

ANALISIS PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Muthyah Ainunsary Mustafa Hasbar¹⁾; Cacik Rut Damayanti²⁾; Ferina Nurlailly³⁾
ainunsary.muthyah@gmail.com¹⁾; cacik@ub.ac.id²⁾; ferinanurlailly@ub.ac.id³⁾

Administrasi Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima : 28-11-2020
Disetujui : 30-12-2020
Dipublikasikan : 31-12-2020

Keywords:
Corporate Social Responsibility; Firm Value; Intellectual Capital; Profitability.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Corporate Social Responsibility dan Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel intervening. Jenis penelitian ini adalah penelitian explanatory research dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan path analysis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, Intellectual Capital tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, Intellectual Capital tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening, dan Intellectual Capital tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening.

The Effect of Corporate Social Responsibility and Intellectual Capital on Firm Value with Profitability as Intervening Variable (Study on the Consumer Goods Industry Listed on The Indonesian Stock Exchange in 2016-2018)

Abstract

The purpose of this research is to examine the effect of Corporate Social Responsibility and Intellectual Capital on Firm Value with Profitability as Intervening Variable. The type of research is explanatory research with quantitative approach. The data analysis technique used are descriptive analysis, classic assumption test, and path analysis. The results of this research indicate that Corporate Social Responsibility has significant affects on profitabilitas, Intellectual Capital has no significant affect on profitabilitas, Corporate Social Responsibility has significant affect on the firm value, Intellectual Capital has no significant affect on the firm value, profitabilitas has significant affects on the firm value, Corporate Social Responsibility has significant affects on the firm value with profitabilitas as an intervening variable, and Intellectual Capital has no significant affects on the firm value with profitabilitas as an intervening variable.

✉ Alamat korespondensi :

Universitas Brawijaya, Jalan Veteran, Malang, Jawa Timur 65145, Indonesia.
ainunsary.muthyah@gmail.com

ISSN
1979-4800 (cetak)
2580-8451 (online)

PENDAHULUAN

Di era globalisasi sekarang ini, tidak terlepas dari semakin meningkatnya teknologi serta inovasi yang sudah semakin berkembang khususnya di dalam dunia bisnis. Ketatnya persaingan antar perusahaan, secara tidak langsung memaksa perusahaan untuk terus melakukan pembaharuan dalam menjalankan bisnisnya. Pembaharuan tersebut berupa inovasi, peningkatan teknologi, sumber daya manusia maupun organisasi secara keseluruhan. Pembaharuan tersebut membuat perusahaan terus berkembang dan dapat bersaing dengan perusahaan lain. Semakin berkembangnya suatu perusahaan, maka tingkat eksploitasi atau penggunaan sumber-sumber alam semakin tinggi. Hal ini menjadi kesadaran dan keharusan bagi setiap perusahaan dalam menjalankan bisnisnya untuk melakukan tanggung jawab sosial dan meningkatkan kesejahteraan sosial terhadap seluruh pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan (*stakeholder*). Pada dasarnya, CSR merupakan bentuk pembangunan keberlanjutan perusahaan dengan bertanggung jawab terhadap sosial, ekonomi, dan lingkungan perusahaan akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan oleh perusahaan (Rosdwianti et al., 2016). Berdasarkan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas pada pasal 74 ayat (1) perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL).

Pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan mampu meningkatkan citra perusahaan. Investor akan lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dalam waktu lama penjualan perusahaan akan membaik dan profitabilitas perusahaan juga meningkat diikuti dengan nilai perusahaan yang semakin tinggi (Thania, 2019). Gherghina dan Vintila (2016) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara CSR dengan nilai perusahaan. Begitupun dengan penelitian Singh, Sethuraman, dan Lam (2017) mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh positif antara CSR dengan nilai perusahaan.

Hal ini menunjukkan, CSR meningkatkan nilai perusahaan ketika profitabilitas meningkat. Meningkatnya profitabilitas menjadi penarik minat para investor untuk menanam modal di perusahaan karena kepercayaan terhadap prospek dan kemampuan perusahaan dalam mengelola dana yang diberikan untuk menghasilkan laba. Perusahaan juga dapat menarik minat para investor maupun konsumen dengan melakukan pembaharuan serta inovasi yang unik dan disukai masyarakat selaku konsumen. Perkembangan yang terjadi tentu saja tidak lepas dari peran pengetahuan dan teknologi yang kian maju seperti sekarang ini. Pengetahuan berbasis sumber daya manusia menjadi salah satu strategi bersaing yang merupakan kunci kesuksesan dalam persaingan yang terjadi antar perusahaan (Sayyidah, 2017). Untuk pengelolaan sumber daya manusianya, maka perusahaan memerlukan pengetahuan berbasis sumber daya manusia (*knowledge based-resources*) dimana *Intellectual Capital* menjadi peran penting di dalamnya (Sayyidah, 2017).

