

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*,
INTELLECTUAL CAPITAL, DAN PROFITABILITAS TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND
BEVERAGE* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
PERIODE (2017-2021)**

Desy Rahmawati¹
Ely Kurniawati²

^{1,2}Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Batam
desy.jalil1412@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Food and Beverage* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun (2017-2022). Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa laporan keuangan tahunan Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling*. Populasinya adalah 72 perusahaan. Sampel yang memenuhi kriteria adalah 19 perusahaan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil analisis data menggunakan SPSS 25 menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* secara parsial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,787, *Intellectual Capital* secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, dan Profitabilitas secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Secara simultan variabel *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, dan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.

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

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital and Profitability on firm value in Food and Beverage Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2022. This research includes quantitative research. The data used in this study are in the form of annual financial reports of Food and Beverage Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2021. The sampling technique used was the purposive sampling method. The population is 72 companies. Samples that meet the criteria are 19 companies. The analytical technique used in this study is multiple linear regression analysis with the help of the SPSS program. Results of data analysis using SPSS 25, it shows that Corporate Social Responsibility partially has an insignificant negative effect on Firm Value with a

significance value of 0.787, Intellectual Capital partially has a significant negative effect on Firm Value with a significance value of 0.000, and Profitability partially has a significant positive effect. to Company Value with a significance value of 0.000. Simultaneously the variables of Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, and Profitability have a significant effect on Firm Value with a significance value of 0.000.

Keywords : *Corporate Social Responsibility; Intellectual Capital; Profitability and Firm Value*

PENDAHULUAN

Perusahaan *food and beverage* adalah perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman, perusahaan ini merupakan salah satu kategori sektor industri di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang memiliki peluang untuk berkembang pesat, seiring meningkatnya jumlah pertumbuhan masyarakat Indonesia, *volume* kebutuhan terhadap *food and beverage* pun terus meningkat. Kecenderungan masyarakat Indonesia untuk menikmati makanan siap saji menyebabkan banyak bermunculan perusahaan-perusahaan baru dibidang makanan dan minuman. Hal ini terlihat dari jumlah industri *food and beverage* di Indonesia yang semakin bertambah, khususnya semenjak memasuki krisis berkepanjangan dan menimbulkan kondisi yang membuat persaingan dalam industri ini semakin ketat (Rosita dan Gantino, 2017:2).

Perkembangan dunia bisnis saat ini menimbulkan persaingan antar perusahaan. Perusahaan yang mempertahankan eksistensinya dalam jangka panjang dituntut untuk mampu mengontrol potensi finansial maupun non finansial dalam meningkatkan nilai perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan penting artinya bagi suatu perusahaan, karena tujuan utama dari pendirian suatu perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan tersebut dimana dapat tercerminkan oleh harga sahamnya. Setiap perusahaan tentunya menginginkan nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut.

Sektor *food and beverage* merupakan sektor yang cukup berpeluang memiliki pertumbuhan tinggi karena memiliki produk kebutuhan harian yang ditawarkan dan ini membuat para produsen dituntut untuk dapat mengembangkan dan menciptakan suatu inovasi-inovasi baru yang dapat mempertahankan pasar yang sudah dimiliki untuk memenangkan persaingan dan ini mengakibatkan investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada sektor *food and beverage* karena prospek yang cukup bagus dan cenderung diminati oleh investor.

Dengan adanya persaingan di dunia bisnis, maka perusahaan perlu bersiap untuk menghadapi tantangan ini, tidak hanya melalui produk atau inovasi, tetapi juga dapat dilakukan dengan memperhatikan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dalam penelitian ini diartikan sebagai nilai pasar, karena pemegang saham akan makmur apabila harga saham suatu perusahaan dalam jumlah maksimum dan hal ini akan meningkatkan nilai perusahaan. (Mandansari, Kamaliah dan Hanif) (2013). Meskipun demikian, tidak hanya faktor *Corporate Social Responsibility* saja yang dapat berpengaruh, tetapi ada *Intellectual Capital* dan Profitabilitas yang bisa menjadi perhatian dalam menaikkan nilai perusahaan, *Intellectual capital* dianggap sebagai pengetahuan yang diperlukan oleh

perusahaan untuk dapat menciptakan kekayaan perusahaan. Perusahaan dapat bersaing, meningkatkan kinerja perusahaan, menghasilkan *value added*, dan dapat mencapai keunggulan

Intellectual capital tidak memiliki wujud yang jelas dalam laporan keuangan, namun berinvestasi dalam *intellectual capital* akan mendorong apresiasi investor untuk berinvestasi dalam perusahaan tersebut sehingga akan berdampak pada pergerakan nilai perusahaan (Suparno & Ramadani, 2017).

Profitabilitas menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atas pengelolaan *asset* perusahaan, hubungannya dengan penjualan, total aktiva, dan modal sendiri. Hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan yaitu semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka semakin tinggi efisiensi perusahaan tersebut untuk menghasilkan laba dan akan menciptakan nilai perusahaan yang semakin tinggi serta dapat memaksimalkan kekayaan pemegang saham.

Meningkatkan laba dan memaksimalkan nilai perusahaan tersebut saling berkaitan dalam meningkatkan kesejahteraan para pemegang sahamnya, sehingga tujuan tersebut merupakan suatu yang penting dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan, meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja yang dimilikinya, meningkatkan kualitas, dan mutu produknya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu badan maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin. Investor yang menanamkan saham pada suatu perusahaan tentunya mempunyai tujuan untuk mendapatkan *return*, dimana semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba maka semakin besar pula *return* yang diharapkan investor sehingga mengakibatkan nilai perusahaan akan meningkat.

