

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN INTELLECTUAL CAPITAL (IC) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Yolan Liani¹, Rulyanti Susi Wardhani², Sumiyati³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Bangka Belitung, Bangka

Abstrak

Nilai perusahaan penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan membawa kesejahteraan yang besar bagi pemegang saham. Nilai perusahaan menggambarkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor. Nilai perusahaan yang tinggi tidak hanya mencerminkan kinerja perusahaan saat ini, namun juga menunjukkan kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan di masa depan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Intellectual Capital* (IC) terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh profitabilitas. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan berdasarkan dari kriteria yang telah ditetapkan diperoleh sebanyak 33 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis data berupa analisis statistik deskriptif dan analisis regresi data panel. Hasil penelitian membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *Intellectual Capital* (IC) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *Intellectual Capital* (IC) terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci:

corporate social responsibility, intellectual capital, nilai perusahaan, dan profitabilitas.

Abstract

Firm value is important because high company value will bring great prosperity to shareholders. Firm value describes company performance which can influence investor perceptions. High firm value not only reflects the company's current performance, but also shows market confidence in the company's prospects in the future. This study aims to determine and analyze the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) and Intellectual Capital (IC) on firm value which is moderated by profitability. The sampling technique of this study used purposive sampling and based on established criteria obtained as many as 33 manufacturing companies listed in BEI in 2021-2023. This study adopted a quantitative approach with data analysis methods in the form of descriptive statistical analysis and panel data regression analysis. The result show that Corporate Social Responsibility (CSR) has a positive effect on firm value, Intellectual Capital (IC) has no effect on firm value, profitability is able to moderate the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) on firm value, and profitability is able to moderate the effect of Intellectual Capital (IC) on firm value.

Keywords:

corporate social responsibility, intellectual capital, profitability, and firm value

Pendahuluan

Pesatnya perkembangan dunia bisnis saat ini diiringi dengan tingkat persaingan yang semakin tinggi intensitasnya, sehingga mendorong para pengusaha untuk mengubah mindset dalam pengelolaan bisnisnya. Persaingan yang terjadi menuntut perusahaan untuk terus meningkatkan kemampuannya dan terus berinovasi demi menjaga nilai perusahaan agar bisa bersaing dengan perusahaan lainnya. Dalam usaha pengembangan perusahaan, upaya untuk menjaga keunggulan bisnis tetap menjadi prioritas dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan yang menjadi faktor penting untuk menarik perhatian para investor karena bisa menggambarkan sejauh mana perusahaan tersebut dapat memberikan keuntungan bagi para investor (Dzikir et al., 2020).

Setiap perusahaan tidak hanya bertujuan untuk memaksimalkan laba yang diperoleh. Saat perusahaan semakin berkembang, maka tingkat tanggung jawab perusahaan akan semakin meningkat juga seperti adanya pertanggungjawaban terhadap kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan karena adanya aktivitas perusahaan yang tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba perusahaan (Wijaya dan Yasa, 2022). Salah satu sektor yang berkaitan dengan sosial dan lingkungan hidup adalah sektor manufaktur. Di Indonesia, industri manufaktur mengalami pertumbuhan yang cukup pesat, hal ini dibuktikan dengan peningkatan jumlah perusahaan yang sudah terdaftar di BEI (Mumpuni dan Maryono, 2022).

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang kegiatan operasionalnya berupa pengolahan bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi yang erat kaitannya dengan berbagai bahan baku, proses produksi, dan teknologi. Menurut Yolanda et al., (2022) seiring dengan kemajuan perusahaan, tingkat eksploitasi sumber daya alam semakin meningkat dan tidak terkendali, sehingga kesadaran untuk mengurangi dampak negatif tersebut juga semakin berkembang. Oleh karena itu, persaingan dalam industri manufaktur membuat perusahaan semakin meningkatkan kinerjanya

dalam mencapai tujuan untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dengan cara memaksimalkan nilai perusahaan yang terlihat pada harga sahamnya (Sembiring dan Trisnawati, 2019).

Nilai perusahaan merupakan hal yang penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan membawa kesejahteraan yang besar bagi pemegang saham. Tujuan utama pemegang saham adalah meningkatkan keuntungan perusahaan dan memaksimalkan nilai perusahaan yang mana jika harga saham meningkat maka keuntungan yang diperoleh pemegang saham juga akan meningkat (Mumpuni dan Maryono, 2022). Tingginya nilai saham suatu perusahaan dapat membuat pasar modal yakin terhadap kinerja keuangan perusahaan, sehingga dapat menjadi peluang bagi perusahaan untuk mempengaruhi para investor melakukan investasi jangka panjang (Sembiring dan Trisnawati, 2019). Dalam operasional perusahaan terdapat banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan baik faktor keuangan maupun non keuangan, salah satu satunya dapat dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Intellectual Capital* (IC) (Wardhani, Rulyanti Susi).

Pengungkapan CSR saat ini menjadi tren di banyak perusahaan, terutama di kalangan perusahaan besar. Industri manufaktur telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap berbagai masalah, seperti polusi, limbah, keamanan produk, dan ketenagakerjaan (Edinov et al., 2022). Didirikan suatu kawasan industri memiliki banyak konsekuensi sosial, ekonomi, dan lingkungan hidup yang menuntut perusahaan untuk bertanggung jawab kepada masyarakat, terutama melalui kegiatan mereka sendiri (Tenriwaru et al., 2018). Oleh karena itu, pengembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR) membantu mengurangi dampak negatif dari operasi bisnis. Jika perusahaan secara berkelanjutan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya, maka pasar dapat memberikan apresiasi positif yang tercermin dalam peningkatan harga saham perusahaan serta menyebabkan peningkatan nilai perusahaan (Saragih dan Purba, 2019).