Pengembangan *Intellectual Capital* tidak kalah pentingnya dari investasi modal bagi perusahaan untuk menciptakan nilai dan keunggulan berkelanjutan perusahaan (Chen et al., 2005). Nilai perusahaan dapat tercipta jika perusahaan dapat memaksimalkan seluruh potensi sumber daya yang dimilikinya. Penelitian-penelitian terdahulu (Nuryaman (2015); Basir, Prianka, dan Maretha (2018); Chen et al., (2005)) menyatakan bahwa profitabilitas dapat berfungsi sebagai variabel *intervening* dalam hubungan *Intellectual Capital* dengan nilai perusahaan. Perusahaan yang berbasis pengetahuan dan modal intelektual menjadi modal penting yang dibutuhkan oleh perusahaan sebagai sumber keunggulan kompetitif.

Berdasarkan penjelasan diatas, penelitian ini dilakukan untuk mengungkap lebih lanjut seberapa besar peran *Corporate Social Responsibility* maupun *Intellectual Capital* dalam mempengaruhi kenaikan Nilai Perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *intervening* atau

mediasi. Pada penelitian ini, sampel yang digunakan adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2018 dimana pemilihan sektor ini karena termasuk kedalam sektor yang menopang sektor manufaktur (www.kemenperin.go.id) dan sektor ini juga termasuk ke dalam sektor yang memiliki dampak yang banyak akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan oleh perusahaan selain sektor manufaktur. Sehingga, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel *Intervening*.

TELAAH PUSTAKA

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas

Konsep dari CSR mengandung arti bahwa organisasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri (*selfish*). Konsep ini menyediakan jalan bagi setiap perusahaan untuk melibatkan dirinya dengan dimensi sosial dan memberikan perhatian terhadap dampak-dampak sosial yang ada.

Hal ini di dasari oleh *stakeholder theory* yang menjelaskan bahwa organisasi-organisasi memiliki tanggung jawab terhadap berbagai kelompok pemangku kepentingan perusahaan baik internal maupun eksternal dan bukan hanya pemilik perusahaan. Menurut (Freeman (1984) dalam Freeman R.E, McVea, J., (2001)) Perusahaan tidak hanya sekedar bertanggungjawab terhadap para pemilik (*shareholder*) sebagaimana terjadi selama ini, namun bergeser menjadi lebih luas yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*). Penelitian Odetayo, Adeyemi, dan Sajuyigbe (2014) menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara CSR dengan profitabilitas. Sedangkan penelitian Khojastehpour dan Johns (2014) menyatakan bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap reputasi perusahaan dan profitabilitas perusahaan.

H1: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Profitabilitas.

Pengaruh *Intellectual capital* terhadap Profitabilitas

Seberapa baik perusahaan mengelola *Intellectual capital* nya, maka akan berpengaruh besar pula terhadap baiknya pemasukan atau profitabilitas yang diterima perusahaan sehingga *Intellectual capital* berperan penting dalam menciptakan nilai tambah perusahaan yang dimana akan berpengaruh pula pada profitabilitas perusahaan.

Hal ini di dasari oleh *Resource-Based Theory* (RBT) yang menyatakan bahwa *firm resources* meliputi seluruh aset-aset, kapabilitas, proses organisasional, atribut-atribut perusahaan, pengetahuan (*knowledge*), dan lain-lain yang dikontrol atau dikendalikan oleh perusahaan yang memungkinkan perusahaan untuk memahami dan mengimplementasikan strategi yang akan meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan (Barney, 1991). Pengujian yang dilakukan oleh Chen et al., ini menunjukkan hasil bahwa *Intellectual capital* berpengaruh positif terhadap nilai pasar dan kinerja keuangan perusahaan. Begitupun dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulum (2007) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif *Intellectual capital* terhadap kinerja keuangan perusahaan.

H2: *Intellectual capital* berpengaruh terhadap Profitabilitas.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan CSR oleh perusahaan akan membawa perusahaan memperoleh citra yang baik dimata para stakeholder maupun para investor. Hal ini akan menciptakan pengaruh positif dan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan mempengaruhi keputusan

investasi oleh para investor. Oleh sebab itu, perusahaan perlu memperhatikan dengan baik pengungkapan dan pengelolaan CSRnya agar meningkatkan nilai perusahaan.

Hal ini didasari oleh *Signaling theory* yang menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Penelitian Gherghina dan Vintila (2016) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara CSR dengan nilai perusahaan. Begitupun dengan penelitian Singh, Sethuraman, dan Lam (2017) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara CSR dengan nilai perusahaan.