Penelitian penulis saat ini menguji ketiga faktor yaitu *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, dan Profitabilitas dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan untuk menghadapi persaingan di dunia bisnis, terutama di industri *food and beverage* yang perusahaannya terdapat cukup banyak di Indonesia, dan ini bisa jadi perbedaan dari penelitian-penelitian terdahulu, yang mungkin banyak terfokus pada faktor *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, atau Profitabilitas saja. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang lebih luas dalam laporan tahunan merupakan sinyal positif yang diberikan perusahaan kepada *stakeholder* agar terjalin komunikasi yang baik diantara kedua pihak tersebut sehingga menimbulkan kepuasan dari *stakeholder*. Perusahaan yang dapat mempertahankan kepuasan dari *stakeholder*, maka perusahaan tersebut akan memperoleh penerimaan terhadap keberadaan perusahaan di tengah-tengah masyarakat. Perusahaan juga mendapatkan dukungan dan persetujuan dari *stakeholder* terhadap kebijakan yang diambil dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan.

Peningkatan produksi dari industri *food and beverage* (makanan dan minuman) akan berdampak pada peningkatan realisasi investasi yang diperoleh dari penanaman modal dalam negeri maupun modal asing, serta sebagai penopang bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Semakin tinggi realisasi investasinya maka akan semakin baik keadaan perusahaan maupun ekonomi nasional.

Nilai perusahaan yang tinggi merupakan sebuah wujud kesuksesan perusahaan dalam melakukan efektivitas dan efisiensi operasi guna memberikan performa terbaiknya dalam memenangkan persaingan dalam bisnis. Dalam proses menciptakan keunggulan yang kompetitif, perusahaan tidak lagi berfokus pada aset berwujud tetapi berfokus

kepada pemanfaatan penggunaan *intellectual capital* (Nurhanifah, 2018). *Price to Book Value* (PBV) merupakan salah satu rasio untuk mengukur nilai perusahaan, karena rasio ini melihat berapa besar tingkat *undervalued* maupun *overvalued* harga saham yang dihitung berdasarkan nilai buku setelah dibandingkan dengan harga pasar. Semakin tinggi rasio *Price to book value* (PBV) berarti perusahaan dapat dikatakan berhasil menciptakan nilai perusahaan dan kemakmuran pemegang saham (Widyantari dan Yadnya, 2017). Hal ini membuat semakin tinggi tingkat kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan, sehingga menjadi daya tarik investor. Oleh karena itu, perusahaan lebih dominan menggunakan rasio *Price to Book Value* (PBV). Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode (2017-2021)*”.

TINJAUAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

Signalling Theory

Teori Signal (*Signalling Theory*) Menurut (Brigham dan Houston dalam Septia (2015)) isyarat atau signal adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Sinyal ini berupa informasi yang menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Resource Based Theory

Teori Sumber Daya (*Resource Based Theory*) Dalam pernyataan (Belkaoui, 2003) pada (Halimah, 2020) juga menyebutkan perusahaan yang baik harus mempunyai strategi dalam meningkatkan kinerja perusahaan, baik aset berwujud dan aset tidak berwujud. Untuk itu manajemen harus mempunyai strategi yang baik dalam usahanya agar tercipta kinerja keuangan yang baik. *Resource Based Theory* membahas mengenai, perusahaan yang unggul dan kompetitif harus bisa mengelola dan mengatur semua yang bermanfaat yaitu mengelola dan mengatur aset berwujud dan tidak berwujud sehingga kinerja perusahaan menjadi baik, unggul serta bisa berkompetisi antar persaingan usaha.

Stakeholder Theory

Teori *stakeholder* bertujuan untuk kedua pihak saling memberi manfaat antara manajemen perusahaan dengan para *stakeholder*. Teori ini mengungkapkan terkait informasi terkait kinerja lingkungan, sosial serta intelektual dalam perusahaannya yang melebihi di atas permintaan kewajibannya, yang mana untuk memenuhi keinginan *stakeholder*.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang beroperasi, (Sartono, 2014). Nilai perusahaan mencerminkan total aset yang dimiliki oleh perusahaan apabila perusahaan dijual yang tergambar dalam harga saham perusahaan. Nilai perusahaan semakin baik akan menambah minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan. Karena nilai perusahaan yang tinggi menggambarkan kemakmuran pemegang saham dan pasar juga percaya perusahaan mempunyai prospek yang bagus

kedepannya. Menurut (Harjadi, 2015) *Price to Book Value* (PBV) merupakan gambaran seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi *Price to Book Value* menunjukkan bahwa pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut di masa mendatang. Sebelum menuju rumus *Price to Book Value* (PBV), sebelumnya harus memahami rumus *Book Value* sebagai berikut:

Rumus *Book Value* adalah :

$$BV = \frac{\text{Nilai Ekuitas}}{\text{Jumlah Lembar Saham yang Beredar}}$$

Rumus *Price to Book Value* adalah :

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham per lembar}}{\text{Book Value}}$$

Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Yahdiyani & Suryono, 2017).

CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan kepada semua *stakeholders* (pemangku kepentingan) seperti konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan juga lingkungan dalam segala aspek operasional yang melingkupi aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Penelitian ini mengukur tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berdasarkan standar *Global Reporting Initiative 4* (GRI G.4) dengan menggunakan proksi *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI). Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI):

$$CSRI_i = \frac{\sum X_{yi}}{n_i}$$

Keterangan :

CSRI_i : *Corporate Social Responsibility index* perusahaan i

n_i : Jumlah item untuk perusahaan i berdasarkan standard GRI

X_{yi} : Jumlah item yang diungkapkan perusahaan. Dummy variabel : 1 = jika item y diungkapkan: 0 = jika item y tidak di ungkapkan.