Selain melalui aktivitas CSR, pengukuran nilai suatu perusahaan juga dapat dinilai dari *Intellectual Capital* (IC) yang menjadi perhatian bagi perusahaan maupun investor. *Intellectual capital* menjadi salah satu pendekatan yang digunakan dalam penilaian dan pengukuran dari *knowledge asset*. Nugroho dan Gudono (2018) menjelaskan bahwa perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang terus berlangsung, membuat perusahaan semakin menekankan pentingnya *knowledge assets* sebagai bentuk aset tidak berwujud dimana perusahaan harus bersaing untuk meningkatkan keunggulan kompetitif demi tercapainya orientasi ekonomi perusahaan.

Dalam penelitian ini, profitabilitas digunakan sebagai variabel moderasi yang diduga dapat berpengaruh memperkuat atau memperlemah hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Intellectual Capital* (IC) dengan nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan indikator penting dan menjadi alat ukur kesuksesan manajer dalam mengelola perusahaan perusahaan (Kherismawati et al., 2016). Profitabilitas dijadikan sebagai ukuran perusahaan dalam menghasilkan laba. Lestari dan Satyawati (2018) mengemukakan bahwa sebagian investor membuat keputusan investasi berdasarkan profitabilitas perusahaan dikarenakan para investor cenderung memilih untuk berinvestasi di perusahaan yang menunjukkan peningkatan laba yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki pertumbuhan laba yang rendah.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dengan melihat fenomena yang terjadi dan kesenjangan penelitian, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Intellectual Capital* (IC) terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023".

Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* dikembangkan oleh Freeman (1984) yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi demi kepentingan dirinya sendiri, melainkan perusahaan harus mampu memberikan

manfaat bagi para *stakeholder*. Hal itu menunjukkan keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Teori *stakeholder* bertujuan agar kedua pihak, yaitu manajemen perusahaan dan para *stakeholder* dapat saling memberikan manfaat. Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah membantu manajer perusahaan dalam memahami lingkungan *stakeholder* mereka dan melakukan pengelolaan yang lebih efektif di antara hubungan-hubungan yang ada dalam lingkungan. Dalam teori *stakeholder*, manajemen perusahaan diharapkan untuk menjalankan aktivitas-aktivitas yang dianggap penting oleh *stakeholder*, serta melaporkan kembali aktivitas-aktivitas tersebut kepada pemangku kepentingan. Menurut Dewi dan Dewi (2020), teori *stakeholder* bertujuan membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan nilai dari dampak aktivitas-aktivitas perusahaan dan meminimalkan kerugian bagi *stakeholder*.

Teori Resourced Based

Teori *resourced based* pertama kali dikemukakan oleh Wernefelt (1998) yang menjelaskan bahwa menurut pandangan teori *resourced based*, perusahaan akan meningkatkan keunggulan dalam persaingan bisnis dan mendapatkan kinerja keuangan yang baik dengan adanya kemampuan untuk mengelola dan memanfaatkan aset-aset strategis (aset tidak berwujud dan berwujud). Teori ini membahas bagaimana suatu perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain, dengan mengandalkan dan mengelola sumber daya yang dimiliki sesuai dengan kemampuan perusahaan. Salah satu sumber daya yang dimiliki perusahaan dari aset tidak berwujud yang diungkapkan adalah *intellectual capital*. Setiap perusahaan harus dapat mengelola sumber daya ini agar bisa menciptakan keunggulan kompetitif.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kondisi atau citra perusahaan yang dicapai dari kepercayaan masyarakat terhadap kinerja perusahaan selama beberapa tahun (Dewi dan Asyik, 2020). Suatu perusahaan yang mengoptimalkan kinerja perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan dapat

diartikan perusahaan tersebut sedang memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang kaitannya erat dengan harga saham (Nurhayati et al., 2021). Tingginya nilai perusahaan akan tercermin dari kemakmuran pemegang saham. Setiap perusahaan menginginkan nilai perusahaan yang tinggi agar bisa menarik minat investor, karena dengan meningkatnya permintaan saham juga akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Nilai perusahaan yang tinggi akan mendapatkan respon yang baik dari investor terkait kinerja keuangan. Tingginya nilai perusahaan tidak hanya mencerminkan kinerja perusahaan saat ini, tetapi juga mengindikasikan keyakinan pasar terhadap prospek perusahaan di masa mendatang.

Corporate Social Responsibility

Kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan di Indonesia telah dituangkan dalam peraturan perundang-undangan, yaitu dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang telah disahkan DPR pada tanggal 20 Juli 2007. Undang-Undang tersebut menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Fokus dunia usaha dalam mendedikasikan modal berkelanjutan pada kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) nyatanya juga akan membawa sejumlah manfaat bagi dunia usaha itu sendiri (Yolanda et al., 2022). Pelaksanaan CSR bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan dengan fokus pada *stakeholder* yang terdiri dari pihak internal dan eksternal perusahaan.

Intellectual Capital

Intellectual capital adalah aset tak berwujud yang dapat meningkatkan nilai dan daya saing perusahaan apabila dimanfaatkan secara efektif. *Intellectual capital* adalah sumber daya unik yang tidak dapat ditiru oleh semua perusahaan, sehingga menyebabkan modal

