



## PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE* DAN MODAL INTELEKTUAL PADA NILAI PERUSAHAAN

Ni Luh Putu Sri Rahayu Dewi<sup>1</sup> Ni Putu Sri Harta Mimba<sup>2</sup>

### Article history:

Submitted: 15 Juli 2022

Revised: 30 Juli 2022

Accepted: 20 Agustus 2022

### Keywords:

CSR;

Intellectual Capital;

The value of the company.

### Kata Kunci:

CSR;

Intellectual Capital;

Nilai Perusahaan.

### Koresponding:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Udayana, Bali,  
Indonesia

Email:

[rahayudewi3030@gmail.com](mailto:rahayudewi3030@gmail.com)

### Abstract

*The main goal of companies that have gone public in general is to maximize the value of the company which can be seen from the high share price. This study aims to determine the effect of corporate social responsibility disclosure and intellectual capital on firm value. This research was conducted on the Indonesia Stock Exchange (IDX) with a research period of 2017-2019. The population of this research are all trading, service and investment sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2019 which disclose annual reports and corporate social responsibility of 90 companies. The number of samples used in this study was obtained as many as 22 companies with 56 samples (observations). The sample selection in this study used a non-probability sampling method with a purposive sampling technique. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of the study partially show that corporate social responsibility disclosure has a negative effect on firm value. While intellectual capital has no effect on the value of the company.*

### Abstrak

Tujuan utama perusahaan yang telah go public pada umumnya adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang dapat dilihat dari tingginya harga saham. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility disclosure* dan modal intelektual pada nilai perusahaan. Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode penelitian tahun 2017-2019. Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor perdagangan, jasa dan investasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2019 yang mengungkapkan laporan tahunan dan *corporate social responsibility* sebanyak 90 perusahaan. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh sebanyak 22 perusahaan dengan 56 sampel (amatan). Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa *corporate social responsibility disclosure* berpengaruh negatif pada nilai perusahaan. Sedangkan modal intelektual tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

## PENDAHULUAN

Tujuan utama perusahaan yang telah *go public* pada umumnya adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang dapat dilihat dari tingginya harga saham. Semakin baik nilai perusahaan, investor akan memandang perusahaan mempunyai reputasi baik karena nilai perusahaan yang tinggi menggambarkan kinerja perusahaan yang baik dan dapat menggambarkan prospek kekayaan perusahaan di masa depan (Wahyudi dkk., 2016). Setiap perusahaan memiliki tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendeknya adalah perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang semaksimal mungkin dengan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan, sedangkan tujuan jangka panjangnya adalah memaksimalkan nilai perusahaan (Novari dan Lestari, 2016).

Adanya tujuan perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan, berarti menuntut perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk selalu memperhitungkan akibatnya terhadap nilai atau harga sahamnya. Bagi manajemen, nilai suatu perusahaan dapat memberikan petunjuk mengenai apa yang dipikirkan oleh investor atas kinerja perusahaan di masa lalu serta prospek perusahaan di masa yang akan datang (Febrianti, 2012).

Perusahaan perlu bertanggung jawab atas dampak proses operasionalnya terhadap masyarakat dan lingkungan (Babalola, 2012). Saat ini perusahaan semakin memperhatikan tanggung jawab sosialnya, karena kelangsungan hidup perusahaan sangat ditentukan oleh hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan disekitarnya (Scholtens, 2008). Dengan diterapkannya program *Corporate social responsibility* (CSR) perusahaan akan menciptakan nilai tambah bagi *stakeholder* (pemangku kepentingan) sehingga hal ini dapat memengaruhi kelangsungan hidup perusahaan (McWilliams, 2016).

Kepedulian dunia usaha untuk menyisihkan dana aktivitas *Corporate social responsibility* (CSR) secara berkelanjutan sebenarnya juga akan mendatangkan sejumlah manfaat bagi dunia bisnis itu sendiri. *Corporate social responsibility* (CSR) dapat digunakan sebagai alat *marketing* (pemasaran) baru bila pelaksanaannya sesuai dengan visi dan misi perusahaan dan dilaksanakan secara berkelanjutan, maka citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi (Wijayanti, 2012).