Intellectual Capital

Intellectual capital atau sering di sebut dengan Modal intelektual adalah suatu aset tidak berwujud mampu menciptakan keunggulan kompetitif pada perusahaan dan modal ini merupakan modal unik yang menjadi ciri khas perusahaan sehingga sangat susah ditiru oleh perusahaan lain. Mavridis (2016) mengatakan *intellectual capital*

adalah aset tidak berwujud (*intangible asset*) yang mampu memberi nilai kepada perusahaan dan masyarakat yang meliputi paten, hak atas kekayaan intelektual, hak cipta dan waralaba. Salah satu metode pengukuran *intellectual capital* yang populer digunakan adalah VAICTM (*value added intellectual coefficient*) dengan rumus sebagai berikut :

- Langkah pertama adalah menghitung *Value Added* (VA)

$$\mathbf{VA = OUT - IN}$$

Keterangan :

OUT : *Output*, merupakan total penjualan

IN : *Input*, merupakan beban usaha kecuali gaji dan tunjangan karyawan

Value Added (VA) juga dapat dihitung dari akun-akun perusahaan sebagai berikut:

$$\mathbf{VA = OP + EC + D + A}$$

Keterangan :

OP : *Operating Profit* (Laba Operasi)

EC : *Employee Costs* (Beban Karyawan)

D : *Depreciation* (Depresiasi)

A : *Amortization* (Amortisasi)

- Langkah kedua adalah menghitung VACA

$$\mathbf{VACA = VA : CE}$$

Keterangan :

VACA : Rasio dari VA terhadap CE

VA : *Value Added*

CE : *Capital Employed* (Ekuitas, saldo laba)

- Langkah ketiga adalah menghitung VAHU

$$\mathbf{VAHU = VA : HC}$$

Keterangan :

VAHU : Rasio dari VA terhadap HC

VA : *Value Added*

HC : *Human Capital* (Beban gaji dan upah)

- Langkah keempat adalah menghitung STVA

$$\mathbf{STVA = SC : VA}$$

Keterangan :

STVA : Rasio SC terhadap VA

SC : *Structural Capital*

VA : *Value Added*

HC : *Human Capital*

Formulasi perhitungan VAIC™ adalah :

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

Profitabilitas

Profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Meningkatkan laba dan memaksimalkan nilai perusahaan tersebut saling berkaitan dalam meningkatkan kesejahteraan para pemegang sahamnya. Menurut Meidiawati (2016) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan mengukur tingkat efisiensi operasional dan efisiensi dalam menggunakan harta yang dimilikinya. Investor yang menanamkan saham pada suatu perusahaan tentunya mempunyai tujuan untuk mendapatkan *return*, dimana semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba maka semakin besar pula *return* yang diharapkan investor sehingga mengakibatkan nilai perusahaan akan meningkat.

Rasio profitabilitas yang dipakai dalam penelitian ini adalah ROA (*Return On Assets*). ROA dipilih untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengembalian investasi yang telah dilakukan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi ROA maka kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba juga tinggi.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Keterangan :

- *Return on assets* (ROA) : Rasio yang mengukur kekuatan perusahaan membuahkan keuntungan atau laba.
- Laba Bersih Setelah Pajak : Profitabilitas suatu perusahaan yang tidak termasuk bunga dan beban pajak penghasilan.
- *Total asset* : total aset yang dimiliki oleh perusahaan.

Kerangka Konseptual

Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Permanasari, 2012).

Corporate Social Responsibility dilaksanakan dengan tujuan untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh para *stakeholder*. Apabila perusahaan telah mendapatkan dukungan yang tinggi, maka citra perusahaan dan kinerja perusahaan akan meningkat. Hal ini akan menjadi daya tarik investor dalam melakukan investasi dan nilai perusahaan akan meningkat.

Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan

Intellectual capital merupakan sebuah informasi dan pengetahuan yang dapat diaplikasikan ke dalam sebuah pekerjaan untuk dapat menciptakan sebuah nilai di dalam

perusahaan tersebut (Williams, 2001) Dalam ((Lestari & Sapitri, 2016). Nilai perusahaan yang tinggi merupakan sebuah wujud kesuksesan perusahaan dalam melakukan efektivitas dan efisiensi operasi guna memberikan performa terbaiknya dalam memenangkan persaingan bisnis. Maka, untuk mendapatkan keuntungan kompetitif dibutuhkan modal intelektual (Bataineh dan Al Zaobi, 2015). Zulyati dan Arya (2011) juga ikut menguatkan hal tersebut dengan menyatakan bahwa performa perusahaan dipengaruhi oleh modal intelektual dalam (Suparno & Ramadini, 2017).

Intellectual capital sebagai kombinasi dari aset yang tidak berwujud yang terdiri dari pasar, *intellectual property*, sumber daya manusia, dan infrastruktur yang dapat menjalankan fungsinya di dalam sebuah pekerjaan. Kategori pengetahuan dapat dibedakan menjadi tiga kategori yaitu pengetahuan yang berhubungan dengan karyawan (*human capital*), pengetahuan yang berhubungan dengan pelanggan (*customer capital*), dan pengetahuan yang berhubungan dengan perusahaan (*structural capital*). Ketiga kategori tersebut dapat membentuk suatu *intellectual capital* bagi perusahaan.

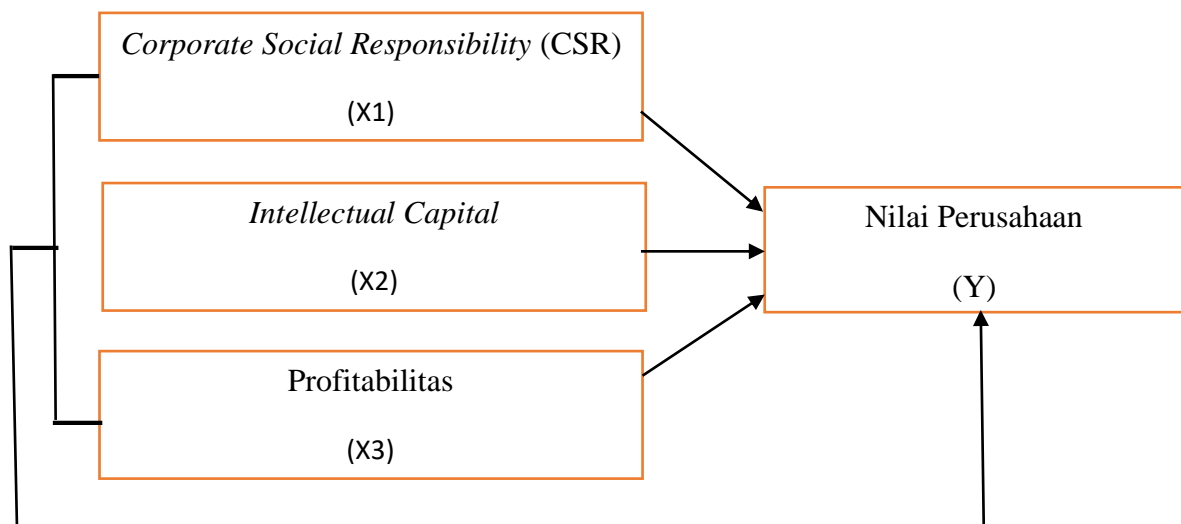
Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Profitabilitas dapat dijadikan gambaran dari kinerja manajemen dilihat dari keuntungan yang diperoleh perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas yang diperoleh perusahaan, maka akan semakin tinggi kepercayaan investor terhadap perusahaan, sehingga harga saham akan meningkat dan itu berarti meningkatnya nilai perusahaan tersebut.

Profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Perusahaan dengan profitabilitas yang banyak diminati oleh para investor karena dianggap memiliki kemampuan untuk menghasilkan laba yang tinggi. Ketertarikan investor terhadap perusahaan akan meningkatkan permintaan saham perusahaan. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayarkan devidennya, dan hal ini berdampak pada kenaikan nilai perusahaan.

Model Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan, perumusan masalah tujuan penelitian dan landasan teori yang telah dikemukakan diatas maka hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat dinyatakan dalam sebuah pemikiran teoritis. Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Intellectual Capital*, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan kedalam model penelitian sebagai berikut:



Gambar 1 Model Penelitian

Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai data terkumpul dan dapat dibuktikan kebenarannya. Sehubungan dengan identifikasi masalah, rumusan masalah dan batasan masalah diatas maka penulis mengambil hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₁: *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H₂: *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H₃: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H₄: *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Intellectual Capital* dan Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif ialah pendekatan yang di dalam usulan penelitian, proses, hipotesis, turun ke lapangan, analisis data dan kesimpulan data sampai dengan penulisannya mempergunakan aspek pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian data numerik.

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari periode 2017-2021. Pemilihan sampel yang digunakan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu.

Tabel 1
Kriteria Pemilihan Sampel

No	Keterangan	Eliminasi	Sampel
1	Perusahaan <i>Food and Beverage</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode pengamatan, yaitu pada periode 2017-2021	0	72

2	Perusahaan <i>Food and Beverage</i> yang tidak memiliki laporan keuangan lengkap dari periode 2017-2021.	(14)	58
3	Perusahaan <i>Food and Beverage</i> yang tidak melaporkan Laporan Tahunan (<i>Annual Report</i>) untuk menghitung CSRI	(30)	28
4	Perusahaan yang menderita kerugian periode 2017-2021	(9)	19
5	Total perusahaan <i>Food and Beverage</i> yang digunakan sebagai sampel penelitian		19

Definisi Variabel

1. Variabel Dependen

a. Nilai Perusahaan (Y)

Nilai Perusahaan dapat diartikan sebagai nilai jual dari perusahaan atau bisa disebut dengan nilai pasar. Karena nilai pasar dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham menyerahkan segala urusan pengelolaan perusahaan kepada orang yang berkompeten dalam bidangnya, maka dapat dipastikan nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum,

2. Variabel Independen

a. *Corporate Social Responsibility* (X1)

Corporate social responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

b. *Intellectual Capital* (X2)

Modal intelektual pertama kali didefinisikan oleh (Galbraith, 1969) sebagai bentuk pengetahuan, kecerdasan, dan aktivitas kekuatan otak yang menggunakan ilmu pengetahuan untuk menciptakan nilai.

c. Profitabilitas (X3)

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Profitabilitas dapat dijadikan gambaran dari kinerja manajemen dilihat dari keuntungan yang diperoleh perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas yang diperoleh perusahaan, maka akan semakin tinggi kepercayaan investor terhadap perusahaan, sehingga harga saham akan meningkat dan itu berarti meningkatnya nilai perusahaan tersebut.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan sample laporan keuangan di lakukan dengan cara memperoleh dari situs resmi perusahaan dan juga data data yang di publikasikan di situs Bursa Efek Indonesia

Teknik Analisis Data

Dalam menganalisa dari perumusan masalah yang telah penulis ungkapkan maka penulis menggunakan metode analisa komparatif atau metode perbandingan yaitu membandingkan variabel-variabel yang mempengaruhi profitabilitas dengan uji analisis menggunakan SPSS 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Objek Penelitian

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini dipilih dari populasi dengan metode *purposive sampling* :

Tabel 2
Daftar Sampel Penelitian

NO	KODE	NAMA PERUSAHAAN
1	CAMP	PT. Campina Ice Cream Industry Tbk.
2	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
3	CLEO	PT. Sariguna Primatirta Tbk.
4	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk.
5	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
6	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.
7	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk.
8	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk.
9	SKLT	PT. Sekar Laut Tbk.
10	ULTJ	PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk.
11	ADES	PT. Akasha Wira International Tbk.
12	AALI	PT. Astra Agro Lestari Tbk.
13	TGKA	PT. Tigaraksa Satria Tbk.
14	BISI	PT. Bisi International Tbk.
15	CPIN	PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk.
16	TBLA	PT. Tunas Baru Lampung Tbk.
17	DSNG	PT. Dharma Satya Nusantara Tbk.
18	LSIP	PT. PP London Sumatra Indonesia Tbk.

19	JPFA	PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk.
----	------	----------------------------------

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 3
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR (X1)	95	.11	.48	.2221	.05918
IC (X2)	95	1.56	7.27	3.5169	1.43550
ROA (X3)	95	.01	.53	.1052	.08044
Nilai Perusahaan (Y)	95	.02	31.66	3.4165	5.44015
Valid N (listwise)	95				

Sumber: Diolah dengan SPSS 25

Dari hasil uji statistik deskriptif dapat dilihat bahwa N atau jumlah data yang valid berjumlah 95. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai minimum sebesar 0,11. Nilai maksimum sebesar 0,48 dengan rata-rata (*mean*) dari periode 2017-2021 sebesar 0,2221 dan standar deviasi sebesar 0,05918. (menunjukkan bahwa standar deviasi lebih kecil dari rata-rata (*mean*), sehingga standar deviasi yang lebih kecil dari rata-rata (*mean*) menunjukkan sebaran dari variabel data yang kecil atau tidak adanya kesenjangan yang cukup besar dari *Corporate Social Responsibility* yang terendah dan tertinggi).

