

PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, DAN SALES GROWTH TERHADAP FIRM VALUE

Ferry Adang

Universitas Tarumanagara

ferrya@fe.untar.ac.id

ABSTRACT

This research has a purpose of obtaining empirical evidence regarding the effect of intellectual capital, corporate social responsibility, and sales growth on firm value of the manufacturing companies listed in the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2014 – 2016 period. The research conducted by obtaining 93 samples using purposive sampling method. The result of this research show that the independent variables have effects on firm value (Tobin's Q) simultaneously (F test). The t test result showed that intellectual capital (VAIC) has a significant positive effect on firm value while the others have no significant effect on firm value

Keywords: *Intellectual Capital, Corporate Social Responsibility, Sales Growth, Firm Value*

1. PENDAHULUAN

Memaksimalkan *value* dari perusahaan adalah tujuan utama bagi semua perusahaan. Hal ini dapat tercerminkan pada harga yang bersedia dibeli oleh calon pembeli untuk perusahaan yang masih belum *go public*. Untuk perusahaan yang sudah *go public*, hal ini akan tercermin pada harga saham yang di perdagangan di bursa efek.

Penurunan dan ketidakstabilan nilai perusahaan dapat menjadi sebuah

pertimbangan untuk investor dalam berinvestasi pada suatu perusahaan. Ketidakstabilan nilai perusahaan tersebut pun dapat mempengaruhi keberlangsungan dari perusahaan yang bersangkutan. Di Indonesia, ketidakstabilan perusahaan dapat dijumpai di hampir semua sektor industri. Di bawah ini terlampir data fluktuasi nilai perusahaan dan standar deviasi yang terdaftar di BEI selama periode 2014 – 2016:

Tabel 1. Data Fluktuasi dan Standar Deviasi Nilai Perusahaan di Indonesia

INDUSTRI	NILAI PERUSAHAAN			σ NILAI PERUSAHAAN (2014-2016)
	2014	2015	2016	
1. INDUSTRI UTAMA :				
a. <i>Agriculture</i>	4,7	3,6	3,02	7,64046
b. <i>Mining</i>	2,09	1,16	1,76	3,12672
RATA-RATA	3,395	2,38	2,39	
2. INDUSTRI MANUFAKTUR :				
a. <i>Basic Industry and Chemicals</i>	0,6	2,01	5,83	20,55098
b. <i>Miscellaneous Industry</i>	1,12	1,32	1,24	1,72204
c. <i>Consumer Goods Industry</i>	5,38	2,22	5,58	15,4002
RATA-RATA	2,367	1,85	4,217	
3. INDUSTRI JASA :				
a. <i>Property, Real Estate, and Building Construction</i>	2,36	2,04	1,78	1,82749
b. <i>Infrastructure, Utilities, and Transportation</i>	1,36	1,93	4,17	8,87791
c. <i>Finance</i>	1,55	1,65	1,97	2,00315
d. <i>Trade, Services, and Investment</i>	2,2	2,17	6,43	13,32599
RATA-RATA	1,868	1,948	3,588	

(Sumber: data diolah, data statistik tahunan BEI 2014 – 2016)

Dari table diatas dapat disimpulkan bahwa perusahaan di bidang manufaktur memiliki standar deviasi paling tinggi dimana standar deviasi tersebut mencerminkan total risiko dari suatu investasi. Semakin tinggi standar deviasi semakin tinggi pula risiko atas perusahaan tersebut. Hal ini dapat menjadi factor yang dapat mempengaruhi keputusan investor untuk berinvestasi di suatu perusahaan tertentu.

Beberapa factor yang dapat mempengaruhi nilai dari suatu perusahaan adalah pertumbuhan

penjualan, ukuran perusahaan, *corporate social responsibility*, profitabilitas, *intellectual capital*, dan yang lainnya. Pada penelitian ini hanya akan diuji kembali tiga faktor yaitu, *intellectual capital*, *corporate social responsibility* dan *sales growth*. Faktor *intellectual capital* diambil dikarenakan masih sedikit penelitian menggunakan variable tersebut.