intelektual sebagai sumber daya utama bagi perusahaan untuk menciptakan perusahaan yang bernilai tambah dan akan mencapai keunggulan kompetitif (Martini et al., 2016). *Intellectual capital* mencakup keseluruhan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan dan perusahaan, serta kemampuan mereka untuk memberikan nilai tambah dan meningkatkan keunggulan kompetitif secara berkelanjutan. Menurut Brooking (1996), *intellectual capital* adalah istilah untuk aset yang tidak berwujud yang merupakan gabungan dari pasar dan kekayaan intelektual, yang berpusat pada manusia dan infrastruktur yang memungkinkan perusahaan untuk berfungsi. Sedangkan menurut Stewart (1997), *intellectual capital* merupakan seperangkat pengetahuan yang berguna mencakup proses organisasi, teknologi, paten, kemampuan karyawan, informasi tentang pelanggan, supplier, dan pihak-pihak berkepentingan. *Intellectual capital* menggunakan pengukuran dengan model VAIC™ (*Value Added Intellectual Capital*). Metode VAIC™ dikembangkan oleh Pulic pada tahun 1998 yang secara tidak langsung mengukur modal intelektual perusahaan, tetapi mengajukan suatu ukuran untuk menilai efisiensi dari nilai tambah sebagai hasil dari kemampuan intelektual perusahaan. Pulic (1998) menyatakan untuk dapat menciptakan *value added* dibutuhkan ukuran yang tepat tentang *physical capital* (yaitu dana-dana keuangan) dan *intellectual potential* (dipresentasikan oleh karyawan dengan segala potensi dan kemampuan yang melekat pada mereka). VAIC™ menggambarkan bagaimana kedua sumber daya tersebut (*physical capital* dan *intellectual potential*) telah secara efisien dimanfaatkan oleh perusahaan.

Profitabilitas

Menurut Dzikir et al., (2020), profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan atau laba selama periode tertentu. Rasio ini mencerminkan kemampuan perusahaan untuk memberikan pendapatan atau laba bersih kepada para investor. Dengan demikian investor jangka panjang akan memperhatikan analisis profitabilitas, terutama bagi pemegang saham akan melihat laba yang akan diterimanya

dalam bentuk dividen. Profitabilitas yang rendah akan menjadikan performa perusahaan menurun.

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate social responsibility merupakan wujud tanggung jawab perusahaan untuk mengatasi masalah sosial dan lingkungan yang timbul akibat kegiatan operasionalnya, dengan tujuan agar perusahaan dapat berkembang secara berkelanjutan. Berdasarkan teori *stakeholder*, perusahaan tidak hanya berfokus pada tujuannya sendiri, melainkan juga memberikan manfaat bagi *stakeholder*. Dengan melakukan aktivitas CSR perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan, sehingga reputasi perusahaan juga meningkat di mata masyarakat. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Dzikir et al., 2020; Rahmantari 2021; Nurhayati et al., 2021) mengungkapkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi aktivitas CSR yang diungkapkan, maka nilai perusahaan akan meningkat. Berdasarkan penjabaran di atas, maka hipotesis pertama pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan

Intellectual capital merupakan suatu aset tidak berwujud, berupa sumber daya informasi dan pengetahuan yang dimanfaatkan untuk meningkatkan kemampuan bersaing dan menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Keunggulan sumber daya perusahaan yang merupakan bagian dari *intellectual capital*, akan memberikan nilai tambah karena hal tersebut menjadi identitas atau ciri khas perusahaan yang sulit untuk ditiru. Berdasarkan teori *resource based*, perusahaan yang mampu mengelola *intellectual capital* dengan baik akan mampu menciptakan nilai tambah. Dengan demikian, nilai tambah yang dihasilkan akan memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif ini menunjukkan persepsi pasar terhadap nilai

perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Amirullah et al., 2022; Muasiri dan Sulistyowati 2021; LumbanGaol et al., 2021) mengungkapkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjabaran di atas, maka hipotesis kedua pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2 : *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Profitabilitas dalam Memoderasi Hubungan antara Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi bagian penting bagi perusahaan untuk mendukung kesejahteraan masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Berdasarkan teori *stakeholder*, aktivitas pengungkapan CSR dilakukan untuk memberikan informasi kepada *stakeholder* sekaligus menunjukkan tanggung jawab perusahaan. Investor cenderung lebih tertarik untuk menginvestasikan modalnya pada perusahaan yang peduli terhadap kelestarian lingkungannya dan tetap memprioritaskan kepentingan *stakeholder*. Profitabilitas dapat mempengaruhi atau memoderasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Jika profitabilitas perusahaan tinggi, pelaksanaan CSR yang baik dapat lebih meningkatkan nilai perusahaan karena perusahaan memiliki sumber daya lebih untuk menginvestasikan lebih banyak pada kegiatan CSR yang berdampak positif. Sebaliknya, jika profitabilitas rendah, efek positif dari CSR terhadap nilai perusahaan mungkin tidak besar karena keterbatasan kemampuan perusahaan untuk melakukan aktivitas CSR. Penelitian yang dilakukan oleh (Nurhayati et al., 2021) menyatakan bahwa profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memoderasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Berdasarkan penjabaran di atas, maka hipotesis ketiga pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

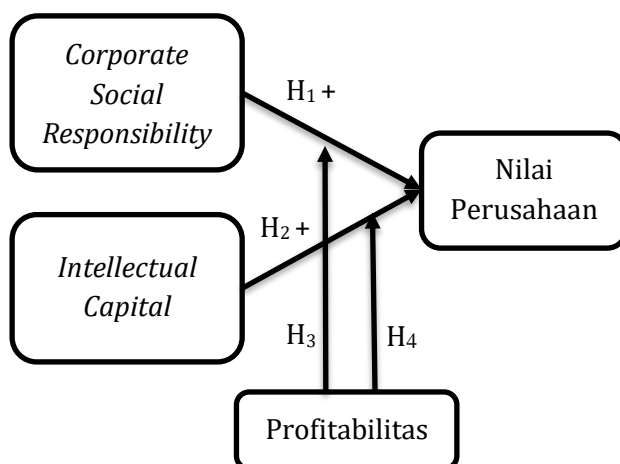
H3 : Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas dalam Memoderasi Hubungan antara *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan

Intellectual capital sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari sebuah perusahaan, karena memiliki potensi untuk menciptakan efisiensi dalam penggunaan sumber daya perusahaan. Sesuai dengan teori *resource based, intellectual capital* merupakan salah satu sumber daya yang dapat memberikan daya saing yang unggul bagi perusahaan. Hal ini tentunya akan meningkatkan nilai perusahaan dan juga laba perusahaan itu sendiri. Ketika laba perusahaan mengalami peningkatan, maka tingkat kesejahteraan para pemegang saham juga akan meningkat. *Intellectual capital* yang tinggi jika disertai dengan tingkat profitabilitas yang tinggi dapat lebih menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Amirullah et al., (2022) dan Muasiri dan Sulistyowati (2021) mengungkapkan bahwa profitabilitas sebagai variabel moderasi dapat memoderasi hubungan *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan, Berdasarkan penjabaran di atas, maka hipotesis keempat pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H4 : Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan landasan teori dan beberapa penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dari penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024