Dari hasil uji statistik deskriptif dapat dilihat bahwa N atau jumlah data yang valid berjumlah 95. Variabel *Intellectual Capital* memiliki nilai minimum sebesar 1,56 Nilai maksimum 7,27 dengan nilai rata-rata (*mean*) dari periode 2017-2021 sebesar 3,5169 dan standar deviasi sebesar 1,43550. (menunjukkan bahwa standar deviasi lebih kecil dari rata-rata (*mean*), sehingga standar deviasi yang lebih kecil dari rata-rata (*mean*) menunjukkan sebaran dari variabel data yang besar atau adanya kesenjangan yang cukup besar dari Biaya *Intellectual Capital* yang terendah dan tertinggi).

Dari hasil uji statistik deskriptif dapat dilihat bahwa N atau jumlah data yang valid berjumlah 95. Variabel Profitabilitas Memiliki nilai minimum sebesar 0,01. Nilai maksimum sebesar 0,53 dengan nilai rata-rata (*mean*) dari periode 2017-2021 sebesar 0,1052 dan standar deviasi sebesar 0,08044. (menunjukkan bahwa standar deviasi lebih kecil dari rata-rata (*mean*), sehingga standar deviasi yang lebih kecil dari rata-rata (*mean*) menunjukkan sebaran dari variabel data yang kecil atau tidak adanya kesenjangan yang cukup besar dari Profitabilitas yang terendah dan tertinggi).

Dari hasil uji statistik deskriptif dapat dilihat bahwa N atau jumlah data yang valid berjumlah 95. Variabel kinerja keuangan memiliki nilai minimum sebesar 0,02 nilai maksimum sebesar 31,66 dengan nilai rata-rata (*mean*) dari periode 2017-2021 sebesar 3,4165 dan standar deviasi sebesar 5,44015 menunjukkan bahwa standar deviasi lebih besar dari rata-rata (*mean*) menunjukkan sebaran dari variabel data yang kecil atau tidak adanya kesenjangan yang cukup besar dari Nilai Perusahaan yang terendah atau tertinggi.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N	95	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.76079160
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.065
Test Statistic	.069	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}	
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Diolah dengan SPSS 25

Hasil dari uji normalitas dapat dilihat bahwa *Asymp. Sig* sebesar 0,200. Dimana dalam hal ini apabila nilai signifikan lebih dari 0,05, maka distribusi data adalah normal.

Uji Autokorelasi

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.862 ^a	.742	.734	2.80593	.628
a. Predictors: (Constant), ROA (X3), CSR (X1), IC (X2)					
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)					

Sumber: Diolah dengan SPSS 25

Hasil dari uji autokorelasi memperlihatkan bahwa nilai Durbin Watson adalah 0,628 yang artinya bahwa tidak terjadi autokorelasi didalam model regresi.

Uji Multikolinearitas

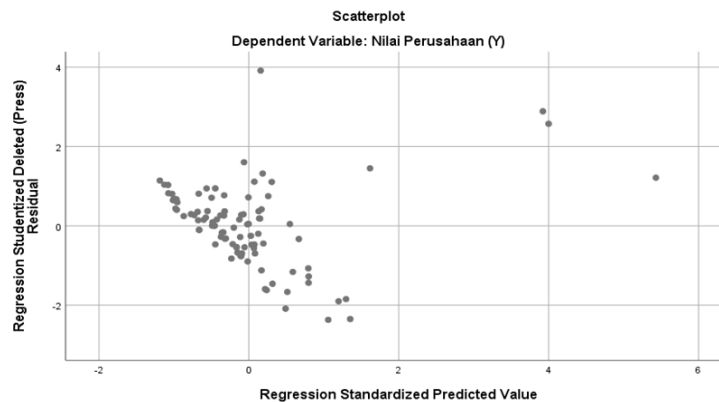
Tabel 6
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	CSR (X1)	0,930	1,075
	IC (X2)	0,535	1,869
	ROA (X3)	0,519	1,926
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)			

Sumber: Diolah dengan SPSS 25

Hasil dari uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, dan Profitabilitas memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10, dan *tolerance* lebih besar dari 0,1 sehingga tidak terjadi multikolinearitas dalam variabel independen penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Diolah dengan SPSS 25

Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil dari uji heterokedastisitas dapat dilihat bahwa tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi Heteroskedastisitas pada model regresi sehingga memenuhi asumsi.

Uji Autokorelasi

Tabel 7
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.862 ^a	.742	.734	2.80593	.628
a. Predictors: (Constant), ROA (X3), CSR (X1), IC (X2)					
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)					

Sumber: Diolah dengan SPSS 25

Hasil dari uji autokorelasi memperlihatkan bahwa nilai Durbin Watson adalah 0,628 yang artinya bahwa tidak terjadi autokorelasi didalam model regresi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 8
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.821	1.472		.557	.579		
	CSR (X1)	-1.372	5.071	-.015	-.271	.787	.930	1.075

IC (X2)	-1.311	.276	-.346	-4.754	.000	.535	1.869
ROA (X3)	71.378	4.992	1.055	14.297	.000	.519	1.926
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)							

Sumber: Diolah dengan SPSS 25

Hasil dari analisis linier berganda dapat dimasukkan dalam model persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,821 + (-1,372) X_1 + (-1,311) X_2 + 71,378 X_3 + \varepsilon$$

Dimana dari masing-masing variabel dapat diinterpretasikan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan sebagai berikut :