Menurut Williams (2001) dalam Letari dan Sapitri (2016) *Intellectual capital (IC)* merupakan sebuah informasi dan pengetahuan yang

dapat diaplikasikan ke dalam sebuah pekerjaan untuk dapat menciptakan sebuah nilai di dalam perusahaan tersebut. Terdapat tiga komponen dalam *IC* yaitu *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital* dimana perusahaan – perusahaan di Indonesia masih belum memberikan perhatian khusus terhadap ketiga komponen tersebut (Randa & Solon, 2012). Penelitian Lestari & Sapitri (2016) menyimpulkan bahwa *IC* berpengaruh negatif signifikan pada nilai perusahaan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Luthan, Asniati dan Yohana (2016) memiliki hasil yang bertolak belakang dengan penelitian Lestari dan Sapitri (2016).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu informasi yang harus tercantum dalam laporan tahunan perusahaan. Dengan adanya pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan, laporan perusahaan yang semulanya adalah pengungkapan tidak wajib menjadi suatu pengungkapan yang wajib. Hal ini dikarenakan perusahaan tidak hanya berorientasi kepada pemilik modal, tetapi juga

pada pihak lain yang berkepentingan seperti masyarakat, pemerintah, dan yang lain nya. Semakin banyak *CSR* yang diungkapkan oleh perusahaan, maka masyarakat akan memberikan respond positif yang akan di dukung dengan peningkatan saham perusahaan. Hal ini di dukung oleh penelitian Fauzia & Amanah (2016) sedangkan menurut Luthan, Asniati dan Yohana (2016) *CSR* berpengaruh negative tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. *Sales Growth* atau pertumbuhan penjualan mencerminkan pencapaian sebuah perusahaan di masa lalu, dimana pertumbuhan penjualan digunakan untuk memprediksi pencapaian perusahaan di masa depan. Apabila pertumbuhan perusahaan positif dan semakin meningkat, maka akan mengindikasikan nilai perusahaan yang semakin tinggi. Para investor menggunakan pertumbuhan penjualan sebagai salah satu factor untuk melihat prospek dari perusahaan dimana mereka akan berinvestasi pada nantinya. Dalam penelitiannya, Sukaenah (2015) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif

signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Salempang, Sondakh, dan Pusung (2016) memiliki hasil yang berbanding terbalik dimana pertumbuhan penjualan berpengaruh negating tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini adalah pengembangan dari penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Luthan, Asniati, dan Yohana (2016) dengan subjek penelitian di *Indonesia Stock Exchange* mengenai “*A Correlation of CSR and Intellectual Capital, its Implication toward Company’s Value Creation*”. Penelitian ini menambahkan *Sales Growth* sebagai variable independen. Penelitian ini diberi judul: **“PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, DAN SALES GROWTH TERHADAP FIRM VALUE”**.

2. TELAAH LITERATUR

Teori Keagenan (Agency Theory)

Menurut Jensen and Meckling (1976) dalam Ratih, I Dewa Ayu dan I Gusti Ayu Eka Damayanthi, teori keagenan (*agency theory*) menjelaskan hubungan antara *agent*

dan *principal*. *Agent* yaitu manajemen perusahaan sedangkan *principal* yaitu pemilik (pemegang saham). Teori keagenan memaparkan adanya pemisahan hak milik perusahaan dan pertanggungjawaban atas pembuatan keputusan. Hubungan keagenan selalu menimbulkan adanya permasalahan antara pemilik dan agen karena terjadinya perbedaan pola pikir serta perbedaan kepentingan yang menonjol. Pengaruh dari permasalahan keagenan yang terjadi terus – menerus akan menyebabkan penurunan nilai perusahaan, yang berarti kemakmuran pemegang saham akan menurun pula. Dalam upaya mengatasi masalah keagenan ini akan timbul biaya keagenan (*agency cost*) yang harus dikeluarkan oleh pemegang saham agar hubungan agensi dapat kembali berjalan efektif.

Teori Sinyal (Signaling Theory)

Teori sinyal merupakan teori yang menyatakan adanya dorongan yang dimiliki oleh para manajer perusahaan yang memiliki informasi yang baik mengenai perusahaan, sehingga para manajer akan terdorong untuk dapat

menyampaikan informasi mengenai perusahaan tersebut kepada para calon investor, yang bertujuan agar perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut melalui sinyal dalam pelaporan tahunan perusahaan (Scott, 2012:475).

Teori Pemangku Kepentingan (Stakeholder Theory)

Teori *stakeholder* merupakan teori yang menjelaskan tentang keberadaan perusahaan dalam menjalankan kegiatannya untuk memberikan kontribusi bagi *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditur, pemerintah, karyawan, masyarakat, konsumen, *supplier*, analis dan pihak lain). Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholder*-nya dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholder*-nya menurut Chariri dan Ghazali (2007) dalam Kusumawati Dewi (2017).

Teori Sumber Daya (Resource-Based Theory)

Menurut Ningrum (dalam Prasetyanto, 2013) *resource-based theory* membahas bagaimana perusahaan dapat mengelola dan memanfaatkan semua sumber daya yang dimilikinya untuk mencapai

keunggulan kompetitif. Namun lebih lanjut dikatakan hal yang paling penting adalah menjaga keberlanjutan dari keunggulan kompetitif tersebut atau yang biasa disebut sebagai *sustained competitive advantage* (Barney & Clark, 2007). Maka dari itu, *intellectual capital* dapat dijadikan sebagai salah satu strategi perusahaan dalam rangka mencapai keunggulan kompetitif.