H3: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh *Intellectual capital* terhadap Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat tercipta jika perusahaan dapat memaksimalkan seluruh potensi sumber daya yang dimilikinya. Penciptaan nilai tersebut (*value creation*) akan menghasilkan nilai tambah (*value added*) bagi perusahaan dimana akan menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan dengan para pesaingnya. Perusahaan harus tahu betul bagaimana mengelola seluruh potensi sumber daya yang dimilikinya. Termasuk dalam mengelola karyawannya (*human capital*), aset fisik (*physical capital*) maupun modal strukturnya (*structure capital*).

Hal ini didasari oleh *Signaling theory* yang menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan dan *Resource-Based Theory* (RBT) yang menyatakan bahwa *firm resources* meliputi seluruh aset-aset, kapabilitas, proses organisasional, atribut-atribut perusahaan, pengetahuan (*knowledge*), dan lain-lain yang dikontrol atau dikendalikan oleh perusahaan yang memungkinkan perusahaan untuk memahami dan mengimplementasikan strategi yang akan meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan (Barney, 1991). Hasil penelitian Chen et al., (2005) menggunakan model Pulic yaitu VAICTM menunjukkan hasil bahwa *Intellectual capital* berpengaruh positif terhadap nilai pasar dan kinerja keuangan perusahaan.

H4: *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Kinerja keuangan diukur melalui rasio keuangan. Semakin tinggi kinerja keuangan perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan. Profitabilitas yang meningkat akan membawa peningkatan pada nilai perusahaan juga. Nilai perusahaan tersebut sebagai pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Supriyadi, Sulistiyo dan Roziq (2019) juga menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

H5: Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan yang dimediasi oleh Profitabilitas

Pelaksanaan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan mampu meningkatkan citra perusahaan. Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan memiliki dampak jangka panjang untuk meningkatkan nilai perusahaan. Pengungkapan CSR oleh perusahaan akan membawa perusahaan memperoleh citra yang baik dimata para stakeholder maupun para investor. Hal tersebut akan membawa konsumen untuk membeli produk perusahaan dan ini akan meningkatkan profitabilitas perusahaan dan nilai perusahaan.

CSR termasuk salah satu yang paling sering dilihat karena bisa berdampak pada nilai perusahaan. Hal ini juga menunjukkan bahwa CSR bisa tidak langsung berpengaruh dalam meningkatkan nilai perusahaan tetapi ada variabel yaitu profitabilitas yang berperan sebagai

variabel *intervening* dalam hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Penelitian Maulida (2016) menyatakan bahwa profitabilitas dapat memediasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa CSR meningkatkan nilai perusahaan ketika profitabilitas meningkat.

H6: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang dimediasi oleh Profitabilitas.

Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan yang dimediasi oleh Profitabilitas

Secara teoritis dalam *Resource-Based Theory* (RBT), *Intellectual Capital* dikelola secara efisien oleh perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan. Pemanfaatan *Intellectual Capital* secara efektif dan efisien tersebut akan berkontribusi secara signifikan terhadap pencapaian keunggulan kompetitif yang pada akhirnya akan menghasilkan keunggulan profitabilitas perusahaan. Peningkatan Profitabilitas perusahaan akan menarik para investor untuk berinvestasi di perusahaan. Sehingga, nilai perusahaan pun akan meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Basir, Prianka, dan Maretha (2018) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *Intellectual Capital* terhadap profitabilitas. Sedangkan untuk profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas juga berfungsi sebagai variabel *intervening* atau mediasi hubungan antara *Intellectual Capital* dengan nilai perusahaan. Begitupun dengan penelitian yang dilakukan oleh Nuryaman (2015) menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *Intellectual Capital* memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas, dan profitabilitas berfungsi sebagai variabel *intervening* dalam hubungan antara *Intellectual Capital* dengan nilai perusahaan.

H7: *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang dimediasi oleh Profitabilitas.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*, dengan kriteria sebagai berikut: Perusahaan yang tergolong dalam sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2018, perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan selama periode 2016-2018 secara berturut-turut, dan melakukan pengungkapan CSR dalam annual report periode 2016-2018 secara berturut-turut.

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, pada tahun 2016, 2017, dan 2018 diperoleh sampel perusahaan sebesar 87 sampel. Adapun sumber data dari masing-masing variabel, yaitu data CSR diperoleh pada *Annual Report* perusahaan pada bagian tinjauan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan data *Intellectual Capital* maupun data profitabilitas diperoleh pada laporan keuangan perusahaan pada bagian laporan laba rugi dan penghasilan komprehensif lain serta laporan posisi keuangan perusahaan, dan data nilai perusahaan diperoleh pada annual report perusahaan pada bagian informasi harga dan transaksi saham serta laporan keuangan perusahaan pada bagian laporan posisi keuangan.

