**PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2013-2017**

***The Effect Of Intelectual Capital And Corporate Social Responsibility To Company Value Food And Beverage Company Listed In Indonesia Stock Exhange Years 2013-2017***

**Asmianti, Bakkareng**

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti

***Abstrak***

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Intellectual Capital dan Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia baik secara parsial maupun secara simultan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitan ini yaitu data yang dikumpulkan dari laporan keuangan yang telah dipublikasikan melalui website Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukka bahwa: 1) Intelectual Capital (IC) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hal ini diketahui dari hasil uji t dimana t hitung sebesar -1,240 lebih kecil dari t tabel sebesar 2,039 atau dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar 0,223 > 0,05. 2) Corporate Social Resposibility (CSR) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hal ini diketahui dari hasil uji t dimana t hitung sebesar -0,853 lebih kecil dari t tabel sebesar 2,039 atau dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar 0,400 > 0,05. 3) Intelectual Capital (IC) dan Corporate Social Resposibility (CSR) tidak berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini diketahui dari nilai F hitung sebesar 0,971 yang lebih kecil dari F tabel sebesar 3,27 dan nilai sig yang dihasilkan dari perhitungan adalah 0,390 yang lebih besar dari α yang digunakan sebesar 0,05.*

***Kata Kunci*** *: Intelectual Capital, Corporate Social Resposibility, dan Nilai Perusahaan.*

Abstract

This study aims to determine how Intellectual Capital and Corporate Social Responsibility affects the Value of Food and Beverage Companies listed on the Indonesia Stock Exchange, either partially or simultaneously. The data collection technique used in this research is data collected from financial reports that have been published through the Indonesia Stock Exchange website. The results of this study indicate that: 1) Partially Intellectual Capital (IC) has no significant effect on the Value of Manufacturing Companies in the Food and Beverage Sector listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI). It is known from the results of the t test where the t count of -1.240 is smaller than the t table of 2.039 or it can be seen from the significant value of 0.223> 0.05. 2) Partially Corporate Social Responsibility (CSR) does not have a significant effect on the Value of Manufacturing Companies in the Food and Beverage Sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). It is known from the results of the t test where the t count is -0.853 smaller than the t table of 2.039 or can be seen from the significant value of 0.400> 0.05. 3) Intellectual Capital (IC) and Corporate Social Responsibility (CSR) do not simultaneously affect the value of manufacturing companies in the food and beverage sector listed on the Indonesia Stock Exchange. It is known from the calculated F value of 0.971 which is smaller than the F table of 3.27 and the sig value generated from the calculation is 0.390 which is greater than the α used of 0.05.

Keywords: Intellectual Capital, Corporate Social Responsibility, and Company Value

**PENDAHULUAN**

**Latar Belakang Masalah**

Laporan keuangan merupakan alat yang sangat penting untuk mendapatkan informasi sehubungan dengan posisi keuangan dan hasil-hasil yang dicapai oleh perusahaan. Laporan keuangan adalah alat pengambilan keputusan investasi oleh para investor. Investor membutuhkan informasi financial dan nonfinancial dalam laporan keuangan. Meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan jangka panjang perusahaan. Jensen (2012) menyatakan bahwa untuk memaksimalkan nilai perusahaan dalam jangka panjang, manajer dituntut untuk membuat keputusan yang mempertimbangkan semua stakeholder, dimana manajer akan dinilai kinerjanya berdasarkan keberhasilannya mencapai tujuan. Keputusan investasi yang hanya menggunakan informasi financial yang terdapat pada laporan keuangan sebagai acuan tidak akan menjamin bahwa keputusan investasi yang dilakukan oleh investor telah benar. Dalam menilai suatu perusahaan, informasi yang hanya bersifat financial tidak cukup dijadikan sebagai dasar. Pengungkapan informasi yang bersifat nonfinancial juga dinilai penting dalam menilai suatu perusahaan dan menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi.

Salah satu informasi nonfinancial yang dibutuhkan oleh investor adalah informasi profil risiko perusahaan dan pengelolaan atas risiko tersebut. Perubahan teknologi, globalisasi, dan perkembangan transaksi bisnis seperti hedgingg menyebabkan makin tingginya tantangan yang dihadapi perusahaan dalam mengelola risiko yang harus dihadapinya (Beasley, dkk., 2014).

Para pelaku bisnis mulai menyadari bahwa kemampuan bersaing tidak hanya terletak pada kepemilikan aset berwujud, tetapi lebih pada inovasi, sistem informasi, pengelolaan organisasi dan sumber daya organisasi yang dimilikinya (Widarjo, 2011). Oleh karena itu, organisasi bisnis menitikberatkan pentingnya aset pengetahuan sebagai salah satu bentuk dari aset tak berwujud. Menurut Guthrie dan Petty (2000) salah satu pendekatan yang digunakan untuk menilai dan mengukur aset pengetahuan adalah modal intelektual atau intellectual capital. Intellectual Capital (IC) merupakan pendekatan untuk menilai aset tidak berwujud yang berupa pengetahuan. Investor membutuhkan informasi IC karena informasi ini mencerminkan kapabilitas perusahaan di masa depan.