Modal Intelektual (Intellectual Capital)

Modal intelektual merupakan sesuatu hal yang baru dan juga merupakan konsep modern yang mencerminkan peran penting dalam perusahaan. Modal intelektual terkait aset tak berwujud perusahaan termasuk proses untuk mengolahnya (Utomo dan Chariri, 2015).

Indikator untuk mengukur *IC* adalah dengan nilai tambah atau *Value Added Intellectual Coefficient (VAIC)*. *VAIC* dikembangkan dan didesain untuk menyajikan informasi mengenai efisiensi penciptaan nilai dari aset berwujud dan aset tidak berwujud perusahaan. *VAIC* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan *value added* dari *IC* yang

dimilikinya. Terdapat tiga indikator pembentuk VAIC menurut Pulic (1998) dalam Solechan, Achmad (2017) yaitu efisiensi nilai tambah modal manusia (*Value Added Human Capital*), efisiensi nilai tambah modal struktural (*Structure Capital Value Added*), dan efisiensi nilai tambah modal yang digunakan (*Value Added Capital Employed*).

Ha₁: *Intellectual Capital* berpengaruh positif signifikan terhadap *firm value*

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)

McWilliams dan Siegel (2001) dalam Efriyanti, Sarah dan Riswan (2012) mendefinisikan CSR sebagai serangkaian tindakan perusahaan yang muncul untuk meningkatkan produk sosialnya, memperluas jangkauan melebihi kepentingan ekonomi eksplisit perusahaan, dengan pertimbangan tindakan semacam ini tidak di syarkan oleh perusahaan hukum.

Menurut standar Global Reporting Initiative, indikator pengungkapan CSR terdiri dari tiga komponen utama, yakni kinerja ekonomi, lingkungan hidup, dan social

kemasyarakatan. Total penilaian kinerja mencakup 91 indikator yang terdiri dari 9 indikator ekonomi, 34 indikator lingkungan hidup, 16 indikator praktek tenaga kerja, 12 indikator hak asasi manusia, 11 indikator kemasyarakatan, dan 9 indikator tanggung jawab produk (*GRI-G4, 2014*).

Ha₂: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap *firm value*

Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*)

Penjualan merupakan salah satu factor penting yang menentukan kelangsungan hidup perusahaan. Jika tingkat penjualan perusahaan mengalami pertumbuhan maka akan meningkatkan laba, sehingga akan berdampak positif pada nilai perusahaan.

Subramanyam (2014:87) mendefinisikan *sales growth* sebagai berikut:

“Analysis of trends in sales by segments is useful in assessing profitability. Sales growth is often the result of one or more factors, including (1) price changes, (2) volume changes, (3)

acquisitions/ divestitures, and (4) changes in exchange rates. A company's Management's Discussion and Analysis section usually offers insight into the causes of sales growth."

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa *sales growth* menggambarkan peningkatan penjualan dari tahun ke tahun. Adanya pertumbuhan penjualan mencerminkan operasi perusahaan berjalan dengan baik.

Ha₃: *Sales Growth* berpengaruh positif signifikan terhadap *firm value*

Nilai Perusahaan (*Firm Value*)

Nilai perusahaan adalah jumlah yang diterima jika sebuah perusahaan dijual sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen mengelola kekayaannya, hal ini bisa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh. Menurut Sri Rahayu (2010) dalam Lutfiah Amanti (2012), suatu perusahaan akan berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaannya. Peningkatan nilai

perusahaan biasanya ditandai dengan naiknya harga saham di pasar.

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan dihitung menggunakan proxy Tobin's Q. Proxy Tobin's Q dinilai dapat memberikan informasi paling baik dalam pengukuran nilai perusahaan karena proxy ini tidak hanya menilai berdasarkan perbandingan harga buku saham dengan harga pasarnya, namun juga memasukkan unsur hutang, aset, dan modal saham perusahaan.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2016), objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, *valid* dan *reliable* tentang suatu hal. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *intellectual capital* (X₁), *corporate social responsibility* (X₂), dan *sales growth* (X₃), serta *firm value* (Y) sebagai variabel dependen penelitian.

Menurut Sugiyono (2016), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan

oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan di sektor industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2014 – 2016.

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*, yaitu penetapan sample sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan peneliti, agar sampel yang didapatkan relevan berdasarkan kriteria tertentu (Sekaran dan Bougie, 2013). Berikut adalah kriteria dan karakteristik dari pengambilan sampel yang akan digunakan pada penelitian ini:

a. Perusahaan manufaktur yang terdaftar secara berturut-turut di BEI selama periode 2014-2016. Peneliti menjadikan perusahaan di sektor industri manufaktur sebagai subjek penelitian karena terdapat ketidakstabilan nilai perusahaan di sektor ini

selama periode penelitian yang tercermin lewat paling tingginya standar deviasi data harga saham di sektor manufaktur.