Kondisi finansial perusahaan ternyata tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan akan terjamin jika perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan sehingga perusahaan bertanggung jawab atas aktivitas yang dilakukannya kepada para *stakeholder* (Sujana, 2017).

Mengingat pentingnya *Corporate social responsibility* (CSR) dalam meningkatkan kinerja keuangan bagi perusahaan, pemerintah mewajibkan pelaksanaan *Corporate social responsibility* (CSR) yang diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Pasal 74 Tahun 2007 yaitu menjelaskan bahwa perseorangan yang kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pemangku kepentingan agar tidak menimbulkan dampak merugikan bagi perusahaan dikemudian hari.

Dalam suatu perusahaan terdapat sumber kekayaan yang sangat penting untuk menyukseskan bisnisnya yaitu modal intelektual atau *intellectual capital* yang di dalamnya berisi daya pikir atau pengetahuan (Rahardja, 2015). Proses menciptakan nilai (*value creation*) fokusnya bergeser dari pemanfaatan aset-aset individual menjadi aset-aset kelompok yang utamanya adalah aktiva tidak berwujud, yaitu modal intelektual (*intellectual capital*) atau modal pengetahuan (*knowledge capital*) yang melekat dalam keterampilan, pengetahuan, dan pengalaman, serta dalam sistem dan prosedur organisasional (Purnomosidhi, 2006).

*Intellectual capital* mulai berkembang di Indonesia terutama setelah munculnya Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 19 Tahun 2009 tentang aktiva tidak berwujud. Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 19 tahun 2009, aktiva tidak berwujud adalah aktiva non-moneter yang dapat diidentifikasi dan tidak mempunyai wujud fisik serta dimiliki untuk

digunakan dalam menghasilkan atau menyerahkan barang atau jasa, disewakan kepada pihak lainnya, atau untuk tujuan administratif. Definisi tersebut mengandung penjelasan yaitu sumber daya tidak berwujud disebutkan seperti ilmu pengetahuan dan teknologi, desain dan implementasi sistem atau proses baru, lisensi, hak kekayaan intelektual, pengetahuan mengenai pasar, dan merk dagang.

*Intellectual capital* diyakini dapat berperan penting dalam peningkatan nilai perusahaan. Perusahaan yang mampu memanfaatkan modal intelektualnya secara efisien, maka nilai pasarnya akan meningkat. Semakin besar nilai modal intelektual maka semakin efisien penggunaan modal perusahaan sehingga menciptakan *value added* bagi perusahaan (Appuhami, 2007).

Dalam penelitian Aini (2019) menyatakan bahwa modal intelektual berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Josephine dkk., (2019) menyatakan bahwa modal intelektual tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut Sari, (2019) menunjukkan bahwa *human capital* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *structural capital* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan *capital employed* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian menurut Suci (2017) menyatakan bahwa *Corporate social responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian Suryonugroho, (2016) menunjukkan bahwa *Corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, *Corporate social responsibility* (CSR) parameter *environment* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, *Corporate social responsibility* (CSR) parameter *community* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, *Corporate social responsibility* (CSR) parameter *employment* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Saputra & Setiawan (2018) menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Aini (2019), Kezia (2019), Agustin (2019), Suci (2017), Bayu (2016), Wendy dan Temy (2018) menunjukkan berbagai hasil yang berbeda sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian kembali mengenai CSR *disclosure* dan modal intelektual. Penelitian terdahulu telah mengungkapkan pengaruh CSR *disclosure* dan modal intelektual pada nilai perusahaan dan ditemukan ketidakkonsistenan hasil penelitian.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini digolongkan sebagai penelitian kuantitatif yang bersifat asosiatif. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2019. Untuk variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate social responsibility* (CSR) Disclosure dan modal intelektual. Untuk variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan.

