Serrasqueiro, Z. 2017. A European empirical study of the relationship between firms' intellectual capital, financial performance and market value. *Journal of Intellectual Capital*, 18(4), pp: 771–788.
- Saunders, M., Lewis, F., Thornhill, A. 2016. *Research Methods for Business Students*, Italy: Pearson Education
- Smriti, N. dan Das, N. 2018. The Impact of Intellectual Capital on Firm Performance: A Study of Indian Firms Listed in COSPI. *Journal of Intellectual Capital*, 19 (5), pp: 935-964. doi:10.1108/jic-11-2017- 0156.
- Soetanto, T., dan Liem, P. F. 2019. Intellectual Capital in Indonesia: Dynamic Panel Approach. *Journal of Asia Business Studies*, 13(2), pp: 240–262.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Weng, P.S., dan Chen, W.Y. 2016. Doing good or choosing well? Corporate reputation, CEO Reputation, and Corporate Financial Performance. *North American Journal of Economics and Finance*, 39, pp: 223 - 240
- Wiagustini, N.L.P. 2014. *Manajemen Keuangan*. Denpasar: Udayana University Press.
- Wicaksono, A. P. N. 2020. Apakah Reputasi Perusahaan Menghasilkan Laba yang Berkualitas di Indonesia? *Journal of Applied Accounting & Taxation*, 5 (1), pp: 95-100.
- Widanaputra, A.A., Widhyadanta, I.G dan Ratnadi, N. 2018. Reputasi perusahaan, reputasi manajemen puncak dan pengungkapan CSR. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 13(2), pp: 75-84.
- Widyadmono, V. M. dan Harsono, M. 2019. Reputasi Perusahaan Dalam Cara Pandang Ontologi. *Monex : Journal Research Accounting Politeknik Tegal*, 8 (1), pp: 203. <https://doi.org/10.30591/Monex.V8i1.1101>
- Xu, J. dan Wang, B. 2018. Intellectual Capital, Financial Performance and Companies' Sustainable Growth: Evidence from Korean Manufacturing Industry. *Sustainability*, 10, pp: 4651.