Teknik analisis data pada penelitian ini adalah: (1) Analisis Deskriptif, (2) Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari Uji Normalitas One Sample Kolmogorov-Smirnov (KS), Uji Multikolinieritas, Uji Autokorelasi, dan Uji Heteroskedastisitas, dan (3) *Path Analysis*. Untuk pengujian suatu variabel *intervening* atau mediasi, maka terdapat empat kondisi atau syarat yang harus dipenuhi (Baron dan Kenny, 1986) yaitu: (1) Variabel independen harus memiliki pengaruh

signifikan terhadap variabel dependen, (2) Variabel independen harus memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel mediasi, (3) Variabel mediasi harus memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada saat variabel independen telah dimasukkan dalam persamaan regresi, dan (4) Pengaruh mediasi akan terjadi secara penuh (*fully mediation*) apabila pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen menjadi tidak signifikan pada saat variabel mediasi dimasukkan dalam persamaan regresi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari uji deskriptif statistik dan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji Normalitas One Sample Kolmogorov-Smirnov (KS), uji Multikolinieritas, uji Autokorelasi, dan uji Heteroskedastisitas, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan lolos.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis jalur atau *Path Analysis*. Berdasarkan Baron dan Kenny (1986), pengujian analisis jalur (*Path Analysis*) harus memenuhi empat kondisi atau syarat yaitu variabel independen harus memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, variabel independen harus memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel mediasi, variabel mediasi harus memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada saat variabel independen telah dimasukkan dalam persamaan regresi, dan pengaruh mediasi akan terjadi secara penuh (*fully mediation*) apabila pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen menjadi tidak signifikan pada saat variabel mediasi dimasukkan dalam persamaan regresi. Oleh karena itu, langkah pertama yang dilakukan adalah menguji koefisien jalur output model I (Pengaruh CSR dan *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan), langkah kedua menguji koefisien jalur output model II (Pengaruh CSR dan *Intellectual Capital* terhadap profitabilitas), langkah ketiga menguji koefisien jalur output model III (Pengaruh CSR, *Intellectual Capital*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan), dan langkah keempat pengujian mediasi variabel profitabilitas pada pengaruh CSR dan *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan. Adapun pengujian koefisien jalur output model I adalah sebagai berikut.

Pengujian Output Regresi Model I (Pengaruh CSR dan *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan)

Tabel 1
Hasil Pengujian Koefisien Jalur Model I

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-368452.848	665287.156		-.554	.581
CSR (X1)	4927718.233	1846637.894	.289	2.668	.009
IC (X2)	578.371	5507.357	.011	.105	.917

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

b. N: 82

Sumber: Data diolah IBM SPSS 25, 2020.

Berdasarkan pada output regresi model I pada bagian tabel coefficients dapat diketahui bahwa nilai signifikansi masing-masing variabel yaitu CSR adalah sebesar 0.009 dan intellectual capital sebesar 0.917. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel CSR berpengaruh signifikan

terhadap nilai perusahaan karena memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 (H_3 diterima). Sedangkan untuk variabel *intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 (H_4 ditolak). Besarnya nilai beta CSR terhadap nilai perusahaan adalah sebesar 0.289, sedangkan untuk nilai beta *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan sebesar 0.011.

Pengujian Output Regresi Model II (Pengaruh CSR dan *Intellectual Capital* terhadap Profitabilitas)

Tabel 2
Hasil Pengujian Koefisien Jalur Model II

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.002	.025		.068	.946
	CSR (X1)	.240	.070	.362	3.438	.001
	IC (X2)	2.885E-5	.000	.015	.139	.890

a. Dependent Variable: Profitabilitas (Z)

b. N: 82

Sumber: Data diolah IBM SPSS 25, 2020.

Berdasarkan pada output regresi model II pada bagian tabel *coefficients* dapat diketahui bahwa nilai signifikansi masing-masing variabel yaitu CSR adalah sebesar 0.001 dan *intellectual capital* sebesar 0.890. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel CSR berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas karena memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 (H_1 diterima). Sedangkan untuk variabel *intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas karena memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 (H_2 ditolak). Besarnya nilai beta CSR terhadap profitabilitas adalah sebesar 0.362, sedangkan untuk nilai beta *intellectual capital* terhadap profitabilitas sebesar 0.015.