- Nilai konstanta sebesar 0,821 menyatakan apabila variabel *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, dan Profitabilitas memiliki nilai sama dengan nol (0), maka variabel nilai perusahaan sebesar 0,821
- Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki koefisien sebesar -1,372 dapat diartikan bahwa setiap kenaikan rata-rata CSR sebesar 1 satuan, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar -1,372
- Intellectual Capital* memiliki koefisien sebesar -1,311 dapat diartikan bahwa setiap kenaikan 1 rasio *Value Added Intellectual Coefficient* maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar -1,311
- Profitabilitas memiliki koefisien sebesar 71,378 dapat diartikan bahwa setiap kenaikan 1 rasio ROA, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 71,378

Uji Hipotesis

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 9
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Sumber: Diolah dengan SPSS 25

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.862 ^a	.742	.734	2.80593	.628
a. Predictors: (Constant), ROA (X3), CSR (X1), IC (X2)					
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)					

Hasil dari uji Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,742 (74,2%). dari nilai tersebut menunjukkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital* dan Profitabilitas sebesar 74,2%, sedangkan sisanya 25,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 10
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2065.485	3	688.495	87.447	.000 ^b
	Residual	716.465	91	7.873		
	Total	2781.950	94			
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)						
b. Predictors: (Constant), ROA (X3), CSR (X1), IC (X2)						

Sumber: Diolah dengan SPSS 25

Hasil dari uji simultan (Uji F) menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,005$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, dan Profitabilitas secara simultan memiliki berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan sehingga H_4 diterima.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 11
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.821	1.472		.557	.579		
	CSR (X1)	-1.372	5.071	-.015	-.271	.787	.930	1.075
	IC (X2)	-1.311	.276	-.346	-4.754	.000	.535	1.869
	ROA (X3)	71.378	4.992	1.055	14.297	.000	.519	1.926
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)								

Sumber: Diolah dengan SPSS 25

Hasil dari uji parsial (uji t) dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 25 dapat dijelaskan hasil estimasi variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki arah negatif dengan nilai $-1,372$, t_{hitung} sebesar $-0,271$ dan nilai signifikan sebesar $0,787 > 0,05$. Hal ini berarti *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga kesimpulan yang diperoleh H_1 ditolak.
- b. Berdasarkan hasil estimasi variabel *Intellectual Capital* memiliki arah negatif dengan nilai $-1,311$, t_{hitung} sebesar $-4,754$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti *Intellectual Capital* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga kesimpulan yang diperoleh H_2 diterima.
- c. Berdasarkan hasil estimasi variabel Profitabilitas (ROA) memiliki arah positif dengan nilai $71,378$, t_{hitung} sebesar $14,297$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga kesimpulan yang diperoleh H_3 diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai koefisien regresi $-1,372$ dan t_{hitung} sebesar $-0,271$. Selain itu, nilai signifikan sebesar $0,787$ menunjukkan nilai yang lebih besar dari nilai signifikan yang ditentukan yaitu $0,05$ ($0,787 > 0,05$).

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* yang memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini, dilihat dari data laporan tahunan berkelanjutan *Corporate Social Responsibility* perusahaan *food and Beverage* di BEI yang menggunakan indikator pengukuran tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berdasarkan standar *Global Reporting Initiative 4* (GRI G.4) dengan menggunakan proksi *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI). Indikator pengungkapan ini dijabarkan dalam 91 item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang terdiri dari kategori ekonomi (9 indikator), lingkungan (34 indikator), sosial (16 indikator), hak asasi manusia (12 indikator), masyarakat (11 indikator), dan tanggung jawab atas produk (9 indikator).

Berdasarkan indikator pengukuran tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* kategori hak asasi manusia dan kategori masyarakat yang paling sedikit diungkapkan dalam mengidentifikasi item perusahaan di dalam laporan tahunan berkelanjutan, bahwa kurangnya berkontribusi dalam hak asasi manusia maupun masyarakat di perusahaan sehingga mempengaruhi nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility dilaksanakan dengan tujuan untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh para *stakeholder* (pemangku kepentingan) seperti konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam aspek operasional. Apabila perusahaan telah mendapatkan dukungan yang tinggi, maka citra perusahaan dan kinerja perusahaan akan meningkat. Hal ini akan menjadi daya tarik investor dalam melakukan investasi dan nilai perusahaan akan meningkat.

Hasil penelitian Mulyadi dan Yunita (2012), serta Tija dan Setiawati (2012) yang menemukan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan

Variabel *Intellectual Capital* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai koefisien regresi -1,311 dan thitung sebesar -4,754. Selain itu, nilai signifikan sebesar 0,000 menunjukkan nilai yang lebih kecil dari nilai signifikan yang ditentukan yaitu 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel *Intellectual Capital* yang memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini, dilihat dari data laporan keuangan tahunan *Intellectual Capital* perusahaan *food and Beverage* di BEI yang menggunakan pengukuran VAIC™ (*value added intellectual coefficient*) dengan mengukur efisiensi dari tiga elemen yaitu VACA (*value added capital employed*) atau modal fisik, jika 1 unit dari modal fisik menghasilkan *return* besar dari pada perusahaan lain, maka perusahaan tersebut lebih baik dalam memanfaatkan modal fisik. Pemanfaatan modal fisik secara efektif dan efisien merupakan bagian dari *Intellectual Capital* perusahaan yang memberikan nilai secara nyata, VAHU (*value added human capital*) atau modal manusia, kemampuan untuk menciptakan nilai lebih di dalam perusahaan. *Human Capital* akan meningkat jika perusahaan mampu mengoptimalkan pengetahuan yang dimiliki karyawan, dan STVA (*structural capital value added*) atau modal struktural, kemampuan perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan struktur yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kerja bisnis secara keseluruhan seperti sistem operasional perusahaan, budaya organisasi, dan filosofi manajemen.