*Corporate social responsibility* (CSR) Disclosure adalah proses mengkomunikasikan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari kegiatan perusahaan. Adapun kategori yang diungkapkan dalam CSR yaitu kategori ekonomi, kategori lingkungan, dan kategori sosial. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan GRI G4. Jika mengungkapkan akan diberi poin 1, jika tidak maka akan diberi poin 0. Berikut rumus untuk perhitungan CSRDI yaitu:

$$\text{CSRDI} = (\text{jumlah item yang diungkapkan perusahaan}) / (\text{jumlah yang seharusnya diungkapkan (91 item)}) \times 100\% \dots\dots\dots(1)$$

Modal intelektual didefinisikan sebagai informasi dan pengetahuan yang diaplikasikan dalam pekerjaan untuk menciptakan nilai (Williams, 2001). Pengukuran modal intelektual berdasarkan model yang dikembangkan oleh Pulic (1998), dimana modal intelektual diukur berdasarkan *value added* yang

diciptakan oleh *capital employed* (VACA), *human capital* (VAHU), dan *structural capital* (STVA). Kombinasi dari ketiga *value added* tersebut disimbolkan dengan VAIC<sup>TM</sup>.

Rumus dan tahapan perhitungan VAIC<sup>TM</sup> adalah sebagai berikut:

(1) Menghitung *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC<sup>TM</sup>)

$$\text{VAIC}^{\text{TM}} = \text{VACA} + \text{VAHU} + \text{STVA} \dots\dots\dots(2)$$

(2) Menghitung *Value Added* (VA)

$$\text{VA} = \text{Output} - \text{Input} \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan:

Output = Total penjualan dan pendapatan lain

Input = Beban dan biaya-biaya selain beban karyawan

(3) Menghitung *Value Added Capital Employed* (VACA)

$$\text{VACA} = \frac{\text{VA}}{\text{CE}} \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

VA = *Value Added*

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

(4) Menghitung *Value Added Human Capital* (VAHU)

$$\text{VAHU} = \frac{\text{VA}}{\text{HC}} \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan:

VA = *Value Added*

HC = *Human Capital* (beban karyawan)

(5) Menghitung *Structural Capital Value Added* (STVA)

$$\text{STVA} = \frac{\text{SC}}{\text{VA}} \dots\dots\dots(6)$$

Keterangan:

SC = *Structural Capital* (VA – HC)

VA = *Value Added*

Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan diukur dengan menggunakan *Tobin's Q*. Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$Q = \frac{(\text{EMV}) + (\text{D})}{\text{TA}} \dots\dots\dots(7)$$

Keterangan:

Q = Rasio *Tobin's Q*

EMV = Nilai pasar ekuitas

TA = Nilai buku dari total aktiva

D = Nilai buku dari total hutang

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan yang mengungkapkan *annual report*, *Corporate social responsibility* (CSR) dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* yaitu teknik *purposive sampling*.

**Tabel 1.**  
**Kriteria Pemilihan Sampel**

No	Kriteria	Jumlah
1)	Populasi perusahaan yang mengungkapkan <i>corporate social responsibility</i> , <i>annual report</i> dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017 sampai 2019	90
2)	Perusahaan yang tidak menggunakan GRI G4 pada <i>corporate social responsibility</i> tahun 2017 sampai 2019	(110)
	Jumlah perusahaan sampel	22
	Tahun pengamatan	3
	Jumlah total sampel selama tahun amatan	56

Metode pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan data kualitatif dari sumber sekunder. Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah *annual report* yang dipublikasikan oleh perusahaan pada periode 2017-2019. Data kualitatif dalam penelitian ini adalah *Corporate social responsibility (CSR) disclosure* dari masing-masing perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji kelayakan model, dan uji parsial.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia diklasifikasikan ke dalam 9 sektor dan 52 sub sektor. Klasifikasi sektor dan sub sektor tersebut antara lain sektor pertanian yang terdiri dari 6 sub sektor, sektor pertambangan terdiri dari 4 sub sektor, sektor industri dasar & kimia terdiri dari 9 sub sektor, sektor aneka industri terdiri dari 6 sub sektor, sektor industri barang konsumsi terdiri dari 6 sub sektor, sektor properti & real estate terdiri dari 2 sub sektor, sektor infrastruktur utilitas & transportasi terdiri dari 5 sub sektor, sektor keuangan terdiri dari 6 sub sektor, dan sektor perdagangan, jasa, & investasi terdiri dari 8 sub sektor. Keseluruhannya terdapat 713 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi dalam penelitian ini menggunakan perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017 sampai 2019. Perusahaan-perusahaan yang ditentukan oleh peneliti untuk penelitian ini telah menerbitkan *corporate social responsibility*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sampel amatan selama tahun 2017 sampai 2019.