Pengujian Output Regresi Model III (Pengaruh CSR, *Intellectual Capital*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan)

Tabel 3
Hasil Pengujian Koefisien Jalur Model III

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
2	(Constant)	-402396.902	441783.617		-.911	.365
	CSR (X1)	157330.093	1314751.063	.009	.120	.905
	IC (X2)	3.840	3657.497	.000	.001	.999
	Profitabilitas (Z)	19914562.238	1979963.132	.772	10.058	.000

a. Dependent Variable: nilai perusahaan (Y)

b. N: 82

Sumber: Data diolah IBM SPSS 25, 2020.

Berdasarkan pada output regresi model III pada bagian tabel *coefficients* dapat diketahui bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 yaitu 0.000 (H_5 diterima) dengan besarnya nilai beta profitabilitas terhadap nilai perusahaan adalah sebesar 0.772. Sedangkan variabel CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada saat variabel mediasi telah dimasukkan dalam dalam regresi model III karena memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 yaitu sebesar 0.905. Variabel *intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada saat variabel mediasi telah dimasukkan dalam regresi model III karena memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 yaitu sebesar 0.999.

Pengujian mediasi variabel profitabilitas pada pengaruh CSR dan Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan pada output regresi model I pada bagian tabel *coefficients* dapat diketahui bahwa nilai signifikansi masing-masing variabel yaitu CSR adalah sebesar 0.009 dan *intellectual capital* sebesar 0.917. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05, sehingga syarat pertama terpenuhi. Sedangkan untuk variabel *intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, sehingga syarat pertama tidak terpenuhi.

Berdasarkan pada output regresi model II pada bagian tabel *coefficients* dapat diketahui bahwa nilai signifikansi masing-masing variabel yaitu CSR adalah sebesar 0.001 dan *intellectual capital* sebesar 0.890. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel CSR berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas karena memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05, sehingga syarat kedua terpenuhi. Sedangkan untuk variabel *intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas karena memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, sehingga syarat kedua tidak terpenuhi.

Berdasarkan pada output regresi model III pada bagian tabel *coefficients* dapat diketahui bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 yaitu 0.000, sehingga syarat ketiga terpenuhi. Lebih lanjut berdasarkan pada output regresi model III (tabel 5), variabel CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada saat variabel mediasi telah dimasukkan dalam regresi model III karena memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 yaitu sebesar 0.905, sehingga syarat keempat terpenuhi. Maka, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berperan sebagai variabel *intervening* dalam menjelaskan pengaruh antara CSR terhadap nilai perusahaan atau dapat dikatakan bahwa profitabilitas memediasi secara penuh (*fully mediation*) CSR terhadap nilai perusahaan.

Variabel *Intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada saat variabel mediasi telah dimasukkan dalam regresi model III (tabel 5) karena memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 yaitu sebesar 0.999. Namun, berdasarkan output regresi model I dan II (tabel 2 dan 3) nilai *intellectual capital* juga tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas karena memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 yaitu sebesar 0.917 dan 0.890, sehingga syarat pertama dan kedua tidak terpenuhi. Maka, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berperan sebagai variabel *intervening* dalam menjelaskan pengaruh antara *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan atau dapat dikatakan bahwa profitabilitas tidak memediasi *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Profitabilitas

Berdasarkan hasil output regresi model II menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari CSR adalah sebesar 0.001, dimana CSR berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas karena memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 (H_1 diterima). Pelaksanaan CSR tidak hanya sekedar membangun tanggung jawab sosial dan hubungan yang baik dengan para stakeholder di luar perusahaan, tetapi hal ini juga bisa menguntungkan perusahaan karena dengan pelaksanaan CSR maka perusahaan mendapatkan citra yang baik di mata para investor dan juga masyarakat, para stakeholder di luar perusahaan.

Hal ini sesuai dengan *stakeholder theory* yang menjelaskan bahwa organisasi-organisasi memiliki tanggung jawab terhadap berbagai kelompok pemangku kepentingan perusahaan baik internal maupun eksternal dan bukan hanya pemilik perusahaan. *Return on Asset* (ROA) melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan apa yang diharapkan. Sehingga, berdasarkan hasil pengujian ini dapat dibuktikan bahwa dengan adanya pelaksanaan CSR yang baik, maka akan memberikan dampak yang baik pula terhadap investasi yang telah ditanam dan laba atau pemasukan keuangan perusahaan juga meningkat. Pengelolaan CSR yang baik termasuk dalam mengintegrasikan hubungan dan kepentingan para pemegang saham, karyawan, konsumen, pemasok, komunitas, dan kelompok lainnya yang dimana akan menjamin keberhasilan jangka panjang perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Kinanti (2019), Odetayo, Adeyemi, dan Sajuyigbe (2014), Khojastehpour dan Johns (2014), Iqbal et.al (2013), dan Maulida (2016) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.

Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Profitabilitas

Berdasarkan hasil output regresi model II menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari *Intellectual Capital* adalah sebesar 0.890, dimana *Intellectual Capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas karena memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 (H_2 ditolak). Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai tambah (*value added*) yang dimiliki perusahaan tidak berperan atau berkontribusi dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan. Para investor menempatkan nilai lebih tinggi kepada perusahaan yang memiliki efisiensi modal intelektual yang lebih baik.

Berdasarkan data deskriptif, nilai rata-rata *intellectual capital* selama tahun 2016-2018 mengalami fluktuasi. Fluktuasi tersebut dapat dilihat pada tahun 2016 nilai rata-rata mencapai sebesar -3.3675 lalu mengalami peningkatan pada tahun 2017 menjadi sebesar 14.0694. Akan tetapi pada tahun 2018 mengalami penurunan bahkan mencapai angka -17.3070. Sedangkan, nilai rata-rata profitabilitas yang diprosikan dengan ROA mengalami penurunan di tahun 2016-2017 dimana pada tahun 2016 sebesar 0.1171 dan turun menjadi sebesar 0.0920 pada tahun 2017, sedangkan pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 0.1080 dimana dapat dikatakan bahwa rata-rata profitabilitas mengalami perubahan yang tidak signifikan. Fluktuasi nilai rata-rata *intellectual capital* selama tahun 2016-2018 diikuti oleh perubahan nilai rata-rata profitabilitas yang tidak signifikan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perusahaan sampel belum mampu dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang belum mampu mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja *intellectual* yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan, seperti sistem operasional perusahaan, budaya organisasi, dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki oleh perusahaan. Selain itu, hal ini dapat disebabkan oleh adanya faktor-faktor lain yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan seperti struktur modal, ukuran perusahaan, likuiditas dan perputaran modal kerja yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan *Resource-Based Theory* (RBT) yang menyatakan bahwa *firm resources* meliputi seluruh aset-aset, kapabilitas, proses organisasional, atribut-atribut perusahaan, pengetahuan (*knowledge*), dan lain-lain yang dikontrol atau dikendalikan oleh perusahaan yang memungkinkan perusahaan untuk memahami dan mengimplementasikan strategi yang akan meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan (Barney, 1991). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Syahla (2018) yang menyatakan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Namun, penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian Chen et al., (2005), Ulum (2007), Basir, Prianka, dan Maretha (2018) yang menyatakan bahwa *intellectual capital* dapat berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil output regresi model I menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari CSR adalah sebesar 0.009, dimana CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 (H_3 diterima). Pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan mampu meningkatkan citra perusahaan. Investor akan lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga penjualan perusahaan akan membaik dan profitabilitas perusahaan juga meningkat diikuti dengan nilai perusahaan yang semakin tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan mempengaruhi keputusan investasi oleh para investor. Oleh sebab itu, perusahaan perlu memperhatikan dengan baik pengungkapan dan pengelolaan CSRnya agar meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan *Signaling theory* yang menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Gherghina dan Vintila (2016), Singh, Sethuraman, dan Lam (2017), Hoje dan Harjoto (2011), dan Thania (2019) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian Maulida (2016) yang menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil output regresi model II menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari *intellectual capital* adalah sebesar 0.917, dimana *Intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 (H_4 ditolak). Berdasarkan data deskriptif, nilai rata-rata *intellectual capital* selama tahun 2016-2018 mengalami fluktuasi. Fluktuasi tersebut dapat dilihat pada tahun 2016 nilai rata-rata mencapai sebesar -3.3675 lalu mengalami peningkatan pada tahun 2017 menjadi sebesar 14.0694. Akan tetapi pada tahun 2018 mengalami penurunan bahkan mencapai angka -17.3070. Sedangkan, nilai rata-rata nilai perusahaan menunjukkan fluktuasi. Nilai rata-rata pada tahun 2016 mencapai sebesar 1,620,227.130 lalu mengalami peningkatan pada tahun 2017 menjadi sebesar 1,975,828.472. Akan tetapi, pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi sebesar 1,758,249.230. Dari data deskriptif tersebut, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata *Intellectual capital* dari tahun 2016-2018 mengalami fluktuasi, sedangkan nilai rata-rata nilai perusahaan dari tahun 2016-2018 juga mengalami fluktuasi, namun dari hasil pengujian didapatkan nilai signifikansi sebesar 0.917 yang menunjukkan bahwa *Intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan walaupun sama-sama mengalami fluktuasi.