- b. Perusahaan menerbitkan laporan keuangan auditan dan laporan tahunan secara lengkap selama periode 2014-2016. Peneliti menggunakan laporan keuangan auditan dan laporan tahunan yang dipublikasikan secara lengkap agar dapat mengolah data dengan lebih *valid* dan *reliable*.
- c. Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan per 31 Desember secara rutin selama periode 2014-2016. Peneliti menggunakan laporan keuangan perusahaan per 31 Desember agar sampel penelitian menjadi seragam dan lebih akurat, yakni data perusahaan yang dimiliki merupakan data perusahaan selama periode setahun.

- d. Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan dengan mata uang Rupiah selama periode 2014-2016. Peneliti hanya menggunakan perusahaan yang menerbitkan laporan keuangannya dalam mata uang Rupiah karena perusahaan yang memakai mata uang asing pada laporan keuangannya perlu dikonversi terlebih dahulu menjadi mata uang Rupiah, sedangkan kurs mata asing yang digunakan setiap perusahaan berbeda-beda sehingga dicurigai akan membuat hasil penelitian menjadi tidak akurat.
- e. Perusahaan manufaktur yang melakukan dan mengungkapkan kegiatan CSR pada *annual report* atau *sustainability report* selama periode 2014-2016. Peneliti perlu mengetahui perusahaan yang melakukan dan mengungkapkan item-item CSR untuk dapat menghitung *Corporate Social Responsibility Index* yang menjadi variabel independen penelitian.
- f. Perusahaan manufaktur yang mengalami kenaikan total penjualan berturut-turut selama periode 2014-2016. Peneliti hanya memakai perusahaan yang mengalami kenaikan total penjualan karena untung menghitung variabel *sales growth* dibutuhkan data kenaikan total penjualan berturut-turut selama periode penelitian.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *intellectual capital* yang diukur berdasarkan nilai tambah yang diberikan kepada perusahaan yang disebut dengan *Value Added Intellectual Capital* (VAICTM) yang terdiri dari tiga komponen, yaitu VACA, VAHU, dan STVA. Variabel independen lainnya adalah *corporate social responsibility* yang diprosikan dengan CSRI (*Corporate Social Responsibility Index*) dengan

membagi *CSR Disclosure Index* dengan jumlah item menggunakan variabel *dummy*. Dalam variabel *dummy*, setiap item *CSR* dalam instrumen penelitian diberi skor 1 jika diungkapkan dan skor 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Variabel independen selanjutnya adalah *Sales*

Growth yang diproksikan dengan rasio selisih penjualan tahun lalu dengan tahun ini dibandingkan dengan penjualan tahun sebelumnya. Sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah nilai perusahaan (*firm value*) yang diproksikan dengan rumus Tobin's Q.

Ringkasan operasionalisasi variabel dan proksi dari penelitian dapat dilihat pada tabel 2. sebagai berikut:

Tabel 2. Matriks Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber
VA	Selisih penjualan (<i>output</i>) dan pengeluaran (<i>input</i>)	$VA = \text{Operating Profit} + \text{Employee Cost} + \text{Depreciation} + \text{Amortization}$	
VACA	Efisiensi nilai tambah perusahaan yang berasal dari <i>Capital Employed</i> (menggambarkan berapa banyak nilai tambah perusahaan yang dihasilkan dari satu unit modal fisik yang digunakan)	$VACA = \frac{VA}{CE}$ <p>Di mana: CE : total ekuitas</p>	Pulic (2000); Luthan, Asniati, & Yohana (2016)
VAHU	Efisiensi dari nilai tambah perusahaan yang berasal dari <i>Human Capital</i> (menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan nilai tambah pada setiap rupiah yang dikeluarkan untuk tenaga kerja)	$VAHU = \frac{VA}{HC}$ <p>Di mana: HC: beban karyawan</p>	

Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber
STVA	Efisiensi nilai tambah perusahaan yang berasal dari <i>Structural Capital</i> (mengukur kontribusi SC dalam penciptaan nilai).	$STVA = \frac{SC}{VA}$	Pulic (2000); Luthan, Asniati, & Yohana (2016)
VAIC TM (<i>Intellectual Capital</i>)	Efisiensi secara keseluruhan dari nilai tambah perusahaan yang berasal dari sumber daya yang dimiliki	Di mana: $SC = (VA - HC)$ $VAIC = VACA + VAHU + STVA$	
CSR	Membandingkan jumlah pengungkapan item CSR yang dilakukan oleh perusahaan dengan jumlah pengungkapan yang disyaratkan dalam <i>Global Reporting</i> dengan menggunakan variabel <i>dummy</i>	$CSRI = \frac{\sum Xi}{n}$ Di mana: CSRI: Corporate Social Responsibility Index Perusahaan ($0 < CSRI < 1$); $\sum Xi$: total item CSR yang diungkapkan perusahaan; n : total item yang disyaratkan <i>Global Reporting</i> (91 item)	Rosiana, Juliarsa, & Sari (2013); Fauzia & Amanah (2016); <i>Global Reporting Initiative</i> (GRI-G4)
<i>Sales Growth</i>	Selisih penjualan tahun sebelumnya dengan tahun ini dibandingkan dengan penjualan tahun sebelumnya	$Growth\ of\ Sales = \frac{S(t) - S(t-1)}{S(t-1)}$ Di mana: $S(i)$ = penjualan tahun ini $S(t-1)$ = penjualan tahun sebelumnya	Pantow, Murni, & Trang (2015)
<i>Firm Value</i>	Perbandingan antara nilai pasar dari jumlah saham yang beredar dan hutang dengan total aset perusahaan	$Tobin's\ Q = \frac{MVE + Debt}{Total\ Asset}$ Di mana: $MVE = closing\ price \times outstanding\ shares$	Chung & Pruitt (1994); Randa & Solon (2012)

(sumber: diolah dari berbagai sumber)

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan penelitian kepustakaan. Observasi dilakukan dengan mengunduh laporan keuangan tahunan di situs www.idx.co.id dan situs web resmi perusahaan yang bersangkutan, sedangkan penelitian kepustakaan dilakukan dengan membaca buku, jurnal dan artikel yang berhubungan. Data diolah dengan menggunakan Microsoft Excel 2016. Selanjutnya, seluruh data tersebut diinput dan diolah lebih lanjut dengan program SPSS Statistics version 20 untuk mendapatkan data statistik. Dalam penelitian ini, teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan uji statistik deskriptif dan uji asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolonieritas, dan uji autokorelasi. Selanjutnya, teknik analisis regresi linear berganda digunakan dengan tiga variabel independen (X1, X2, dan X3) serta satu variabel dependen (Y).

Uji Statistik Deskriptif

Meurut Ghozali (2012), statistik deskriptif didefinisikan sebagai:

“Statistik deskriptif merupakan statistic yang memberikan gambaran atau deskripsi data menjadi sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami, dengan menggunakan gambaran atau deskripsi data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), maksimum, minimum dan standar deviasi”

Mean digunakan untuk memperkirakan besarnya nilai rata-rata variabel berdasarkan sampel yang digunakan. Standar deviasi adalah nilai statistik yang digunakan untuk melihat bagaimana sebaran data dalam sampel, dan seberapa dekat titik data individu ke rata-rata nilai sampel. Semakin besar nilai standar deviasi, mengakibatkan sampel yang digunakan semakin bervariasi dari rata-ratanya. Maksimum dan minimum menunjukkan nilai terbesar dan terkecil dalam penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi,

variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2012). Model regresi linear yang baik memiliki nilai residual yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat dilakukan melalui uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Uji ini melihat nilai *asymptotic significant*, apabila signifikan $\geq 0,05$ maka data residual berdistribusi normal, apabila signifikan $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi normal. Dalam melakukan uji normalitas, terkadang data tidak terdistribusi dengan normal, maka dari itu dilakukan uji *outlier* terhadap sampel yang digunakan. *Outlier* adalah kasus atau data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim baik untuk sebuah variabel tunggal atau kombinasi.

Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi

ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2012:103). Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antar variabel independen. Terjadinya multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance (TOL)* dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Jika nilai *TOL* lebih besar dari 0,10 dan nilai *VIF* kurang dari 10,00 ($TOL > 0,10$ dan $VIF < 10,00$), maka tidak terjadi multikolonieritas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t (saat ini) dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Dikatakan terjadi autokorelasi, apabila terdapat korelasi antar kesalahan pengganggu. Cara untuk mendeteksi autokorelasi dapat dilakukan dengan uji *Durnin-Watson (D-W Test)*. Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi sebagai berikut:

Tabel 3. Pengambilan Keputusan Autokorelasi

KRITERIA	HIPOTESIS	KEPUTUSAN
$0 < d < dl$	Tidak ada autokorelasi positif	TOLAK
$dl \leq d \leq du$	Tidak ada autokorelasi positif	NO DECISION

KRITERIA	HIPOTESIS	KEPUTUSAN
$4-dl < d < 4$	Tidak ada autokorelasi negatif	TOLAK
$4-du \leq d \leq 4-dl$	Tidak ada autokorelasi negatif	NO DECISION
$du < d < 4-du$	Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	TIDAK DITOLAK

(sumber: Ghozali, 2012)

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2012:134). Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas. Metode pengujian menggunakan uji *glejser*. Jika nilai signifikan $>0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Asumsi Analisis Data

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Model regresi ini digunakan untuk memprediksi bagaimana nilai variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan penurunan atau penurunan, serta untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan dependen bersifat positif atau negatif.

Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh *intellectual capital*, *corporate social responsibility*, dan *sales growth* terhadap *firm value*. Model regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : *Firm Value (TOBIN'S Q)*

α : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien Regresi

X_1 : *VAIC (Value Added Intellectual Capital)*

X_2 : *CSRI (Corporate Social Responsibility Index)*

X_3 : *Sales Growth*

ε : *error*

Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji Statistik f atau Uji ANOVA)

Uji statistik F digunakan untuk menguji kelayakan suatu model, apakah seluruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian layak untuk memprediksi variabel dependen. Pengujian ini menggunakan metode untuk mengetahui pengaruh *intellectual capital*, *corporate social responsibility* dan *sales growth* secara bersama-sama terhadap *Firm value*. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5% ($\alpha = 0,05$). Nilai signifikansi diambil berdasarkan hasil *output* program *SPSS Statistic ver.20*, yang kemudian dibandingkan apakah nilai signifikansi probabilitas lebih besar atau kecil dari α . Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka model dapat dinyatakan layak dan dapat diteruskan pada pengujian hipotesis selanjutnya.

Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji Statistik t)

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali,

2012:97). Pengujian ini merupakan metode untuk mengetahui pengaruh *intellectual capital*, *Corporate Social Responsibility*, dan *Sales growth* secara parsial terhadap *Firm value* jika variabel lainnya diasumsikan konstan. Uji t menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Jika nilai signifikansi probabilitas $>0,05$, maka H_0 ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi (Uji Adjusted R²)

Koefisien determinasi (*Adjusted R²*) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2012:95). Nilai koefisien determinasi berada di antara nol sampai dengan satu. Semakin kecil nilai koefisien, maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen semakin terbatas.

4. HASIL & ANALISIS

Subjek penelitian adalah tempat dimana data untuk variabel penelitian diperoleh. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan

manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016. Berikut adalah data perusahaan

manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2014-2016:

Tabel 4. Subjek Penelitian

Sektor Industri	Jumlah Perusahaan
1. Sektor Industri Dasar & Kimia	62
2. Sektor Aneka Industri	38
3. Sektor Industri Barang Konsumsi	40
INDUSTRI MANUFAKTUR	140

(sumber: www.sahamok.com)

Selanjutnya, dari 140 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dilakukan teknik pemilihan sampel untuk mendapatkan sampel penelitian. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Berdasarkan *purposive sampling* yang telah dilakukan, perusahaan yang memenuhi kriteria adalah 34

perusahaan, dimana penelitian dilakukan dari tahun 2014-2016, sehingga terkumpul sebanyak 102 sampel. Data penelitian diperoleh dari laporan keuangan dan tahunan perusahaan yang terdapat di www.idx.co.id dan situs resmi perusahaan. Berikut ini adalah table prosedur pemilihan sampel penelitian:

Tabel 5. Prosedur Pemilihan Sampel Penelitian

No.	Kriteria Sampel	Jumlah	Total
1.	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode penelitian	140	420
2.	Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan auditan dan laporan tahunan secara lengkap selama periode penelitian	(3)	(9)
3.	Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan per 31 Desember secara rutin selama periode penelitian	(1)	(3)
4.	Perusahaan yang tidak menyajikan laporan keuangan dengan mata uang Rupiah selama periode penelitian	(22)	(66)
5.	Perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR pada <i>annual report</i> atau <i>sustainability report</i> selama periode penelitian	(2)	(6)
6.	Perusahaan yang tidak mengalami kenaikan total penjualan berturut-turut selama periode penelitian	(78)	(234)
	Jumlah sampel sebelum uji outlier	34	102
	Data outlier		(9)
	Jumlah sampel penelitian		93

(sumber: data sekunder diolah)

Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, *valid*, dan *reliable* tentang suatu hal. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh *Intellectual Capital* (X_1) yang dalam penelitian ini menggunakan model Pulic, dimana diproksikan dengan VAIC (*Value Added Intellectual Capital*), *Corporate Social Responsibility* (X_2) yang diproksikan dengan CSRI (*Corporate Social*