DiIndonesia,perkembangan Intellectual Capital (IC) tercermin pada PSAK No. 19 (revisi 2015) tentang aset tidak berwujud. Dalam PSAK No. 19 revisi (2015), aset tidak berwujud diartikan sebagai aset nonmoneter yang dapat diidentifikasi tanpa wujud fisik. Meskipun tidak dipaparkan secara jelas pada PSAK No. 19 revisi (2015) tentang IC, namun secara tidak langsung IC diyakini menjadi bagian dari aset tidak berwujud.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan di dalam memperbaiki kesenjangandan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Semakin banyak pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, maka image perusahaan dalam masyarakat menjadi meningkat atau citra perusahaan menjadi baik. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, maka loyalitas konsumen semakin tinggi (Retno dan Priantinah, 2012). Pengungkapan pelaksanaan CSR menjadi penting bagi pemakai laporan keuangan untuk menganalisa sejauh mana perhatian dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam menjalankan bisnis. UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas juga telah memuat peraturan bahwa perusahaan yang aktivitasnya terkait dengan sumber daya alam wajib mengungkapkan CSR (Utama, 2007).

Hoyt, dkk. (2008) membuktikan adanya korelasi positif dan signifikan antara penggunaan ERM dengan nilai perusahaan. Tahir dan Razali (2011) membuktikan adanya korelasi yang positif tetapi tidak signifikan antara ERM dengan nilai perusahaan. Widarjo (2011) melakukan pengujian yang menunjukkan bahwa IC disclosure berpengaruh posistif signifikan pada nilai perusahaan. Boedi (2008) menemukan hasil yang berbeda yaitu IC tidak mempengaruhi kapitalisasi pasar perusahaan. Putra dan Wirakusuma (2015) menggunakan sampel perusahaan pertambangan di BEI mengatakan bahwa corporate social responsibility berpengaruh positif pada nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat hubungan Corporate Social Responsibility pada nilai perusahaan. Stacia dan Juniarti (2015) yang menggunakan sampel perusahaan sektor makanan dan minuman di BEI pada tahun 2013-2017 mengatakan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas diasumsikan memiliki efek terhadap nilai perusahaan. Semakin besar profitabilitas perusahaan, semakin tinggi pula nilai perusahaan di mata investor. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol untuk mengendalikan agar hubungan yang terjadi pada variabel dependen tersebut murni dipengaruhi oleh variabel independen bukan oleh faktor-faktor lain.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Devi, dkk. (2016) yang menganalisis dan Intellectual Capital (IC) terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol. Pada penelitian sebelumnya, Devi, dkk (2016) hanya menggunakan variabel independen Intellectual Capital (IC) sedangkan dalam penelitian ini peneliti menambahkan variabel Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai variabel independen.

Perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2017. Pemilihan sampel di sektor ini karena semakin besarnya tuntutan dari stakeholder mengenai kepastian risiko yang ditanggung oleh stakeholder pada perusahaan makanan dan minuman. Perusahaan makanan dan minuman juga pasti memiliki banyak tenaga ahli yang mempunyai potensi luar biasa dan sudah sampai sejauh mana perlakuan terhadap intellectual capital ini. perusahaan makanan dan minuman merupakan perusahaan yang kegiatannya menggunakan sumber daya alam dan berdampak secara langsung kepada lingkungan sekitarnya, sebagai bentuk tanggung jawab terhadap dampak yang ditimbulkan, maka perusahaan diwajibkan untuk mengungkapkan kegiatan CSR. Alasan lainnya adalah perusahaan makanan dan minuman mempunyai daya tarik yang besar bagi investor untuk menanamkan dananya terutama di Indonesia, negara yang memiliki sumber daya mineral yang melimpah.

Dasar pemilihan Perusahaan manufaktur di sektor makanan dan minuman yang telah terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. Sebagai objek penelitian Perusahaan – perusahaan industri manufaktur khususnya di sektor makanan dan minuman di Indonesia semakin hari semakin berkembang. Hal ini dapat dilihat dari semakin bertambahnya jumlah perusahaan makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia. Sektor ini banyak diminati oleh para investor untuk menanamkan sahamnya, karena perusahaan makanan dan minuman sendiri merupakan perusahaan yang memproduksi makanan dan minuman yang pada umumnya telah menjadi kebutuhan masyarakat.

Nilai saham di pasar merupakan perhatian utama bagi perusahaan untuk memberikan kemakmuran kepada para pemegang saham atau pemilik perusahaan. Perusahaan berusaha meningkatkan nilai sahamnya untuk mendorong masyarakat agar bersedia menginvestasikan dana yang dimiliki ke dalam perusahaan, (Indriyo Gitosudarmo dan Basri, 2014:46). Ketika masyarakat banyak yang menginvestasikan dananya ke dalam suatu perusahaan maka akan mencerminkan perusahaan tersebut menjadi tempat penanaman modal yang baik bagi masyarakat, hal ini akan membantu meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian fenomena dan pendapat dari beberapa ahli bahwa intelectual capital sangat penting diera sekarang dan selain intelctual capital perusahaan juga bertanggung jawab atas kesejahteraan sosial masyarakat. Atas dasar tersebut penulis akan melakukan penelitian tentang nilai perusahaan yang dipengaruhi dengan intelectual capital dan corporate social responsibility.