Berdasarkan pengukuran *intellectual capital* suatu aset tidak berwujud menunjukkan bahwa kurangnya menciptakan keunggulan kompetitif pada perusahaan dan modal ini merupakan modal unik yang menjadi ciri khas perusahaan yang sangat susah ditiru oleh perusahaan lain. Serta kurangnya dalam memberikan sinyal positif kepada investor, jika semakin tinggi prospek perusahaan semakin baik dan sinyal positif bagi investor, maka semakin banyak investor yang tertarik. Semakin tinggi harga saham dan mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Sunarsih dan Mendra (2012), Kuryanto dan Syafruddin yang menemukan bahwa *intellectual capital* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Variabel Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai koefisien regresi 71,378 dan thitung sebesar 14,297. Selain itu, nilai signifikan sebesar 0,000 menunjukkan nilai yang lebih kecil dari nilai signifikan yang ditentukan yaitu 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas yang memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini, dilihat dari data laporan keuangan tahunan Profitabilitas perusahaan *food and Beverage* di BEI yang menggunakan pengukuran *Return On Assets* (ROA) disebut juga rasio kekuatan laba (*earning power ratio*),

Berdasarkan pengukuran Profitabilitas merupakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, hal ini menandakan bahwa ketika profitabilitas meningkat pada sektor *food and beverage* di BEI yang diperoleh perusahaan, maka akan semakin tinggi kepercayaan investor terhadap perusahaan, sehingga harga saham akan meningkat dan itu berarti meningkatnya nilai perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Puspita (2012), Martikarini (2014), Hermuningsih (2013), Susanto (2016), Riaz dan Qasim (2016), Purwohandok (2017), Tui et al. (2016) membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Kesimpulan

Isi Berdasarkan hasil analisis maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji secara parsial diperoleh bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki arah negatif dengan nilai $-1,372$, thitung sebesar $-0,271$ dan nilai signifikan sebesar $0,787 > 0,05$. Hal ini berarti *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Berdasarkan uji secara parsial diperoleh bahwa *Intellectual Capital* memiliki arah negatif dengan nilai $-1,311$, thitung sebesar $-4,754$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti *Intellectual Capital* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Berdasarkan uji secara parsial diperoleh bahwa Profitabilitas (ROA) memiliki arah positif dengan nilai $71,378$, thitung sebesar $14,297$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. Berdasarkan uji secara simultan diperoleh bahwa *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, dan Profitabilitas memiliki nilai signifikan sebesar $0,000$ menunjukkan nilai yang lebih kecil dari nilai signifikan yang ditentukan yaitu $0,05$ ($0,000 < 0,05$) dan thitung sebesar $87,447$. Hal ini berarti *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, dan Profitabilitas secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Keterbatasan

Penulis setelah melakukan penelitian mengetahui bahwa masih terdapat keterbatasan penelitian, antara lain:

1. Keterbatasan jumlah sampel, penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam memilih sampel.
2. Periode waktu penelitian yang masih terbatas, yaitu dari tahun 2017 – 2021.
3. Indikator Pengukuran *corporate social responsibility index* yang masih kurang di dalam laporan tahunan berkelanjutan sehingga mempengaruhi hasil berpengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

Saran

1. Peneliti yang akan meneliti judul penelitian ini selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel baru dan melakukan perluasan penelitian, mengingat masih banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.
2. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat meneliti perusahaan dengan karakteristik yang beragam, dan juga meneliti selain sektor perusahaan *food and beverage*, dengan demikian hasil yang diperoleh bisa mewakili untuk diambil kesimpulan dengan membandingkan dari setiap sektor perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, serta diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menggunakan data yang terbaru, sehingga hasilnya juga akan semakin akurat.
3. Penelitian selanjutnya disarankan mengkaji kembali variabel bebas yang tidak signifikan pada variabel terikat yaitu nilai perusahaan secara mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Fristiani, N. L., Pangastuti, D. A., & Harmono, H. (2020). *Intellectual Capital Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan: Pada Industri Perbankan*. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 3(1), 35–42. <https://doi.org/10.26905/afr.v3i1.4223>
- Ardimas, W., Ekonomi, F., & Gunadarma, U. (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank. *BENEFIT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 18, 57–66. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i2.547>
- Anggriani, L., & Dewi, N. P. (2022). Pengaruh Green Intellectual Capital Index, Biaya Corporate Social Responsibility, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2019. *Zona Keuangan: Program Studi Akuntansi (S1) Universitas Batam*, 11(3), 42–59. <https://doi.org/10.37776/zuang.v11i3.812>
- Halimah, S. N. (2020). Pengaruh Manajemen Risiko , Modal Intelektual. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(7), 1–17.
- Hudoyo, O., & Juniarti, J. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sub Sektor Industri Metal, Pakan Ternak, Kertas, Dan Kayu Yang Terdaftar Di Bei 2009-2013. *Business Accounting Review*, 3, 121–130.
- Indrawan, M. G., & Raymond, R. (2020). Pengaruh Norma Subjektif Dan Return Ekspektasian Terhadap Minat Investasi Saham Pada Calon Investor Pada Program Yuk Nabung Saham Di Kota Batam. *Jurnal Akrab Juara*, 5(3), 156-166.
- Indrawan, M. G., & Siregar, D. L. (2021). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Smartphone Samsung Di Kota Batam. *Jurnal Ekobistek*, 81-87.
- Indrawan, M. G., & Raymond, R. (2019). Pengaruh Suku Bunga Sertifikat Bank Indonesia dan Nilai Kurs Terhadap Risiko Sitematik Saham Perusahaan Sektor Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), 78-87.
- Mardika, N. H., & Raymond, R. (2018, October). Analisis Persepsi Masyarakat Dalam Memilih Perbankan Syariah Di Kota Batam. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial dan Teknologi (SNISTEK)* (No. 1, pp. 115-120).