**Tabel 2.**  
**Hasil Uji Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSRDI	56	0,121	0,484	0,26550	0,083894
Modal Intelektual	56	-40,117	42,239	-3,04352	13,502129
Nilai Perusahaan	56	0,438	3,337	1,36476	0,605837
Valid N (listwise)	56				

Berdasarkan Tabel 2, hasil uji statistik deskriptif, dapat dijelaskan beberapa hal berikut: *Corporate social responsibility (CSR) disclosure* ( $X_1$ ) memiliki nilai minimal sebesar 0,121 dan nilai maksimal 0,484 sehingga diperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,26550 dan standar deviasi sebesar 0,083894 pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2019. Modal intelektual ( $X_2$ ) memiliki nilai minimal -40,117 dan nilai maksimal 42,239 sehingga diperoleh rata-rata

(*mean*) sebesar -3,04352 dan standar deviasi sebesar 13,502129 pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2019. Nilai perusahaan (Y) memiliki nilai minimal 0,438 dan nilai maksimal 3,337 sehingga diperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 1,36476 dan standar deviasi sebesar 0,605837 pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2019.

**Tabel 3.**  
**Uji Normalitas (*One-Sample Kolmogorov-Smirnov*)**

	<i>Unstandardized Residual</i>
N	56
Test Statistic	0,088
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

*Sumber:* Lampiran 6, 2022

Berdasarkan Tabel 3, uji normalitas (*One-Sample Kolmogorov-Smirnov*) menunjukkan bahwa besarnya nilai Asymp. Sig. (2-tailed) *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebesar 0,200. Nilai *Kolmogorov-Smirnov* tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai *alpha* sebesar 0,05 maka mengindikasikan bahwa data yang digunakan pada penelitian ini terdistribusi normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model memenuhi asumsi normalitas.

**Tabel 4.**  
**Uji Multikolinearitas**

	Model	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	CSRDI	0,997	1,003
	Modal Intelektual	0,997	1,003

*Sumber:* Lampiran 7, 2022

Berdasarkan Tabel 4, uji multikolinearitas tersebut ditunjukkan bahwa tidak terdapat variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,1 dan juga tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai *VIF* lebih dari 10, maka model regresi bebas dari gejala multikoleniaritas.

**Tabel 5.**  
**Uji Heteroskedastisitas (Uji *Glejser*)**

Model	T	Sig.
(Constant)	4,269	0,000
CSRDI	-1,585	0,119
Modal Intelektual	0,944	0,350

*Sumber:* Lampiran 8, 2022

Berdasarkan Tabel 5, uji heteroskedastisitas (Uji *Glejser*) tersebut, ditunjukkan bahwa masing-masing variable memiliki nilai sig. yaitu *Corporate social responsibility (CSR) disclosure* sebesar 0,119 dan modal intelektual sebesar 0,350 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini bebas dari gejala heteroskedastisitas.

**Tabel 6.**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the	
				Estimate	Durbin-Watson
1	0,416 <sup>a</sup>	0,173	0,142	0,561143	1,721

Sumber: Lampiran 9, 2022

Berdasarkan Tabel 6 hasil uji autokorelasi tersebut bahwa hasil uji autokorelasi didapat nilai *Durbin-Watson* (DW) sebesar 1,721 sedangkan jumlah variabel bebas (k-2) dan jumlah data sebanyak 56 (N-56). Besarnya *dU* (batas dalam) sebesar 1,643 jadi  $du < dw < 4 - du$ , yaitu  $1,643 < 1,721 < 2,357$  maka dapat disimpulkan bahwa bebas dari gejala autokorelasi.