Adanya faktor tersebut tentunya akan mempengaruhi semua nilai perusahaan salah satunya perusahaan manufaktur makanan dan minuman. Oleh karena itu dengan adanya hal tersebut maka perlu kiranya peneliti melakukan penelitian mengenai **”Pengaruh Intellectual Capital dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2013-2017)”.**

**LANDASAN TEORI**

***Intellectual Capital* (IC)**

Solikhah, (2010) menjelaskan bahwa istilah intellectual capital pertama kali dikemukakan oleh ekonom John Kenneth Galbraith yang menulis surat untuk teman sejawatnya, Michal Kalecki. Selanjutnya intellectual capital yang dikemukakan Galbraith tersebut mendorong para peneliti untuk menjelaskan lebih lanjut secara rinci mengenai intellectual capital. Secara konsep, intellectual capital merujuk pada modal non fisik atau modal tidak berwujud (intangible assets) atau tidak kasat mata (invisible) seperti pengetahuan dan pengalaman manusia serta teknologi yang digunakan. Menurut Solikhah, (2010) modal intelektual merupakan pengetahuan yang memberikan informasi tentang nilai tak berwujud perusahaan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Akpinar dan Akdemir, (2013) dalam tulisannya mengemukakan sebagai berikut ini: “Intellectual capital has also been defined as the difference between a firm’s value and the cost of replacing its assets”. IC diartikan sebagai selisih antara nilai perusahaan dan biaya pengembalian aset-aset perusahaan. Sudarsanam et. al., (2012) mengartikan modal intelektual sebagai komponen utama dari total modal perusahaan bagi perusahaan jasa yang bergerak dibidang manufaktur dan industri serta perusahaan yang kegiatannya berbasis pengetahuan.

Firer dan Williams, (2013) mendefinisikan intellectual capital sebagai kekayaan perusahaan yang merupakan kekuatan di balik penciptaan nilai perusahaan. Bontis, (2012) menyatakan bahwa secara umum, para peneliti mengidentifikasikan tiga konstruk utama dari intellectual capital yaitu :

1. *Human Capital* (Modal Manusia/HC)

Johanson, (2005) mengartikan human capital sebagai bagian dari intellectual capital atau sumber daya perusahaan yang intangible. Pada industri berbasis pengetahuan, human capital atau sumber daya manusia merupakan faktor utama dalam produksi perusahaan karena sumber daya ini merupakan sumber kekayaan bagi perusahaan dalam melakukan kegiatan bisnis. Sumber daya tersebut berupa inovasi, pengetahuan, kemampuan, ketrampilan, serta kompetensi yang dimiliki oleh karyawan. Human capital akan meningkatkan jika perusahaan mampu menggunakan pengetahuan atau kompetensi yang dimiliki oleh karyawannya (Melani dan Suwarni, 2013). Kompetensi dapat berupa pendidikan dan pelatihan yang dimiliki oleh karyawan sangat penting untuk perusahaan karena dapat menjadi sumber inovasi, pembaharuan strategis bagi perusahaan, dan menunjukkan kemampuan individu dalam bertindak di berbagai situasi (Akpinar dan Akdemir, 2013).

1. *Customer Capital* (*Relational Capital*/CC)

Elemen ini merupakan komponen modal intellectual yang memberikan nilai secara nyata. Customer capital merupakan hubungan yang harmonis atau association network yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitra bisnis, baik yang berasal dari lingkunagan internal perusahaan maupun dari lingkungan eksternal perusahaan seperti pemasok, pelanggan yang merasa puas, hubungan perusahaan dengan pemerintah, maupun masyarakat sekitar yang dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut.

1. *Structural Capital* (*Organizational Capital*/SC)

Structural capital merupakan pengetahuan dalam organisasi yang independen dari orang-orang atau dengan kata lain dapat diartikan sebagai pengetahuan yang tetap ada dalam organasasi meskipun karyawan meninggalkan organisasi tersebut (Rismawati dan Sanjaya, 2013). Structural capital adalah sumber daya perusahaan yang dimiliki perusahaan meliputi sistem informasi, teknologi, pengetahuan tentang distribusi pasar, hubungan dengan konsumen, innovative capital, relational capital, infrastruktur organisasi, dan lain-lain.

Dengan demikian, elemen dari intellectual capital dapat dibedakan dalam tiga kategori yaitu pengetahuan yang berhubungan dengan karyawan (human capital); pengetahuan yang berhubungan dengan mitra perusahaan (customer capital) dan pengetahuan yang berhubungan hanya dengan perusahaan (structural capital). Ketiga kategori tersebut membentuk suatu Intellectual Capital bagi perusahaan. Sehingga modal intelektual dapat didefinisikan sebagai sumber daya pengetahuan dalam bentuk karyawan, pelanggan, hubungan perusahaan dengan pihak luar, dan teknologi yang digunakan perusahaan dalam proses penciptaan nilai bagi perusahaan.

***Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR) menurut Komisi Eropa dalam Totok Mardikanto (2014) adalah sebuah konsep dimana perusahaan mengintergrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis dan dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan secara sukarela yang berikut semakin menyadarkan bahwa perilaku tanggungjawab mengarah pada keberhasilan bisnis yang berkelanjutan.