Metode

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* dan *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023, yang diperoleh dari website resmi <http://www.idx.co.id> berjumlah 210 perusahaan. Pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling* yang merupakan teknik menentukan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu. Adapun kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu (1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2021-2023. (2) Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan tahunan secara lengkap selama tahun 2021-2023 (*audited*). (3) Perusahaan manufaktur yang menggunakan Standar GRI sebagai pedoman laporan keberlanjutannya dan menerbitkan secara lengkap selama tahun 2021-2023. (4) Perusahaan manufaktur yang tidak mengalami kerugian selama tahun 2021-2023.

Dalam penelitian ini nilai perusahaan diukur dengan *Price to Book Value* (PBV). PBV merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai bukunya. Nilai buku dihitung dengan membagi ekuitas dengan jumlah saham yang beredar. Rasio ini menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Semakin tinggi PBV menunjukkan bahwa pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut di masa mendatang. Pada penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati dan Kurniawati (2023), PBV dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

PBV = Nilai perusahaan

Harga saham per lembar = Harga penutupan saham akhir tahun

Book Value = Nilai buku per saham (BV = total ekuitas : jumlah saham beredar)

CSR diukur dengan metode analisis konten menggunakan *Corporate Social Responsibility Index (CSRI)*, yaitu setiap item pengungkapan CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor setiap perusahaan yang kemudian dibagi dengan jumlah item pengungkapan. Dalam penelitian ini, instrumen pengukuran merujuk pada instrumen yang diungkapkan dalam *Global Reporting Initiative Standards (Standar GRI)* dengan menggunakan GRI 200, GRI 300, dan GRI 400 yang mengungkapkan aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial. Rumus pengukuran CSR adalah sebagai berikut:

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

$CSRI_i$ = Corporate Social Responsibility Disclosure Index perusahaan i

$\sum X_{yi}$ = Jumlah item yang diungkapkan perusahaan. (dummy variabel, 1 = jika item diungkapkan, 0 = jika item y tidak diungkapkan)

n_i = Jumlah item untuk perusahaan i berdasarkan Standar GRI

Intellectual Capital dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan Value Added Intellectual Coefficient (VAICTM). Metode ini relatif sederhana dalam pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian, karena data diperoleh dari akun-akun yang terdapat dalam laporan keuangan perusahaan. Komponen utama dari VAICTM dapat dilihat dari sumber daya perusahaan, yaitu VACA (Value Added Capital Employed), VAHU (Value Added Human Capital), dan STVA (Structural Capital Value Added). Menurut Pulic (2000) formulasi dan perhitungan VAICTM adalah sebagai berikut:

a) Menghitung *Value Added (VA)*

$$VA = OUT - IN$$

VA = *Value Added* (selisih antara output dan input)

OUT = Output (total penjualan dan pendapatan lain-lain)

IN = Input (beban penjualan dan biaya lain-lain, selain beban karyawan).

b) Menghitung Value Added Capital Employed (VACA)

$$VACA = \frac{VA}{CE}$$

VACA = *Value Added Capital Employed* (rasio dari VA terhadap CE)

VA = *Value Added*

CE = *Capital Employed* (dana yang tersedia atau jumlah ekuitas)

c) Menghitung Value Added Human Capital (VAHU)

$$VAHU = \frac{VA}{HC}$$

VAHU = *Value Added Human Capital* (rasio dari VA terhadap HC)

VA = *Value Added*

HC = *Human Capital* (beban karyawan)

d) Menghitung Struktur Capital Value Added (STVA)

$$STVA = \frac{SC}{VA}$$

STVA = *Structur Capital Value Added* (rasio dari SC terhadap VA)

VA = *Value Added*

SC = *Structur Capital* (VA - HC)

- e) Menghitung Value Added Intellectual Coefficient (VAIC™)

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

VAIC™ = Value Added Intellectual Coefficient

VACA = Value Added Capital Employed

VAHU = Value Added Human Capital

STVA = Structur Capital Value Added

Variabel moderasi pada penelitian ini adalah profitabilitas. Profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA). Rasio ROA merupakan suatu ukuran untuk menilai seberapa besar tingkat pengembalian dari aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Menurut Wahyuni, (2018) semakin besar nilai dari ROA, semakin baik kinerja perusahaan, karena memiliki nilai *return* yang semakin besar. Hal ini dapat menarik minat investor perusahaan dan berpotensi meningkatkan nilai perusahaan. Rasio ROA dapat dirumuskan sebagai berikut (Rahmawati dan Kurniawati, 2023):

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

Hasil dan Pembahasan

Statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif pada nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean) dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Hasil statistik deskriptif pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif

	NPR	CSR	ICP	PFT
Minimum	0.376	0.286	6.449	0.009
Maximum	44.857	0.845	67.862	0.313
Mean	3.951	0.479	23.236	0.106
Standar Deviasi	7.119	0.114	13.667	0.073
Observations	99	99	99	99

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan hasil statistik deskriptif dapat diketahui bahwa nilai perusahaan (NPR)

memiliki nilai rata-rata sebesar 3,951, nilai maksimum sebesar 44,857, nilai minimum sebesar 0,376, dan nilai standar deviasi sebesar 7,119. *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,479, nilai maksimum sebesar 0,845, nilai minimum sebesar 0,286, dan nilai standar deviasi sebesar 0,114. *Intellectual Capital* (ICP) memiliki nilai rata-rata sebesar 23,236, nilai maksimum sebesar 67,862, nilai minimum sebesar 6,449, dan nilai standar deviasi sebesar 13,667. Profitabilitas (PFT) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,106, nilai maksimum sebesar 0,313, nilai minimum sebesar 0,009, dan nilai standar deviasi sebesar 0,073.