Hal ini dapat disebabkan karena investor kurang mempertimbangkan *Intellectual capital* dalam menilai atau mengukur kinerja perusahaan, mungkin investor menggunakan faktor lain dalam mengukur nilai perusahaan seperti harga saham perusahaan. Selain itu, tidak adanya

pengaruh *Intellectual capital* terhadap nilai perusahaan dapat berarti bahwa sebaik dan secanggih apapun *Intellectual capital* yang dimiliki perusahaan namun tidak dimanfaatkan secara maksimal oleh perusahaan maka tidak akan memberikan efek penilaian investor yang tinggi terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Basir, Prianka, dan Maretha (2018) yang menyatakan bahwa *Intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian Chen et al., (2005), Nuryaman (2015), Syahla (2018), yang menyatakan bahwa *Intellectual capital* dapat berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil output regresi model III tersebut menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (H_5 diterima) karena nilai signifikansimenunjukkan angka lebih kecil dari 0.05. Hal tersebut berarti bahwa apabila profitabilitas semakin meningkat maka nilai perusahaan tersebut juga akan meningkat. Peningkatan profit mencerminkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik. Sehingga, menimbulkan penilaian positif dari investor dan dapat membuat harga saham perusahaan mengalami peningkatan, sehingga nilai perusahaan di mata investor turut meningkat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Supriyadi, Sulistiyo dan Roziq (2019), Basir, Prianka, dan Maretha (2018), dan Maulida (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian Syahla (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan yang dimediasi oleh Profitabilitas

Berdasarkan hasil pengujian terhadap H_6 menunjukkan bahwa profitabilitas memediasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan pada hasil output regresi I CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, hasil output regresi II CSR berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, hasil output regresi III profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan pada hasil output regresi III ketika CSR terhadap nilai perusahaan dengan memasukkan profitabilitas menunjukkan hasil tidak signifikan. Sehingga, profitabilitas berperan sebagai variabel *intervening* dalam menjelaskan hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Dapat dikatakan bahwa profitabilitas memediasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan.

Pelaksanaan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan mampu meningkatkan citra perusahaan, baik dimata para stakeholder maupun para investor. Selain itu, masyarakat yang berperan sebagai konsumen akan melihat citra yang baik dari perusahaan. Sehingga, masyarakat selaku konsumen akan semakin tertarik dengan produk-produk yang dimiliki oleh perusahaan. Hal tersebut akan membawa konsumen untuk membeli produk perusahaan dan ini akan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Meningkatnya profitabilitas menjadi penarik minat para investor untuk menanam modal di perusahaan karena kepercayaan terhadap prospek dan kemampuan perusahaan dalam mengelola dana yang diberikan untuk menghasilkan laba. Hal ini menunjukkan bahwa CSR meningkatkan nilai perusahaan ketika profitabilitas meningkat. Hal ini juga menunjukkan bahwa terdapat variabel yaitu profitabilitas yang berperan sebagai variabel *intervening* dalam hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Maulida (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas dapat memediasi atau menjadi variabel *intervening* dalam hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan.

Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan yang dimediasi oleh Profitabilitas.

Berdasarkan hasil pengujian terhadap H_7 menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memediasi hubungan antara *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan pada hasil output regresi I *Intellectual Capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, hasil output regresi II *Intellectual Capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan pada hasil output regresi III walaupun profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, namun ketika memasukkan profitabilitas dalam menguji *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang juga tidak signifikan. Sehingga, profitabilitas tidak berperan sebagai variabel *intervening* dalam menjelaskan hubungan antara *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain, profitabilitas tidak memediasi hubungan antara *Intellectual Capital* dengan nilai perusahaan.

Pemanfaatan *Intellectual Capital* yang tidak efektif dan tidak efisien tersebut akan tidak berkontribusi secara signifikan terhadap pencapaian keunggulan kompetitif yang pada akhirnya tidak akan menghasilkan keunggulan profitabilitas perusahaan. Menurunnya laba atau profitabilitas perusahaan akan tidak menarik para investor untuk berinvestasi di perusahaan. Sehingga, nilai perusahaan pun akan menurun. Berdasarkan data deskriptif, nilai rata-rata *intellectual capital* selama tahun 2016-2018 mengalami fluktuasi. Fluktuasi tersebut dapat dilihat pada tahun 2016 nilai rata-rata mencapai sebesar -3.3675 lalu mengalami peningkatan pada tahun 2017 menjadi sebesar 14.0694. Akan tetapi pada tahun 2018 mengalami penurunan bahkan mencapai angka -17.3070. Sedangkan, nilai rata-rata profitabilitas yang diproksikan dengan ROA mengalami penurunan di tahun 2016-2017 dimana pada tahun 2016 sebesar 0.1171 dan turun menjadi sebesar 0.0920 pada tahun 2017, sedangkan pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 0.1080 dimana dapat dikatakan bahwa rata-rata profitabilitas mengalami perubahan yang tidak signifikan. Sedangkan nilai rata-rata nilai perusahaan menunjukkan fluktuasi. Nilai rata-rata pada tahun 2016 mencapai sebesar 1,620,227.130 lalu mengalami peningkatan pada tahun 2017 menjadi sebesar 1,975,828.472. Akan tetapi, pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi sebesar 1,758,249.230.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai tambah (*value added*) yang dimiliki perusahaan tidak berperan atau berkontribusi dalam meningkatkan profitabilitas dan nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan sampel belum mampu dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang belum mampu mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja *intellectual* yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan, seperti sistem operasional perusahaan, budaya organisasi, dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki oleh perusahaan. Sehingga, dari hasil tersebut menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas, meskipun profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan akan tetapi ketika *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan dengan memasukkan profitabilitas menunjukkan hasil yang juga tidak signifikan. Sehingga, profitabilitas tidak berperan sebagai variabel *intervening* dalam menjelaskan hubungan antara *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian Basir, Prianka, dan Maretha (2018) dan Nuryaman (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas berfungsi sebagai variabel *intervening* dalam hubungan antara *Intellectual Capital* dengan nilai perusahaan.