Secara umum pengertian Corporate Social Responsibility (CSR) adalah bentuk pertanggung jawaban perusahaan terhadap lingkungan sekitar, sederhananya bahwa setiap bentuk perusahaan mempunyai tanggung jawab untuk mengembangkan lingkungan sekitarnya melalui program-program sosial. Untuk membangun kesadaran tanggungjawab sosial, di Indonesia dijadikan sebagai instrumen yuridis melalui Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang disahkan DPR tanggal 20 Juli 2007 menandai babak baru pengaturan CSR di Indonesia (Mardikanto, 2014). Dalam Pasal 74 UU No.40 Tahun 2007 tentang PT memuat ketentuan tentang “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”.

**Nilai Perusahaan**

Salah satu tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan menurut Aries (2011:23) merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan mencerminkan besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan. Nilai perusahaan sangatlah penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Semakin besar nilai perusahaan maka semakin besar ukuran kemakmuran yang didapatkan oleh pemegang saham.

Menurut Brigham dan Houston (2012:28) nilai perusahaan merupakan nilai sekarang (present value) dari free cash flow di masa mendatang pada tingkat diskonto sesuai rata-rata tertimbang biaya modal. Free cash flow merupakan cash flow yang tersedia bagi investor (kreditur dan pemilik) setelah memperhitungkan seluruh pengeluaran untuk operasional perusahaan dan pengeluaran untuk investasi serta aset lancar bersih.

Menurut Tika (2012:16) Nilai merupakan sesuatu yang diinginkan apabila nilai bersifat positif dalam arti menguntungkan atau menyenangkan dan memudahkan pihak yang memperolehnya untuk memenuhi kepentingan-kepentingannya yang berkaitan dengan nilai tersebut. Sebaliknya, nilai merupakan sesuatu yang tidak diinginkan apabila nilai tersebut bersifat negatif dalam arti merugikan atau menyulitkan pihak yang memperolehnya untuk mempengaruhi kepentingan pihak tersebut sehingga nilai tersebut dijauhi.

**Kerangka Konseptual**

**Gambar 1 Kerangka Konseptual**



**Hipotesis**

Gambar diatas mnjelaskan bahwa:

H1. Diduga Intellectual Capital berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

H2. Diduga Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

H3. Diduga Intellectual Capital dan Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

**METODE PENELITIAN**

**Metode Pengumpulan Data**

1. Riset Kepustakaan (*Library research*)

Yaitu upaya untuk memperoleh data yang dilakukan oleh penulis melalui buku-buku sebagai landasan teori dalam penelitian.

1. Studi Internet (*Internet Research*)

Pada tahap ini, penulis melakukan pengumpulan data dari situs-situs yang terkait untuh memperoleh tambahan literatur, jurnal, dan data lainnya yang diperlukan dalam penelitian ini.

**Teknik Pengumpulan Data**

1. Dokumentasi

Pada tahap ini, penulis melakukan pengumpulan data dari penyediaan dokumen untuk mendapatkan keterangan pengetahuan dan bukti data yang diteliti. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya monumental dari seseorang.

1. Situs internet atau *Website*

Teknik yang digunakan untuk mencari data-data atau informasi terkait pada website Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) maupun situs-situs yang menyediakan informasi sehubungan dengan masalah dalam penelitian ini.

**Jenis Data**

Jenis data ada dua yaitu data primer dan data skunder penjelasanya sebagai berikut:

a. Data primer adalah data olahan yang didapat dari hasil penelitian peneliti kelapangan dari wawancara, data primer bias terdapat kuantatif dan kualitatif.

b. Data sekunder adalah data yang sudah tersedia, tertulis atau sudah ada sumbernya yang bias di pertangung jawabkan yang disebut kuantitatif.

**Sumber Data**

Sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu sumber penelitian yang diperoleh secara tidak lansung melalui media perentara. Sebagai suatu penelitian empiris maka data skunder dalam penelitian ini di peroleh dari jurnal, artikel dan penelitian-penelitian terdahulu serta website IDX yaitu (www.idx.co.id).

**Populasi**

Populasi adalah suatu kelompok yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2014:17). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sektor manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang telah terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013 – 2017. Populasi pada penelitian ini berjumlah 18 Perusahaan.

**Sampel**

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan populasi. Pengambilan sampel pada penelitian ini diambil dengan menggunakan metode Purposing Sampling. Purposing sampling adalah pengambilan sampel yang dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan kriteria dalam pengambilan sampel (Sugiyono, 2014:27). Berikut kriteria pemilihan sampel :

1. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang menyajikan laporan keuangan berturut turut selama periode 2013 – 2017.
2. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang menyediakan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian dari tahun 2013 – 2017.

Dari kriteria pengambilan sampel di atas maka didapatkan jumlah sampelnya sebanyak 7 Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov Test. Residual* berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi > 0,05 (Imam Ghozali, 2014).

**Uji Multikolinearitas**

Menurut Imam Ghozali (2014: 105-106) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model reglesi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

**Uji Heteroskedastisitas**

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji glejser. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskeedastisitas dengan mengunakan uji glejser adalah sebagai berikut:

a. Jika nilai signifikansi (Sig) lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

b. Sebaliknya, jika nilai-nilai signifikansi (Sig) lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

**Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi dilakukan untuk menguji suatu model model regresi linier apakah terdapat korelasi antara residual (kesalahan penganggu) dari satu periode ke periode lainnya dan serangkaian pengamatan tersusun dalam rangkaian waktu (time series). Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi atau korelasi serial. Deteksi adanya autokorelasi dapat dilihat nilai Durbin-Watson (DW). Secara umum yang menjadi dasar kriteria mengenai angka D-W untuk mendeteksi autokorelasi :

1. Angka D-W di bawah -2 berarti terjadi korelasi positif
2. Angka D-W di bawah -2 sampai +2 berarti tidak terjadi korelasi
3. Angka D-W di atas +2 berarti terjadi korelasi negatif.