**Tabel 8.**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2,011	0,260		7,742	0,000
	CSRDI	-2,476	0,928	-0,343	-2,668	0,010
	Modal Intelektual	-0,004	0,006	-0,081	-0,631	0,530

Berdasarkan Tabel 8, hasil uji regresi linear berganda, dapat ditulis persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,001 + (-2,476) X_1 + (-0,004) X_2 + e$$

Dimana :

Y = Nilai perusahaan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1, \beta_2$  = Koefisien Regresi

X<sub>1</sub> = *Corporate social responsibility (CSR) disclosure*

X<sub>2</sub> = Modal intelektual

e = *Error*

Persamaan regresi linear berganda tersebut menunjukkan arah masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diuraikan sebagai berikut: 1). Nilai koefisien regresi *Corporate social responsibility (CSR) disclosure* sebesar -2,476 berarti bahwa jika nilai *Corporate social responsibility (CSR) disclosure* meningkat, maka nilai perusahaan akan menurun sebesar 2,476 dengan asumsi variabel modal intelektual, dianggap konstan. 2). Nilai koefisien regresi modal intelektual sebesar -0,004 berarti bahwa jika nilai Modal intelektual meningkat, maka nilai perusahaan akan menurun sebesar 0,004 dengan asumsi variabel *Corporate social responsibility (CSR) disclosure* dianggap konstan.

Berdasarkan Tabel 3, hasil uji regresi linear berganda, maka dapat disimpulkan pengaruh variabel bebas yaitu *Corporate social responsibility (CSR) disclosure* (X<sub>1</sub>) dan modal intelektual (X<sub>2</sub>) secara parsial pada variabel terikat yaitu nilai perusahaan (Y) sebagai berikut: 1). Pengaruh *Corporate social responsibility (CSR) disclosure* (X<sub>1</sub>) pada nilai perusahaan Berdasarkan data pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa hasil uji t pada variabel *Corporate social responsibility (CSR) disclosure* memiliki nilai koefisien -2,476 (negatif), dan nilai signifikan sebesar 0,010 lebih kecil dari nilai alpha ( $\alpha$ ) 0,05, sehingga  $H_1$  diterima, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate social responsibility (CSR) disclosure* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. 2). Pengaruh Modal

intelektual ( $X_2$ ) terhadap Nilai perusahaan. Berdasarkan data pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa hasil uji t pada variabel modal intelektual memiliki nilai koefisien  $-0,004$  (negatif), dan nilai signifikan sebesar  $0,530$  lebih besar dari nilai alpha ( $\alpha$ )  $0,05$ , sehingga  $H_0$  diterima, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel modal intelektual tidak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

**Tabel 9.**  
**Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)**

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,572	2	1,286	3,870	0,027 <sup>b</sup>
	Residual	17,615	53	0,332		
	Total	20,187	55			

Sumber: Lampiran 5, 2022

Berdasarkan Tabel 9 hasil uji kelayakan model (Uji F) dapat dilihat bahwa nilai F sebesar  $3,870$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,027$ . Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,027$  lebih rendah dari nilai alpha ( $\alpha$ )  $0,05$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara simultan *Corporate social responsibility* (CSR) disclosure dan modal intelektual berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi fit dengan data observasi sehingga layak digunakan sebagai alat analisis untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui dan mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Berdasarkan Tabel 7 hasil uji autokorelasi dapat diketahui bahwa nilai R Square ( $r^2$ ) =  $0,173$ .

Adapun analisis menggunakan rumus sebagai berikut:

$$D = r^2 \times 100\%$$

$$D = 0,173 \times 100\%$$

$$D = 17,3\%$$

Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa nilai  $r^2 = 17,3\%$ , yang berarti bahwa sebesar  $17,3\%$  nilai perusahaan dipengaruhi oleh variabel *Corporate social responsibility* (CSR) disclosure ( $X_1$ ), modal intelektual ( $X_2$ ) dan sisanya sebesar  $82,7\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Pengaruh *Corporate social responsibility* (CSR) disclosure Pada Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dapat dilihat nilai signifikansi variabel *Corporate social responsibility* (CSR) disclosure pada nilai perusahaan sebesar  $0,010$  lebih kecil dari nilai alpha ( $\alpha$ )  $0,05$  dengan nilai koefisien  $-2,476$  (negatif), sehingga  $H_1$  diterima. Artinya bahwa variabel *Corporate social responsibility* (CSR) disclosure berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan maka akan menurunkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap suatu perusahaan dengan indikator harga saham. Ketika perusahaan dinilai baik oleh investor, harga saham dan nilai perusahaan akan naik. Hal yang dapat membentuk persepsi investor terhadap perusahaan diantaranya adalah kinerja yang dihasilkan perusahaan. Perusahaan dengan kinerja baik tentunya akan dinilai baik pula oleh investor. Namun kinerja saja tampaknya belum cukup dalam membentuk persepsi investor. Terdapat perusahaan yang mengalami peningkatan kinerja keuangan namun nilai perusahaannya justru turun menunjukkan kemungkinan ada hal lain yang dipertimbangkan investor dalam menilai perusahaan. Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan kemungkinan turut membentuk persepsi investor terhadap perusahaan.

Hasil penelitian ini menolak hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Sanica (2017) mengungkapkan bahwa semakin luas pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan



tahunan ternyata memberikan pengaruh terhadap volume perdagangan saham perusahaan dimana terjadi lonjakan perdagangan pada seputar publikasi laporan tahunan sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra dan Setiawan (2018) mengungkapkan bahwa semakin besar pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan maka akan menurunkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian menghasilkan *Corporate social responsibility (CSR) disclosure* berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan teori *stakeholder* yang digunakan dalam penelitian ini. *Corporate social responsibility (CSR) disclosure* mempengaruhi nilai perusahaan karena pada *Corporate social responsibility (CSR) disclosure* dapat memberikan informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan kepada investor, karyawan, dan masyarakat. Dengan adanya informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan akan membantu *stakeholder* membuat keputusan yang nantinya akan menguntungkan perusahaan dan akan berpengaruh juga pada nilai perusahaan.

Pengaruh Modal Intelektual terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dapat dilihat nilai signifikansi variabel modal intelektual pada nilai perusahaan sebesar 0,530 lebih besar dari nilai alpha ( $\alpha$ ) 0,05 dengan nilai koefisien -0,004 (negatif), sehingga  $H_2$  ditolak. Artinya bahwa variabel modal intelektual tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian pengaruh modal intelektual terhadap nilai perusahaan tidak konsisten dengan uraian teori dan hipotesis yang diajukan, dimana dari hasil yang di uji didapatkan modal intelektual tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemungkinan yang terjadi yaitu kurang perhatiannya perusahaan dalam mengoptimalkan tiga komponen yang terdapat di dalam modal intelektual yaitu *human capital* (tidak adanya pelatihan yang dilakukan oleh perusahaan terhadap karyawan sehingga karyawan tidak memberikan kinerja yang baik). *Structural capital* (tidak adanya perawatan dan pengawasan yang optimal terhadap alat pendukung kinerja karyawan di dalam perusahaan). *Customer capital* (tidak adanya penjagaan hubungan yang baik antara perusahaan dengan rekan bisnis dan konsumen). Sehingga tiga komponen tersebut tidak dapat memberikan peningkatan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fakhruddin dan Mildawati (2017) yang menyatakan bahwa modal intelektual berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, namun penelitian ini didukung oleh penelitian Josephine dkk., (2019) menyatakan bahwa modal intelektual tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak berhasil membuktikan bahwa *Resources Based Theory / Resources Based View (RBV)* mampu mendasari penelitian tentang pengaruh modal intelektual pada nilai perusahaan. Modal intelektual tidak memengaruhi nilai perusahaan karena tidak adanya pelatihan terhadap karyawan, pengawasan pendukung kinerja yang tidak optimal, dan tidak adanya hubungan baik dengan konsumen sehingga pengelolaan sumber daya tidak maksimal. Kemudian, sumber daya yang tidak maksimal akan berpengaruh pada nilai perusahaan, laba perusahaan, dan keuntungan investor