Pengujian Model Estimasi

Tabel 2. Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation:Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	67.861028	(32,63)	0.0000
Cross-section Chi-square	353.297510	32	0.0000

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan Uji *Chow* hasil menunjukkan bahwa model estimasi yang terpilih adalah *fixed effect model*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *probability* dari *cross section Chi-square* dibawah nilai signifikan < 0,05 yaitu 0,000, sehingga dilanjutkan dengan uji *Hausman*.

Tabel 3. Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test			
Equation: Untitled			
Test cross-section random effects			
Test	Chi-Sq.	Chi-Sq.	Prob.
Summary	Statistic	d.f.	
Cross-section random	32.057701	3	0.0000

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan Uji Hausman hasil menunjukkan bahwa model estimasi yang terpilih adalah *fixed effect model*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai

probability dari cross section random diatas nilai signifikan $> 0,05$ yaitu 0,0000.

Pada saat dilakukan Uji *Chow*, model yang cocok adalah model *fixed effect* dan pada Uji *Hausman* yang cocok adalah model *fixed effect*. Sehingga untuk memutuskan model Uji LM tidak perlu dilakukan. Berdasarkan kedua pengujian diatas yaitu Uji *Chow* dan Uji *Hausman*, maka model estimasi regresi data panel terbaik untuk digunakan di dalam penelitian ini adalah *Fixed Effect Model (FEM)*. Jadi dalam pengujian asumsi klasik dan pengujian hipotesis akan menggunakan *fixed effect* sebagai model estimasinya.

Pengujian Asumsi Klasik

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

	CSR	ICP	PFT
CSR	1.000000	0.214202	0.111748
ICP	0.214202	1.000000	0.011728
PFT	0.111748	0.011728	1.000000

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai korelasi antar variabel CSR (*corporate social responsibility*), ICP (*intellectual capital*), dan PFT (profitabilitas) adalah normal, dimana nilai korelasi $< 0,80$ yang artinya dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadinya gejala multikolinearitas.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.205716	0.584336	-2.063395	0.0432
CSR	1.197517	0.809673	1.479013	0.1441
ICP	0.025455	0.018027	1.412063	0.1629
PFT	4.464315	3.019859	1.478319	0.1443

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024

Disamping itu, berdasarkan Tabel 5 nilai probabilitas variabel CSR (*corporate social responsibility*) diperoleh sebesar 0,1441, ICP (*intellectual capital*) sebesar 0,1629, PFT (profitabilitas) sebesar 0,1443. Nilai tersebut menunjukkan bahwa nilai *probability* semua variabel $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya masalah heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6. Hasil Uji Koefesian Determinasi

R-squared	0.986984
Adjusted R-squared	0.979427
S.E. of regression	1.021220
Sum squared resid	64.6592
Log likelihood	-119.3884
F-statistic	130.5986
Prob(F-statistic)	0.000000

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan pada Tabel 6 nilai koefisien determinasi yang dilihat dari nilai *adjusted R-squared* adalah sebesar 0,979 atau 97,9 persen. Hal ini menunjukkan bahwa 97,9 persen variabel nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel *corporate social responsibility*, *intellectual capital*, interaksi *corporate social responsibility* dengan profitabilitas, dan interaksi *intellectual capital* dengan profitabilitas. Sedangkan sisanya sebesar 2,1 persen dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini seperti ukuran perusahaan, kebijakan deviden dan variabel lainnya yang juga akan mempengaruhi nilai perusahaan.

2. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Tabel 7. Hasil Uji Statistik F

R-squared	0.986984
Adjusted R-squared	0.979427
S.E. of regression	1.021220
Sum squared resid	64.6592
Log likelihood	-119.3884
F-statistic	130.5986
Prob(F-statistic)	0.000000

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan hasil uji signifikan simultan yang ditunjukkan pada Tabel 7 dimana nilai *probability F-statistic* di bawah tingkat signifikansi $< 0,05$ yakni sebesar 0.000000 yang berarti nilai *probability F-statistic* lebih kecil daripada 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *corporate social responsibility*, *intellectual capital*, interaksi *corporate social responsibility* dengan profitabilitas, dan

interaksi *intellectual capital* dengan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2021-2023.

3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Tabel 8. Hasil Uji Statistik t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.439037	1.227772	1.172072	0.2457
CSR	5.725899	2.734945	2.093607	0.0404
ICP	0.002411	0.042495	0.056746	0.9549
CSR*PFT	-31.34425	15.20809	-2.061024	0.0435
ICP*PFT	0.539603	0.229301	2.353252	0.0218

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 8, hasil *Moderated Regression Analysis* (MRA) tersebut, dapat dimasukkan ke dalam persamaan regresi data panel sebagai berikut:

$$\text{NPR} = 1,439037 + 0,725899\text{CSR} + 0,002411\text{ICP} - 31,34425\text{CSR*PFT} + 0,539603\text{ICP*PFT} + e$$

Dari hasil analisis regresi data panel yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 1,439037. Nilai ini menunjukkan jika variabel independen yaitu *corporate social responsibility* dan *intellectual capital* dan interaksi antara variabel profitabilitas dengan masing-masing variabel independen yaitu *corporate social responsibility* dan *intellectual capital* bernilai 0, maka variabel dependen nilai perusahaan bernilai 1,439037.
- Nilai koefisien regresi variabel *corporate social responsibility* sebesar 0,725899. Jika nilai variabel lainnya tetap dan CSR mengalami peningkatan satu persen, maka variabel nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,725899.
- Nilai koefisien regresi variabel *intellectual capital* sebesar 0,002411. Jika nilai variabel lainnya tetap dan *intellectual capital* mengalami peningkatan satu

persen, maka variabel nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,002411.