**Metode Analisis Data**

**Analisa Regresi Linear Berganda**

Analisis data yang digunakan adalah dengan Analisa regresi linear berganda digunakan apabila variabel bebas berjumlah lebih dari satu, (Agussalim M, 2015:82), bentuk persamaan sebagai berikut :

NP = α + b1IC+ b2CSR+e

Y = Nilai Perusahaan

a = Nilai Konstanta

b1 = koefisien parameter 1

b2 = koefisien parameter 2

IC = *Intellectual Capilatal*

CSR = *Corporate Social Responbility*

e = residual error

Untuk memudahkan dalam analisis data pembahasan penelitian ini, maka dalam pengolahan data dan analisis data digunakan program komputer, yaitu program SPSS. (Agussalim Manguluang, 2015:88).

**Koefesioen Determinasi**

Koefisien determinasi (R2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel –variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Imam Ghozali, 2014).

**Metode Pengujian Hipotesis**

**Uji t**

Pengujian hipotesis secara parsial antara variabel bebas (Xi) terhadap variabel tak bebas (Y), digunakan Uji Student (Uji-t), (Agussalim manguluang, 2015) sebagai berikut :

= = untuk i = 1

Sbi

Dimana :

= adalah nilai t-hitung dari masing-masing variabel Xi

= adalah nilai parameter dari masing-masing variabel Xi

= adalah nilai simpangan baku dari masing-masing variabel Xi

= dan ∑x2 = ∑x2 - (∑X)2

Nilai t-tabel pada tabel distribusi student ditentukan dengan rumus = t(α/2):(N-k-1).

Kriteria pengujian hipotesis:

H0 ditolak dan Ha diterima apabila t-hitung ≥ t-tabel atau Sig (prob) < α = 5%

H0 diterima dan Ha ditolak apabila t-hitung < t-tabel atau Sig (prob) ≥ α = 5%

Dalam penelitian ini, hasil pengolahan data didapatkan dengan menggunakan program pengolahan data statistik SPSS versi 20.

**Uji F**

Pengujian hipotesis secara serempak (simultan) antara variabel bebas (Xi) terhadap variabel tak bebas (Y), digunakan Uji Fisher (Uji-F), (Agussalim manguluang, 2015:98) sebagai berikut :

Fhitung = =

Dimana :

JKR (Jumlah Kuadrat Regresi) = b1 ∑x1y + b2 ∑x2y

JKK (Jumlah Kuadrat Kesalahan) = ∑y2 –(b1∑x1y+b2∑x2y)

Setelah diperoleh nilai F-hitung, selanjutnya dibandingkan dengan nilai Ftabel, dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

H0 ditolak jika F0 ≥ Ftab atau Sig (prob) < α = 5%

H0 diterima jika F0 < Ftab atau sig (prob) ≥ α = 5%

Dalam penelitian ini, hasil pengolahan data didapatkan dengan menggunakan program pengolahan data statistik SPSS versi 20.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Penelitian**

**Uji Asumsi Klasik**

1. **Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik Kolmogorov-Smirnov Test. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi > 0,05 (Imam Ghozali, 2014: 160-165). Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini :

**Tabel 1**

**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | | **Unstandardized Residual** |
| N | | 35 |
| Normal Parametersa,b | Mean | 0E-7 |
| Std. Deviation | 2,23702029 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,205 |
| Positive | ,205 |
| Negative | -,151 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | ,757 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,615 |

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS v20

Dari tabel 1 didapatkan nilai residual sebesar 0,105 lebih besar dari 0,05 yang berarti data yang sedang diuji berdistribusi normal. Sampel pada penelitian ini sebesar 35.

1. **Uji Multikolinearitas**

Multikolinearitas merupakan salah satu uji dari uji asumsi klasik yang merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengidentifikasi suatu model regresi dapat dikatakan baik atau tidak. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (tidak terjadi multikolinearitas). Dasar pengambilan keputusan pada Uji Multikolinearitas dapat dilakukan dengan dua cara yakni :

1. Melihat Nilai *Tolerance*:
2. Jika nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.
3. Jika nilai *Tolerance* lebih kecil dari 0,10 maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.
4. Melihat Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*):
5. Jika nilai VIF lebih besar dari 10,00 maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.
6. Jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji

Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2 berikut :

**Tabel 2**

**Hasil Uji Multikolinearitas**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Model** | | **Collinearity Statistics** | |
| **Tolerance** | **VIF** |
| 1 | (Constant) |  |  |
| IC | 0,965 | 1,036 |
| CSR | 0,965 | 1,036 |

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS v20

Dari tabel 2 di atas dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel Intelectual Capital (X1) nilai VIF yang bernilai 1,036 lebih kecil dari 10,00, dan nilai Tolerance yang bernilai 0,965 lebih besar dari 0,10. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.
2. Variabel CSR (X2) nilai VIF yang bernilai 1,036 lebih kecil dari 10,00, dan nilai Tolerance yang bernilai 0,965 lebih besar dari 0,10. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.
3. **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji terjadi atau tidaknya ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam model regresi (Imam Ghozali, 2014: 139-143). Terjadi heteroskedastisitas berarti data mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar). Untuk mendeteksi adanya heterokedastisitas pada penelitian ini dapat menggunakan uji gletser. Dalam ujian ini apabila hasil signifikansi > α (alpha) maka tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini :

**Tabel 3**

**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Model** | | **t** | **Sig.** |
| 1 | (Constant) | 3,097 | ,004 |
| IC | -1,288 | ,207 |
| CSR | -1,863 | ,072 |

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS v20

Dari tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa nilai sig dari semua variabel bebas dalam penelitian ini lebih besar dari 0,05. Hasil uji gletser pada variabel Intelectual Capital (IC) nilai sig. sebesar 0,207 dan variabel Corporate Social Responsibility (CSR) nilai sig. sebesar 0,072. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Intelectual Capital (IC) dan Corporate Social Responsibility (CSR) tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak digunakan untuk pengujian lebih lanjut.

1. **Uji Autokolerasi**

Uji autokorelasi dilakukan untuk menguji suatu model regresi linier apakah terdapat korelasi antara residual (kesalahan penganggu) dari satu periode ke periode lainnya dan serangkaian pengamatan tersusun dalam rangkaian waktu (time series). Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi atau korelasi serial. Deteksi adanya autokorelasi dapat dilihat nilai Durbin-Watson (DW). Secara umum yang menjadi dasar kriteria mengenai angka D-W untuk mendeteksi autokorelasi :

1. Angka D-W di bawah -2 berarti terjadi korelai positif
2. Angka D-W di bawah -2 sampai +2 berarti tidak terjadi korelasi
3. Angka D-W di atas +2 berarti terjadi korelasi negatif.

Hasil uji autokolerasi pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3 berikut :

**Tabel 4 Hasil Uji Autokolerasi**

|  |  |
| --- | --- |
| **Model** | **Durbin Watson** |
| 1 | 0,650 |

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS v20

Berdasarkan tabel 4 di atas, diketahui nilai DW sebesar 0,650, jadi nilai DW berada di bawah –2 sampai +2 berarti tidak terjadi kolerasi.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh secara linear antara variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini untuk mengetahui arah pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan regresi linear berganda yang dihasilkan dari pengolahan data, dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini.

**Tabel 5**

**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Model** | | **Unstandardized Coefficients** | |
| **B** | **Std. Error** |
| 1 | (Constant) | 4,130 | 2,006 |
| IC | -,567 | ,458 |
| CSR | -,141 | ,165 |

Dari tabel 4 di atas dapat ditarik persamaan regresinya sebagai berikut :

NP = 4,130 - 0,567 IC - 0,141 CSR

Berdasarkan persamaan regresi di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 4,130 yang berarti menunjukkan nilai positif variabel independen. Jika variabel independent naik sebesar nol satuan maka nilai variabel dependent tetap sebesar 4,130 satuan.
2. Nilai koefisien regresi variabel *Intelectual Capital* (IC) sebesar -0,567 yang menunjukkan nilai negatif, berarti bahwa jika terjadi peningkatan variabel *Intelectual Capital* (IC) sebesar satu satuan maka Nilai Perusahaan Manufaktur akan turun sebesar 0,567 satuan.
3. Nilai koefisien regresi variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar -0,141 yang menunjukkan nilai negatif, berarti bahwa jika terjadi peningkatan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar satu satuan maka Nilai Perusahaan Manufaktur akan turun sebesar 0,141 satuan.

**Koefisien Determinasi**

Analisa koefisien determinasi dalam regresi liniear sederhana digunakan untuk mengetahui persentasi sumbangan Pengaruh Intelectual Capital (IC) dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan.

**Tabel 6**

**Hasil Koefesien Determinasi**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Model** | **R** | **R Square** | **Adjusted R Square** |
| 1 | ,239a | ,057 | -,002 |

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS v20

Berdasarkan tabel 6, di atas diperoleh angka *R Square* sebesar 0,057 atau 5,7%, hal ini menunjukan bahwa persentase sumbangan variabel *Intelectual Capital* (IC) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan sebesar 5,7%. Sedangkan sisanya sebesar 94,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

*Adjusted R Square* adalah nilai *R Square* yang telah disesuaikan, nilai ini selalu lebih kecil dari R Square dan angka ini bisa memiliki nilai negatif. Menurut Santoso (2016) bahwa untuk regresi dengan lebih dari dua variabel bebas digunakan Adjusted R2 sebagai koefisien determinasi.

**Pengujian Hipotesis**

1. **Uji t**

Uji t digunakan untuk menguji apakah Uji t digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara individual dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 (α = 5%) dan t tabel pada signifikansi 0,05 uji dua arah dengan derajat kebebasan df n-k-1 = 35-3-1 = 31, maka nilai t tabel sebesar 2,039. Hasil uji t dari penelitian ini dapat disajikan pada tabel 7 berikut ini.