Responsibility Index), dan *Sales Growth* (X_3) yang diproksikan dengan rasio selisih penjualan tahun lalu dengan tahun ini dibandingkan dengan penjualan tahun sebelumnya terhadap *Firm Value* (Y) yang diproksikan dengan Tobin's Q pada perusahaan manufaktur selama periode penelitian. Berikut adalah hasil statistic deskriptif seluruh variabel penelitian dengan jumlah sampel sebanyak 93 sampel (setelah uji *outlier*):

Tabel 6. Statistik Deskriptif *Intellectual Capital* (X_1)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAIC	93	-7,3817	12,0503	4,574609	2,6803400
Valid N (listwise)	93				

(Sumber: Output SPSS 20.0)

Keterangan: VAIC = *Value Added Intellectual Capital*

Berdasarkan hasil deskriptif statistik diatas dapat dilihat bahwa variabel *intellectual capital* memiliki nilai minimum sebesar -7,3817 yang dimiliki oleh Panasia Indo Resources Tbk (HDTX) pada tahun 2015, serta nilai maksimum sebesar 12,0503

yang dimiliki oleh Mayora Indah Tbk (MYOR) pada tahun 2016. Dapat dilihat pula bahwa rata-rata *value added intellectual capital* perusahaan sebesar 4,574609 dengan standar deviasi sebesar 2,6803400.

Tabel 7. Statistik Deskriptif *Corporate Social Responsibility* (X₂)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSRI	93	,1099	,4615	,247418	,0911045
Valid N (listwise)	93				

(Sumber: Output SPSS 20.0)

Keterangan: CSRI = *Corporate Social Responsibility Index*

Berdasarkan hasil deskriptif statistik diatas dapat dilihat bahwa variabel *corporate social responsibility* (CSR) memiliki nilai minimum sebesar 0,1099 yang yang berarti pengungkapan item CSR terendah dimiliki oleh Sekar Laut Tbk (SKLT) pada tahun 2014, yaitu sebesar 10,99%. Sedangkan, nilai maksimum

variabel CSR adalah 0,4615 yang berarti pengungkapan item CSR tertinggi dimiliki oleh Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) pada tahun 2015, yaitu sebesar 46,15%. Dapat disimpulkan pula bahwa rata-rata indeks pengungkapan item CSR oleh perusahaan sebesar 0,247418 dengan standar deviasi sebesar 0,0911045.

Tabel 8. Statistik Deskriptif *Sales Growth* (X₃)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SALES GROWTH	93	,0019	,3254	,120047	,0775713
Valid N (listwise)	93				

(Sumber: Output SPSS 20.0)

Berdasarkan hasil deskriptif statistik diatas dapat dilihat bahwa variabel *sales growth* memiliki nilai minimum sebesar 0,0019 yang dimiliki oleh Darya Varia Laboratoria Tbk (DVLA) pada tahun 2014 yang berarti tingkat pertumbuhan penjualan terendah dimiliki oleh Darya Varia Laboratoria Tbk dari tahun 2013-2014 hanya sebesar 0,19%. Selain

itu, nilai maksimum variabel *sales growth* sebesar 0,3254 dimiliki oleh Akasha Wira International Tbk (ADES) pada tahun 2016 yang berarti tingkat pertumbuhan penjualan tertinggi dimiliki oleh Akasha Wira International Tbk dari tahun 2015-2016, yaitu sebesar 32,54%. Dapat disimpulkan pula bahwa rata-rata pertumbuhan penjualan

perusahaan sebesar 0,120047 0,0775713.
dengan standar deviasi sebesar

Tabel 9 Statistik Deskriptif *Firm Value* (Y)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TOBIN'S Q	93	,3041	7,1138	1,8782	1,2909060
Valid N (listwise)	93				

(Sumber: Output *SPSS 20.0*)

Berdasarkan hasil deskriptif statistik diatas dapat dilihat bahwa variabel *firm value* memiliki nilai minimum sebesar 0,3041 yang dimiliki oleh Intan Wijaya International Tbk (INCI) pada tahun 2016, serta nilai maksimum sebesar 7,1138 yang dimiliki oleh Kalbe Farma Tbk (KLBF) pada tahun 2014. Dapat dilihat pula bahwa rata-rata nilai

perusahaan sebesar 1,878196 dengan standar deviasi 1,2909060.