- Nilai koefisien regresi interaksi antara *corporate social responsibility* dengan profitabilitas sebesar -31,34425. Jika nilai interaksi antara *corporate social responsibility* dengan profitabilitas mengalami peningkatan satu persen, maka variabel nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar -31,34425.
- Nilai koefisien regresi interaksi antara *intellectual capital* dengan profitabilitas sebesar 0,539603. Jika nilai interaksi antara *intellectual capital* dengan profitabilitas mengalami peningkatan satu persen, maka variabel nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,539603.

Berdasarkan Tabel 8, dapat dilihat nilai signifikansi masing-masing variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sehingga dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis Alternatif Pertama

Pengujian hipotesis pertama bertujuan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* yang diprosikan dengan *corporate social responsibility index* (CSRI) terhadap nilai perusahaan. Tabel 8 menunjukkan bahwa variabel *corporate social responsibility* menunjukkan nilai *probability* sebesar 0,0404 yaitu lebih kecil dari nilai signifikansi yaitu sebesar 0,05. Hal ini berarti bahwa H_{a1} diterima sehingga membuktikan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Pengujian Hipotesis Alternatif Kedua

Pengujian hipotesis kedua bertujuan untuk menguji pengaruh *intellectual capital* yang diprosikan dengan menggunakan *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC™) terhadap nilai perusahaan. Tabel 8 menunjukkan bahwa variabel *intellectual capital* menunjukkan nilai *probability* sebesar 0,9549 yaitu lebih besar dari nilai signifikansi yaitu sebesar 0,05. Hal ini berarti bahwa H_{a2} ditolak sehingga membuktikan bahwa *intellectual capital* tidak

berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Pengujian Hipotesis Alternatif Ketiga

Pengujian hipotesis ketiga bertujuan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi yang diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA). Tabel 8 menunjukkan bahwa variabel interaksi antara *corporate social responsibility* dan profitabilitas menunjukkan nilai *probability* sebesar 0,0435 yaitu lebih kecil dari nilai signifikansi yaitu sebesar 0,05. Hal ini berarti bahwa H_{a3} diterima karena profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan

4. Pengujian Hipotesis Alternatif Keempat

Pengujian hipotesis keempat bertujuan untuk menguji pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi yang diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA). Tabel 8 menunjukkan bahwa variabel *intellectual capital* menunjukkan nilai *probability* sebesar 0,0218 yaitu lebih kecil dari nilai signifikansi yaitu sebesar 0,05. Hal ini berarti bahwa H_{a4} diterima karena profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *intellectual capital* dan nilai perusahaan.

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis dapat dikatakan bahwa H_{a1} diterima dikarenakan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023. Hal ini berarti besar atau kecilnya penerapan pada setiap item CSR di perusahaan manufaktur berpengaruh terhadap naik atau turunnya nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa tingginya pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur maka akan meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penerapan teori *stakeholder* dimana pentingnya mempertimbangkan kepentingan dan harapan *stakeholder* untuk menciptakan nilai jangka panjang dan berkelanjutan bagi perusahaan, karena perusahaan yang dikenal karena praktik yang bertanggung jawab melalui aktivitas CSR yang dilakukan dapat menarik minat investor. Investor akan mempertimbangkan faktor-faktor non keuangan seperti CSR dalam pengambilan keputusan mereka dalam berinvestasi terhadap perusahaan. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dzikir et al., (2020) menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang sama juga diungkapkan pada penelitian Rahmantari (2021) yang membuktikan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, Rahmawati dan Kurniawati (2023) mengungkapkan bahwa CSR berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis dapat dikatakan bahwa H_{a2} ditolak dikarenakan variabel *intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023. Hal ini berarti besar atau kecilnya nilai yang diciptakan dalam mengelola *intellectual capital* di perusahaan manufaktur tidak berpengaruh terhadap naik atau turunnya nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang mampu mengelola *intellectual capital* pada perusahaan manufaktur dengan baik belum tentu dapat mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian nilai rata-rata seluruh *intellectual capital* bahwa perusahaan manufaktur rata-rata masih berorientasi pada modal fisik dibandingkan *human capital* perusahaan. Perusahaan mengoptimalkan skala ekonomi yang mengutamakan pengurangan biaya dengan mengeluarkan produksi yang setinggi-tingginya tanpa melihat

tenaga kerja yang berkualitas. Selain itu, perusahaan manufaktur juga berfokus pada pengurangan biaya tenaga kerja daripada untuk pengembangan *human capital*. Kultur perusahaan yang lebih mengutamakan hasil produksi dan efisiensi biaya, sehingga kurang mendukung pengembangan yang mana tidak memanfaatkan *human capital* secara efektif. Hal tersebut mengakibatkan nilai kontribusi *human capital* terhadap nilai perusahaan menjadi terbatas. Perusahaan lebih berfokus pada pencapaian target finansial jangka pendek daripada meningkatkan kemampuan perusahaan dalam jangka panjang, yang hanya akan dapat dicapai dengan investasi sumber daya intelektual, terutama pada *human capital* yang menjadi faktor kunci penciptaan nilai dalam meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sasongko et al., (2019) yang membuktikan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian ini tidak selaras dengan penelitian oleh Amirullah et al., (2022) yang mengungkapkan bahwa *intellectual capital* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, Rahmawati dan Kurniawati (2023) mengungkapkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Memoderasi Hubungan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis dapat dikatakan bahwa H_{a3} diterima dikarenakan variabel profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023. Profitabilitas sebagai variabel moderasi akan memperlemah hubungan antara kedua variabel tersebut karena mengalami penurunan hasil ketika adanya interaksi *corporate social responsibility* dengan profitabilitas.