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa 1) *Corporate social responsibility (CSR) disclosure* berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin tingginya *Corporate social responsibility (CSR) disclosure*, maka akan menurunnya nilai perusahaan. Perusahaan dengan kinerja baik tentunya akan dinilai baik pula oleh investor. Terdapat perusahaan yang mengalami peningkatan kinerja keuangan namun nilai perusahaannya justru turun menunjukkan kemungkinan ada hal lain yang dipertimbangkan investor dalam menilai perusahaan. 2) Modal intelektual tidak berpengaruh negatif signifikan pada nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pasar tidak memberikan nilai yang lebih tinggi terhadap

perusahaan yang memiliki modal intelektual yang tinggi. Kemungkinan yang terjadi yaitu kurang perhatiannya perusahaan dalam mengoptimalkan tiga komponen yang terdapat di dalam modal intelektual yaitu *human capital*, *Structural capital*, *Customer capital*. Sehingga tiga komponen tersebut tidak dapat memberikan peningkatan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan dari beberapa simpulan yang telah dikemukakan, maka penulis dapat ajukan saran-saran sebagai berikut. 1). Bagi perusahaan, dalam meningkatkan nilai perusahaan maka disarankan perusahaan tetap melaksanakan *Corporate social responsibility (CSR) disclosure* walaupun hasil *Corporate social responsibility (CSR) disclosure* berpengaruh negatif signifikan pada nilai Perusahaan, dimana penerapan *Corporate social responsibility (CSR) disclosure* yang dilakukan perusahaan merupakan sebagai bentuk pertanggung jawaban dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan. Perusahaan juga harus memperhatikan tiga komponen yang terdapat di dalam modal intelektual yaitu *human capital*, *Structural capital*, *Customer capital*, dengan mengelola secara baik ketiga aspek tersebut maka perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan. 2). Bagi pihak peneliti selanjutnya dapat menambah faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi nilai perusahaan dan dapat menambahkan atau menggunakan subjek penelitian lain dan periode yang digunakan lebih Panjang.

## REFERENSI

- Appuhami, B. R. (2007). The Impact of Intellectual Capital on Investors ' Capital Gains on Shares : An Empirical Investigation of Thai Banking , Finance & Insurance Sector. *Management Review*, 3(2), 14–25.
- Babalola, Y. A. (2012). The impact of *corporate social responsibility* on firms' profitability in Nigeria. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 45(45), 39–50.
- Fakhrudin, Muchamad Imam dan Titik Mildawati. (2017). Pengaruh Modal Intelektual dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. Vol. 6, No. 5, 1756-1772.
- Febrianti, M. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Industri Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 14(2), 141–156.
- Josephine, K., Trisnawati, E., dan Setijaningsih, H. T. (2019). Pengaruh Modal Intelektual Dan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kinerja Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Lq45 Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 59. <https://doi.org/10.24912/jmie.v3i1.2474>
- Novari, P. M., dan Lestari, P. V. (2016). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor properti dan real estate. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(9), 5671–5694.
- Pulic, A. (1998). *Measuring The Perfomance of Intellectual Potential in Knowledge Economy*. Paper presented at the 2<sup>nd</sup> McMaster Word Congress on Measuring and Managing Intellectual Capital by the Austrian Team for Intellectual Potential.
- Purnomosidhi, Bambang. (2006). Praktik Pengungkapan Modal Intelektual Pada Perusahaan Publik di BEJ. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Vol 9(1): 1-20.
- Rahardja, F. P. (2015). Pengaruh intellectual capital terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(2), 1–12.
- Saputra, W. S., dan Setiawan, T. (2018). Pengaruh Corporate Governance, *Corporate social responsibility* dan Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan. *National Conference of Creative Industry: Tourism Industry for Economic Development*, 1034-1050.
- Sari, A. K. (2019). Analisis Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Property dan Real Estate Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Repository. Unej. Ac. Id*. <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/93665>
- Scholtens, B. (2008). A Note on the Interaction between *Corporate social responsibility*. *Ecological Economics*, 68, 46-55.
- Suryonugroho, B. (2016). Pengaruh *Corporate social responsibility (CSR)* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajemen dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating. *The Economist*, 2–4. [https://en.wikipedia.org/wiki/Corporate\\_social\\_responsibility](https://en.wikipedia.org/wiki/Corporate_social_responsibility)
- Wijayanti, Titik. (2012). *Management Marketing Plan*. Jakarta. PT Elex Media Komputindo..