**Tabel 7**

**Hasil Uji t**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Model** | **T** | **Sig.** |
| 1 | (Constant) | 2,058 | ,048 |
| IC | -1,238 | ,225 |
| CSR | -,855 | ,399 |

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS v20

Hasil uji t dapat dilihat pada output SPSS dari tabel 7 di atas diketahui sebagai berikut:

1. Nilai t hitung dari variabel *Intelectual Capital* (IC) adalah sebesar -1,238 yang nilainya lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 2,039. Sehingga t hitung < t tabel dengan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar 0,225 > 0,05 jadi Ho diterima Ha ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Intelectual Capital* (IC) secara individual atau parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
2. Nilai t hitung dari variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebesar -0,855 yang nilainya lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 2,039. Sehingga t hitung < t tabel dengan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar 0,399 > 0,05 jadi Ho diterima Ha ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara individual atau parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
3. **Uji F**

Uji F dilakukan dengan melihat nilai F hitung dan nilai sig. pada tabel ANOVA dari output SPSS. Hasil pengujian disajikan pada tabel 8 berikut :

**Tabel 8**

**Hasil Uji F**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Model** | | **F** | **Sig.** |
| 1 | Regression | 0,969 | 0,390b |
| Residual |  |  |
| Total |  |  |

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS v20

Dari tabel tersebut diketahui nilai F hitung 0,969 yang lebih kecil dari nilai F tabel sebesar 3,27. Dengan nilai sig yang dihasilkan dari perhitungan adalah 0,390 yang lebih besar dari α yang digunakan sebesar 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan variabel *Intelectual Capital* (IC) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara simultan atau bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

**Pembahasan**

**Pengaruh *Intelectual Capital* (IC) Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Intelectual Capital* (IC) berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap nilai *Intelectual Capital* (IC) berdampak pada penurunan Nilai Perusahaan Manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini dikarenakan dari nilai regresi yang senilai -0,568 satuan.

Dari hasil uji t dapat diketahui bahwa *Intelectual Capital* (IC) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini diketahui nilai t hitung sebesar -1,238 lebih kecil dari t tabel sebesar 2,039 atau dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar 0,225 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa *Intelectual Capital* (IC) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

*Intellectual capital* (IC) merupakan pendekatan untuk menilai aset tidak berwujud yang berupa pengetahuan. Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Rakhmini Juwita (2016), dimana hasil penelitiannya menunjukkan hasil bahwa intellectual capital berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut penelitian dari Felicia Helga Ineez (2016) yang menujukkan hasil bahwa intellectual capital mempunyai pengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

**Pengaruh *Corporate Social Resposibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Resposibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap nilai *Corporate Social Resposibility* (CSR) berdampak pada penurunan Nilai Perusahaan Manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini dikarenakan dari nilai regresi yang senilai -0,140 satuan.

Dari hasil uji t dapat diketahui bahwa *Corporate Social Resposibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini diketahui nilai t hitung sebesar -0,855 lebih kecil dari t tabel sebesar 2,039 atau dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar 0,399 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Resposibility* (CSR) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan di dalam memperbaiki kesenjangan dan krusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktifitas operasional yang dilakukan perusahaan. Menurut penelitian yang di lakukan oleh Muhammad Iqbal (2016) yang menunjukkan hasil bahwa *Corporate Social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut penelitian dari Felicia Helga Inez (2016) yang mnunjukkan hasil bahwa mempunyai pengaruh positifyang signifikan terhadap nilai perusahaan.

**Pengaruh Intelectual Capital (IC) dan Corporate Social Resposibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Intelectual Capital (VAICTM) dan Corporate Social Resposibility (CSR) tidak berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini diketahui dari nilai F hitung sebesar 0,969 yang lebih kecil dari F tabel sebesar 3,27 dan nilai sig yang dihasilkan dari perhitungan adalah 0,390 yang lebih besar dari α yang digunakan sebesar 0,05.

Penelitian tentang Pengaruh Intellectual Capital dan Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Perbankan pernah di lakukan oleh Felicia Helga Inez (2016) dengan hasil penelitian secara silmutan Intellectual Capital dan Corporate Social Responsibility mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

**KESIMPULAN**

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai Pengaruh Intelectual Capital (IC) dan Corporate Social Resposibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Intelectual Capital* (IC) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hal ini diketahui dari hasil nilai regresi sebesar -0,568 dan hasil uji t yang dimana nilai t hitung sebesar -1,238 lebih kecil dari t tabel sebesar 2,039 atau dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar 0,225 > 0,05.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Resposibility* (CSR) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hal ini diketahui dari hasil nilai regresi sebesar -0,140 dan hasil uji t yang dimana nilai t hitung sebesar -0,855 lebih kecil dari t tabel sebesar 2,039 atau dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar 0,399 > 0,05.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Intelectual Capital* (IC) dan *Corporate Social Resposibility* (CSR) tidak berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini diketahui dari nilai F hitung sebesar 0,969 yang lebih kecil dari F tabel sebesar 3,27 dan nilai sig yang dihasilkan dari perhitungan adalah 0,390 yang lebih besar dari α yang digunakan sebesar 0,05.

**Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat bermanfat bagi perusahaan atau pihak lain yang berkepentingan. Adapun saran yang diberikan, antara lain :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Intelectual Capital* (IC) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Untuk pihak Perusahaan Manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia harus lebih memperhatikan dan meningkatkan kinerja dari ketiga indikator yang ada pada Intelectual Capital (IC) yaitu Human Capital, Structural Capital, dan Capital Employed. Sehingga akan dapat meningkatkan kinerja karyawan dan kinerja perusahaan untuk menghasilkan nilai tambah bagi perusahaan serta harga saham. Semakin tinggi harga saham, maka semakin baik respon investor dan akan berdampak terhadap kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang.