Berdasarkan teori *stakeholder*, perusahaan memiliki kewajiban dalam mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terlibat, bukan hanya pemegang saham. Hasil penelitian membuktikan bahwa interaksi

antara profitabilitas dan CSR yang semakin besar akan berimbang pada semakin menurunnya nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan meskipun perusahaan melakukan CSR secara rutin setiap tahunnya, tetapi belum tentu akan meningkatkan nilai perusahaan dikarenakan terdapat pengaruh profitabilitas di dalamnya. Profitabilitas bergantung dengan kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan. Semakin baik pendapatan yang dihasilkan maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Sementara itu, profitabilitas yang tinggi tidak mampu memperkuat hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan karena profitabilitas memiliki volatilitas yang sangat tinggi dikarenakan berbagai faktor internal dan eksternal. Hasil penelitian ini tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Dzikir et al., (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas sebagai variabel moderasi tidak mampu memoderasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Sementara itu, Nurhayati et al., (2021) mengungkapkan bahwa profitabilitas yang diprosikan dengan ROA dapat memperkuat hubungan antara pengungkapan CSR dan nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Memoderasi Hubungan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis dapat dikatakan bahwa H_{a3} diterima dikarenakan variabel profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *intellectual capital* dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023. Profitabilitas sebagai variabel moderasi akan memperkuat hubungan antara kedua variabel tersebut karena dapat meningkatkan nilai perusahaan ketika adanya interaksi *intellectual capital* dengan profitabilitas. Sehingga, pengaruh positif *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan lebih kuat pada perusahaan dengan profitabilitas tinggi daripada dengan profitabilitas rendah.

Sesuai dengan teori *resources based*, *intellectual capital* dikenal dengan pendekatan berbasis sumber daya dimana perusahaan dianggap memiliki keunggulan kompetitif berdasarkan pada sumber daya dan kapabilitasnya. *Intellectual capital* yang mencakup pengetahuan, pengalaman, keahlian,

dan inovasi yang dimiliki oleh perusahaan merupakan aset tidak berwujud yang bisa menjadi sumber keunggulan kompetitif jangka panjang. Hal ini tentunya akan menjadi faktor yang bisa meningkatkan nilai perusahaan dan juga laba perusahaan itu sendiri. Ketika laba perusahaan mengalami peningkatan, maka tingkat kesejahteraan para pemegang saham juga akan meningkat. *Intellectual capital* yang tinggi jika disertai dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan lebih meningkatkan nilai perusahaan dan dapat menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori tersebut, yang membuktikan semakin tinggi interaksi antara profitabilitas dan *intellectual capital* maka akan bisa meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi mungkin lebih banyak sumber daya dan mampu dalam mengelola, serta mengoptimalkan *intellectual capital* mereka secara efektif untuk menghasilkan keunggulan kompetitif yang lebih besar dalam jangka panjang. Perusahaan dapat menginvestasikan lebih banyak terkait penelitian dan pengembangan, meningkatkan efisiensi operasional, dan memanfaatkan inovasi untuk menghasilkan keuntungan lebih besar.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Amirullah et al., (2022) yang mengungkapkan bahwa profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memoderasi hubungan antara *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan, Hal yang sama juga dikemukakan oleh Muasiri dan Sulistyowati (2021) bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan ROA sebagai variabel moderasi dapat memperkuat hubungan antara *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023 dan didukung oleh teori-teori yang relevan, maka kesimpulan yang diperoleh adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023.

Intellectual Capital (IC) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023. Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023. Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *Intellectual Capital* (IC) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2023.

Bagi peneliti selanjutnya disarankan dapat melakukan penelitian pada perusahaan pada perusahaan lain yang tercatat di Bursa Efek Indonesia dan untuk jumlah tahun pengamatan dapat diperpanjang lagi agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih menyeluruh. Selain itu, diharapkan untuk menambahkan variabel-variabel baru yang memiliki keterkaitan dengan nilai perusahaan seperti kebijakan dividen, struktur modal, dan *Good Corporate Governance* (GCG). Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk menggunakan proksi perhitungan yang lain apabila ingin menggunakan variabel yang serupa seperti *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Intellectual Capital*, Profitabilitas, serta Nilai Perusahaan.

Daftar Referensi

- Amirullah, H. R., Dharma, F., & Putri, W. R. E. (2021). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Saat Pandemi Covid 19 Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Lq45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi*, 7(2), 2039-2050. <https://doi.org/10.33197/jabe.vol7.iss2.2021.781>
- Brooking, A. 1996. *Intellectual capital: Core assets for the third millennium*. London: Enterprise Thomson Business Press.
- Dewi, H. R., & Dewi, L. M. C. (2020). Modal intelektual dan nilai perusahaan pada industri jasa dan pertambangan di Indonesia. *In Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 2, 132-143. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol2.art11>