- Putra, D. G., & Raymond, R. (2019). Pengaruh Dana Pihak Ketiga Dan Kecukupan Modal Terhadap Profitabilitas Pada Bank Riau Kepri Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2).
- Raymond, R. (2018). Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Pelatihan Perencanaan Bagi Kelompok Usaha Kerajinan Taufan Handrycraft Di Kota Batam. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 105-110.
- Raymond, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemiskinan Di Propinsi Kepulauan Riau. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 2(3), 14-24.
- Raymond, R., Siregar, D. L., Putri, A. D., Indrawan, M. G., & rahmat Yusran, R. (2023). Pelatihan Pencatatan Biaya Bahan Baku Untuk Meningkatkan Kinerja Keuangan Umkm Ikan Hias: The Training for Recording of Raw Material Costs to Improve the Financial Performance of UMKM Ornamental Fish. *PUAN INDONESIA*, 5(1), 53-62.
- Raymond, R., Siregar, D. L., Putri, A. D., Indrawan, M. G., & Simanjuntak, J. (2023). Pengaruh disiplin kerja dan beban kerja terhadap kinerja karyawan pada pt tanjung mutiara perkasa. *Jursima (Jurnal Sistem Informasi dan Manajemen)*, 11(1), 129-133.
- Siregar, D. L., Indrawan, M. G., Putri, A. D., Rosiska, E., & Raymond, R. (2023). Development Of Product Packaging Design In Income Increasing Business Group Of Prosper Family (Uppks) Friends Kitchen In Batam City: Pengembangan Desain Kemasan Produk Pada Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) Sahabat Kitchen Di Kota Batam. *PUAN INDONESIA*, 4(2), 279-284.
- UPB, J. I. M. (2017). Pengaruh Likuiditas Dan Solvabilitas Terhadap Profitabilitas Pada PT Indosat Tbk. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 5(1), 110-118.
- Lestari, N., & Sapitri, R. C. (2016). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 4(1), 28–33.
- Mahendra, I. M. A., & Wirawati, N. G. P. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Free Cash Flow Sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 24, 2274. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v24.i03.p24>
- Suparno, S., & Ramadini, R. (2017). Pengaruh Intellectual Capital dan Earning PerShare terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 710–718.
- Sutalaksana, E., & Kurniawati, E. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019. *Zona Keuangan: Program Studi Akuntansi (SI) Universitas Batam*, 11(3), 14–30. <https://doi.org/10.37776/zuang.v11i3.807>
- Yahdiyani, A., & Suryono, B. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(7), 1–18.

- <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/1380/1395>
- Ardiansyah, G. G. K. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(1), 367. <https://doi.org/10.24912/jpa.v2i1.7165>
- Dr. Vladimir, V. F. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Hadiwijaya, R. C. (2013). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Intervening. *Universitas Diponegoro Semarang, Vol. 13*(No. 1), pp 17-27.
- Hidayat, T., Triwibowo, E., & Vebrina Marpaung, N. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, 6(01), 1–18. <https://doi.org/10.37366/akubis.v6i01.230>
- Karina, D. R. M., & Setiadi, I. (2020). Pengaruh Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Gcg Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 6(1), 37. <https://doi.org/10.26486/jramb.v6i1.1054>
- Lestari, & Munandar, A. (2017). Pengaruh Intellectual Capital & Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 14(1), 17–39.
- Marsela, P., & Yantri, O. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Solvabilitas terhadap Harga Saham pada Sektor Transportasi yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2018. *Zona Keuangan: Program Studi Akuntansi (S1) Universitas Batam*, 11(1), 41–53. <https://doi.org/10.37776/zuang.v11i1.765>
- Nahda, K., & Harjito, D. A. (2011). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Siasat Bisnis*, 15(1), 1–12. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol15.iss1.art1>
- Ni Ketut Suransi. Alamsyah DAN Armi Sulton. (2016). Komposisi dan Keanekaragaman Mikroarthropoda Tanah Sebagai Bioindikator Karakteristik Biologi pada Tanah Gambut. *Jurnal Natur*, 4(282), 29.
- Nur Aulia, A., Indah Mustikawati, R., & Hariyanto, S. (2020). Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(1), 1–7. <https://doi.org/10.21067/jrmm.v6i1.4463>
- Prasetyanto, P., & Chariri, A. (2013). Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Kinerja Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Keuangan di BEI Periode Tahun 2009 – 2011). *Diponegoro Journal of Accounting*, 2(2), 156–167. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/3268>
- Putri, A. J., Agustin, H., & Helmayunita, N. (2019). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(3), 1541–1555. <https://doi.org/10.24036/jea.v1i3.161>
- RASSI, M. C. T. (2016). *Peringkat Bank Berdasarkan Ukuran Kinerja Intellectual Capital Dan Berdasarkan Rgec (Risk Profile, Good Corporate Governance, Earnings, Capital). 2004*, 7–19. <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/11096>
- Risiko, D. A. N., Terhadap, B., & Onoyi, N. J. (n.d.). *Pengaruh Ukuran Struktur Modal Pada Perusahaan Sub Sektor ...*
- Sistafiani, D. (2018). *Pengaruh Kebijakan Dividen, Profitabilitas, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, dan Corporate Social Responbility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan. 2011*, 17–50.
- Soekanto. (2007). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka*

2.1, 2004, 6–25.

- Suparno, S., & Ramadini, R. (2017). Pengaruh Intellectual Capital dan Earning PerShare terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 710–718.
- Sutalaksana, E., & Kurniawati, E. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019. *Zona Keuangan: Program Studi Akuntansi (SI) Universitas Batam*, 11(3), 14–30. <https://doi.org/10.37776/zuang.v11i3.807>
- Sutama, D. R., & Lisa, E. (2018). PENGARUH LEVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Sains Manajemen Dan Akuntansi*, X(2), 65–85.
- Verawaty, Merina, C. I., & Lastari, S. A. (2017). Pengaruh Intellectual Capital, Earnings Management, Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Gcg Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Ilmiah MBiA*, 16(2), 79–94.
- Widyantari, N. L. P., & Yadnya, I. P. (2017). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Persaingan dalam dunia bisnis semakin kuat seiring dengan kondisi perekonomian yang membaik . Setiap perusahaan berusaha untuk dapat mencapai tujuan perusahaan yaitu dengan meningkatkan ke. *Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverage Di Bursa Efek Indonesi*, 6(12), 6383–6409.
- Yanti, B., & Siswanto, R. (2018). Pengaruh Corporate Sosial Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Konstruksi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(3), 1. <https://doi.org/10.31317/jmk.9.3.1-17.2018>
<https://www.idx.co.id>.