*Corporate Social Resposibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini berarti bahwa dampak tanggung jawab sosial Perusahaan Manufaktur sektor makanan dan minuman masih tehadap masyarakat dan lingkungan masih rendah, untuk itu pihak perusahaan lebih konsisten dalam merencanakan, melaksanakan dan mengungkapakan tanggung jawabnya terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Sehingga dapat memicu respon positif bagi investor dan meningkatkan nilai perusahaan dalam bisnis global.

2. Bagi akademik

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang variabel Nilai Perusahaan sebaiknya tambahkan lagi variasi variabel yang mempengaruhi Nilai Perusahaan, dan objek yang di teliti diperluas tidak hanya di Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Selain itu penelitian selanjutnya sebaiknya lebih menambahkan jumlah sampel penelitian dan menggunakan periode pengamatan yang lebih panjang sehingga hasil yang diperoleh akan lebih menjelaskan gambaran kondisi perusahaan yang sesungguhnya.

**DAFTAR REFERENSI**

Agussalim Manguluang, 2015. Statistik Lanjutan, Ekasakti Press, Padang

Ahmad Roziq, 2013, Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Corporate Social Responsibility Melalui Risiko Bisnis Dan Kinerja Keuangan Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia

Akpinar Ali T., Akdemir Ali, 2013. Intellectual Capital. Kocaeli University, Institute of Social Sciences, Hereke Kocaeli / Turkey.

Arens, Alvin A. Randal J. Elder dan Mark S. Beasley. 2014. Auditing dan Jasa. Assurance (terjemahan). Edisi kelimabelas. Jakarta: Salemba Empat.

Arikunto, S. 2012. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta

Belkaoui, Ahmed Riahi, 2015. Teori Akuntansi, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Brigham, Eugene F.dan Joul F Houston. 2014. Dasar-dasar Manajemen Keuangan, Jakarta: Salemba Empat.

Bontis, N. 2012. ”Intellectual Capital and Bussiness Performance in Malaysian. Industries,”. Journal of Intellectual Capital, 1 (1): 85-100.

Firer, S dan Williams, M. 2013. Intellectual Capital and Traditional Measures of. Corporate Performance. Journal of Intellectual Capital. Vol. 4 No. 3

Ghozali, Imam. 2014. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM. SPSS 19 (edisi kelima.) Semarang: Universitas Diponegoro.

Hackston, David and Markus J.Milne. 2014. Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies. Accounting, Auditing and Accountability Journal. 9 (1):77-108.

Harahap, Sofyan Syafri. 2013. Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan Edisi 11. Rajawali Pers, Jakarta.

Ikatan Akuntansi Indonesia. PSAK No. 19 Tentang Aset Tak Berwujud, edisi revisi. 2015. Penerbit Dewan Standar Akuntansi Keuangan: PT.Raja Grafindo

Jansen, Michael C. Dan W.H. Meckling. 2012. Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Constand Ownership Structure. Juournal of Financial Economics 3.Hal 305-360.

Mardikanto, Totok. 2014. CSR (Corporate Social Responsibility). (Tanggungjawab Sosial Korporasi). Bandung: Alfabeta.

Melani, E., dan E. Suwarni, 2013, Tren Pengungkapan Intellectual Capital Industri Perbankan: Sebuah Bukti Empiris di Indonesia, Jurnal Keuangan dan Perbankan, Vol. 17, No. 2, Mei: 279-291.

Nurlela, Islahuddin, (2008). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating. Simposium Nasional Akuntansi XL

Organization for Ekonomic Coperation and Development (OECD). 2016. Country Note: PISA 2015 Indonesia. Tersedia di: https://www.oecd.org/pisa/PISA-2015-Indonesia.pdf

Preston. L.E. and D.P. O’Bannon. 2013. The Corporate Social-Financial Performance Relationship: A Typology and Analysis.Business and Society. Vol. 36 No. 4. pp. 419-429.

Rismawati, C. Sanjaya, I. 2013. Pengaruh intellectual capital terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. Skripsi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Santoso, Singgih. 2016. Panduan Lengkap SPSS Versi 23. Jakarta : Elekmedia Computindo.

Sudarsanam. 2012. The Essence of Merger dan Akuisisi; Penerbit Andi, Yogyakarta.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.

Solikhah, Badingatus. 2010. “Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan, Pertumbuhan dan Nilai Pasar pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia”. Tesis. Universitas Diponegoro. Semarang.

Ulum, Ihyaul. 2013. Intellectual Capital Konsep dan Kajian Empiris. Yogyakarta: Graha ilmu.

Undang-Undang tentang Perseroan Terbatas, UU No. 40 tahun 2007

Utomo, M., H. Buchari., I.S. Banuwa. 2015. Olah Tanah Konservasi: Teknologi, Akuntansi pertanggung jawaban.

Mitigasi Gas Rumah Kaca Pertanian Tanaman Pangan. Lembaga Penelitian Universitas Lampung. Bandar Lampung. 94 Halaman.

Wahyudi, Isa & Azheri, Busyra, 2015, Corporate Social Responsibility: Prinsip Pengturan dan Implementasi, Malang: Setara Press.