- Dzikir, A. N., Syahnur, & Tenriwaru. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018). *Atma Jaya Accounting Research*, 03(02), 219-235. <https://doi.org/10.35129/ajar.v3i02.134>
- Edinov, S., Rahim, R. ., & Hamidi, M. . (2022). Pengaruh mekanisme Corporate Governance, Profitability, dan Firm Size terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Owner : Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(3), 3305-3311. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.1091>
- Freeman, R. E. E., & McVea, J. (1984). A Stakeholder Approach to Strategic Management. Darden Graduate School of Business Administration.
- LumbanGaol, G. A., Firmansyah, A., & Irawati, A. D. (2021). Intellectual Capital , Corporate Social Responsibility , And Firm Value In Indonesia ' s Banking Industries. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu*, 14(1). <http://dx.doi.org/10.35448/jrat.v14i1.10229>
- Hidayati, B. S., & Retnani, E. D. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Good Corporate Governance Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(6), 1-18. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/2926>
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2015). Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 19: Aset Tak Berwujud. Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia
- Kherismawati, N. P. E., Wiagustini, N. L. P., & Dewi, M. P. (2016). Profitabilitas Dan Leverage Sebagai Prediktor Kebijakan Dividen Dan Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmu Manajemen Mahasarawati*, 3(1). <https://doi.org/10.22225/ji.3.1.126.94-108>
- Laksono, B. S., & Kusumaningtiyas, R. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan Sektor Aneka Industri Tahun 2016-2018. *Jurnal Akuntansi Unesa*, 09(02). <https://doi.org/10.26740/akunesa.v9n2.p%25p>
- Lestari, D. A. A. (2018). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. <http://eprints.perbanas.ac.id/id/eprint/3816>
- Lestari, D. A. D., & Satyawan, M. D. (2019). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 1-22. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-akuntansi/article/view/27139>
- Martini, R., Vera Riama, L. P., Susi Wardhani, R., & Febriani, M. (2016). Effect of Intellectual Capital To Return on Equity (Study on Consumer Goods Industry Listed in Indonesia Stock Exchange). *International Journal of Business, Accounting and Management*, 1(2), 2527-3531. <https://www.doarj.org>
- Muasiri, A. H., & Sulistyowati, E. (2021). Pengaruh Intellectual Capital Dan Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonommi dan Bisnis (EK dan BI)* 4(1), 426-436. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v4i1.255>
- Mumpuni, S. V., & Maryono. (2022). Faktor – faktor yang Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2020. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi* 6(1), 846-859. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.678>
- Nugroho, W. S., & Gudono. (2018). The Significance Key of Intellectual Capital To Increase Financial Performance , Firm ' s Growth , and Market Value. *The Indonesian Journal Of Accounting Research* 21(2), 269-290. <https://doi.org/10.33312/ijar.361>
- Nurhayati, Eliana, & Jusniarti, N. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Menggunakan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2016-2018). *JHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*,

- 3(1), 73–80.
<http://dx.doi.org/10.22373/jihbiz.v3i1.9633>
- Pratama, H. A. R., & Maria, V. (2023). Pengaruh Intellectual Capital, Good Corporate Governance, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Dimediasi Oleh Profitabilitas. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(6), 2373–2388. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v2i6.4905>
- Pulic, A. (1998). Measuring The Performance of Intellectual Potential in The Knowledge Economy.
- Pulic, A. (2000). VAIC™- An Accounting Tool for IC Management. *International Journal of Technology Management*. <https://doi.org/10.1504/IJTM.2000.002891>
- Puspita Dewi, D. R., & Nur Fadjrih, A. (2020). Pengaruh Rasio Keuangan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 9(9), 4–6. <http://jurnal.mahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/3658/3673>
- Rahmantari, N. L. L. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Moderasi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ganec Swara*, 15(1), 813–823. <https://doi.org/10.35327/gara.v15i1.179>
- Rahmawati, D., & Kurniawati, E. (2023). 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). *E-Jurnal Universitas Batam*, 13(1). <http://ejurnal.univbatam.ac.id/index.php/Keuangan/article/view/1190>
- Rita Susanti, G. A. M., & Budiasih, I. G. A. N. (2019). Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Profitabilitas pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 28(3), 1767. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v28.i03.p09>
- Saragih, J. L., & Purba, T. L. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 71–86. <https://doi.org/10.54367/jrak.v5i1.539>
- Sasongko, H., Alipudin, A., & Uria, M. Y. (2019). Effect corporate social responsibility, firm size, and intellectual capital on firm value in Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Latest Engineering and Management Research (IJLEMR)*, 4(06), 78–89. <https://www.semanticscholar.org/paper/Effect-Corporate-Social-Responsibility-Firm-Size-Sasongko-Alipudin/f6e3c350a1532eb3d054b048a31b7c196d3f6f54>
- Sayyidah, U., & Saifi, M. (2017). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Property Dan Real Estate Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015). 46(1), 163–171. *Jurnal Administrasi Bisnis*, <http://administrasibisnis.studentjournal.uib.ac.id/index.php/jab/article/view/1795>
- Sembiring, S., & Trisnawati, I. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. *Jurnal bisnis dan akuntansi*, 21(1a-2), 173-184. <https://doi.org/10.34208/jba.v21i1a-2.754>
- Stewart, T.A. 1997. Intellectual Capital: The wealth of new organizations. London: Nicholas Brealey Publishing.
- Tenriwaru, & Nasaruddin, F. (2020). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Atma Jaya Accounting Research*, 3(01), 68–87. <https://doi.org/10.35129/ajar.v3i01.104>
- Tenriwaru, Sudarma, M., Said, D., & Mediaty. (2018). Economic Motives: To Dominate the Corporate Social Responsibility. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 3(8). <https://www.ijisrt.com/economic-motives-to-dominate-the-corporate-social-responsibility>

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang
Perseroan Terbatas

Wahyuni, S. F. (2018). Pengaruh Corporate Social
Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan
Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel
Moderating. *Jurnal Ilmiah Magister
Manajemen*, 1(1), 109–117.
[https://doi.org/
10.30596/maneggio.v1i1.2371](https://doi.org/10.30596/maneggio.v1i1.2371)

Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View of the
Firm. *Strategic Management Journal*, 5(2),
171–180.
<https://doi.org/10.4135/9781071923979>

Wijaya, D. K., & Yasa, I. N. P. (2022). Pengaruh
corporate social responsibility, ukuran
perusahaan, dan profitabilitas terhadap
nilai perusahaan pada perusahaan
manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek
Indonesia periode 2019-2020. *JIMAT
(Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)
Undiksha*, 13(04), 1186-1196.
[https://doi.org/10.23887/jimat.v13i04.37
437](https://doi.org/10.23887/jimat.v13i04.37437)

Yolanda L, Bakkareng, & Sunreni. (2022). Pengaruh
Corporate Social Responsibility Terhadap
Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas
Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris
Pada Perusahaan Manufaktur Sektor
Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di
Bursa Efek Indonesia Periode 2014 – 2018).
*Jurnal Pengembangan Ilmu Akuntansi Dan
Keuangan*, 4(2), 273–294. [https://ejurnal-
unespadang.ac.id/index.php/PI/article/vie
w/586#pkp_content_main](https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/PI/article/view/586#pkp_content_main)