PENUTUP

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh CSR dan *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *intervening*. Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0.05 yaitu sebesar 0.001, *Intellectual Capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas dengan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0.05 yaitu sebesar 0.890, CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0.05 yaitu sebesar 0.009, *Intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0.05 yaitu sebesar 0.917, Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0.05 yaitu sebesar 0.000, CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *intervening*, dan *Intellectual Capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *intervening*.

DAFTAR PUSTAKA

- Barney, J. 1991. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*. 17(1): 99-120.
- Baron, R. M. dan Kenny, D. A. 1986. The Moderator - Mediator Variabel Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*. 51(6): 1173-1182.
- Basir, Prianka, dan Maretha. 2018. Intellectual Capital to The Firm Value With Profitability as Intervening Variable. *Economics, Business and Management Research*. 101: 124-127.
- Chen, Ming-Chin, Shu Ju Cheng, Yuhchang Hwang. 2005. An Empirical Investigation of The Relationship Between Intellectual Capital and Firm's Market Value and Finance Performance. *Journal of Intellectual Capital*. 6(2): 159-176.
- Freeman, R.E, McVea, J. 2001. A Stakeholder Approach to Strategic Management. *Journal of Electronic*. (1-2).
- Gherghina, S. dan Vintila, G. 2016. Exploring the Impact of Corporate Social Responsibility Policies on Firm Value: the Case of Listed Companies in Romania. *Economics and Sociology*. 9(1): 23-42.
- Hoje, Jo, dan Harjoto M.A. 2011. Corporate Governance and Firm Value: The Impact of Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*. 103(03): 351-383.
- Iqbal, N., Ahmad, N., dan Kanwal, M. 2013. Impact of Corporate Social Responsibility on Profitability of Islamic and Conventional Financial Institutions. *Applied mathematics in Engineering, Management and Technology*. 1(2): 26-37.
- Khojastehpour, M. dan Johns, R. (2014), The effect of environmental CSR issues on corporate/brand reputation and corporate profitability. *European Business Review*. 26(4): 330-339.

- Maulida, P. 2016. Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening studi pada sub sektor Bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016. *Skripsi*. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Nuryaman. 2015. The Influence of Intellectual Capital on The Firm's Value with the financial Performance as Intervening Variable. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 211. 2015: 292-298.
- Odetayo, T.A, Adeyemi, A.Z, dan Sajuyigbe, A.S. (2014). Impact of Corporate Social Responsibility on Profitability of Nigeria Banks. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. 4(8): 252-263.
- Rosdwianti et al. 2016. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 38(2): 16-22.
- Sayyidah, U. 2017. Pengaruh Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 46(1): 163-171.
- Singh, P., Sethuraman, K., dan Lam, J. 2017. Impact of Corporate Social Responsibility Dimensions on Firm Value: Some Evidence from Hong Kong and China. *Sustainability*. 9(9): 1-24.
- Supriyadi, Sulistiyo, A., Roziq, A., 2019. Influence Disclosure Of Sustainability Report And Company Size On Dividend Policy And Company Value With Profitability As Intervening Variables. *International journal of scientific & technology research*. 8(7): 716-721.
- Syahla, P. 2018. Pengaruh Intellectual Capital terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2012-2017. *Skripsi*. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Thania, P. 2019. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Nilai Perusahaan pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016. *Skripsi*. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Ulum, I. 2007. Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan di Indonesia. Universitas Diponegoro. Magister Sains Akuntansi.
- Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74. Diakses di <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Pages/Undang-Undang-No.-40-tahun-2007-tentang-Perseroan-Terbatas.aspx>. tanggal 17 desember 2019.