Hasil Uji Asumsi Analisis Data

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi penelitian terdistribusi normal. Hasil uji normalitas dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* terhadap 102 sampel yaitu:

Tabel 10. Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov* (102 sampel)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		102
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3,28934693
	Absolute	,231
Most Extreme Differences	Positive	,231
	Negative	-,209
Kolmogorov-Smirnov Z		2,337
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

(Sumber: Output *SPSS 20.0*)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa pengujian dengan menggunakan 102 sampel awal terdistribusi tidak normal. Hal ini dikarenakan tingkat signifikansi yang dihasilkan di

bawah 0,05, yaitu 0,000. Maka dari itu, untuk selanjutnya akan dilakukan uji *outlier*. Setelah dilakukan uji *outlier*, maka didapatkan hasil:

Tabel 11. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov (93 sampel)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,21097375
	Absolute	,137
Most Extreme Differences	Positive	,137
	Negative	-,099
Kolmogorov-Smirnov Z		1,318
Asymp. Sig. (2-tailed)		,062

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

(Sumber: Output SPSS 20.0)

Setelah dilakukan uji outlier, terdapat 9 data yang dikeluarkan sehingga sampel berubah menjadi 93 sampel. Setelah dilakukan kembali uji normalitas didapatkan hasil di atas 0,05 yaitu sebesar 0,062

sehingga menunjukkan bahwa data telah terdistribusi dengan normal.

Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen.

Tabel 12. Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	1,832	,459				3,992
SALES GROWTH	-2,147	1,667	-,129	-1,288	,201	,985	1,015
VAIC	,160	,049	,333	3,288	,001	,966	1,035
CSRI	-1,734	1,434	-,122	-1,210	,230	,966	1,035

a. Dependent Variable: TOBIN'S Q

(Sumber: Output SPSS 20.0)

Berdasarkan table di atas dapat disimpulkan tidak terjadi multikolonieritas pada model regresi.

Kesimpulan ini diambil karena nilai TOL dan nilai VIF untuk masing-masing variabel independen

seluruhnya berturut-turut di atas 0,10 dan di bawah 10,00, dimana nilai *TOL* untuk variabel *intellectual capital* sebesar 0,966, variabel *corporate social responsibility* sebesar 0,966, dan variabel *sales growth* sebesar 0,985 serta nilai *VIF* untuk variabel *intellectual capital* sebesar 1,035, variabel *corporate social responsibility* sebesar 1,035,

dan variabel *sales growth* sebesar 1,015.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara pengganggu periode ini dengan periode sebelumnya. Hasil pengujian autokorelasi dapat dilihat pada table 4.10 di bawah ini:

Tabel 13. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,346 ^a	,120	,090	1,2312143	1,756

a. Predictors: (Constant), CSR, SALES GROWTH, VAIC

b. Dependent Variable: TOBIN'S Q

(Sumber: Output SPSS 20.0)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil uji autokorelasi pada kolom *Durbin-Watson*, yakni sebesar 1,756. Nilai tersebut perlu dimasukkan ke dalam persamaan $du < d < 4-du$ sebagai syarat model regresi bebas autokorelasi untuk ditarik kesimpulannya. Nilai *du* diperoleh dari tabel *Durbin-Watson* yang diperoleh dari www.stanford.edu dengan jumlah sampel (n) sebanyak 93 dan variabel independen penelitian (k) sebanyak 3 dengan tingkat signifikansi sebesar 5%, sehingga nilai *du* diperoleh sebesar

1,7295. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa nilai *Durbin-Watson* dari hasil pengujian sebesar 1,756 berada di antara *du* dan *4-du* ($1,7295 < 1,756 < 2,2705$). Dengan demikian dapat diartikan bahwa model regresi penelitian terbebas dari autokorelasi.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual antar pengamatan. Hasil uji heterokedastisitas dengan uji *glejser* dapat dilihat dari tabel 14:

Tabel 14. Hasil Uji Heterokedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,902	,306		2,952	,004
SALES GROWTH	-1,266	1,110	-,120	-1,140	,257
VAIC	,047	,032	,152	1,438	,154
CSRI	-,313	,955	-,035	-,328	,744

a. Dependent Variable: RES4

(Sumber: Output SPSS 20.0)

Berdasarkan table diatas dihasilkan bahwa nilai signifikansi variable independen sebesar 0,257; 0,254; dan 0,744. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena seluruh variable memiliki nilai signifikansi 0,05.

Uji signifikansi Secara Simultan (Uji Statistik F atau Uji ANOVA)

Uji statistic F digunakan untuk mengetahui pengaruh pengaruh *intellectual capital, corporate social responsibility*, dan *sales growth* secara bersama-sama terhadap *firm value*. Hasil pengujian dapat dilihat di tabel di bawah ini:

Tabel 15. Hasil Uji Statistik F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	18,398	3	6,133	4,046	,010 ^b
Residual	134,914	89	1,516		
Total	153,312	92			

a. Dependent Variable: TOBIN'S Q

b. Predictors: (Constant), SALES GROWTH, VAIC, CSR

(Sumber: Output SPSS 20.0)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,10 dapat diartikan bahwa *intellectual capital, corporate social*

responsibility, dan *sales growth* secara simultan berpengaruh terhadap *firm value*.

Uji signifikansi Secara Parsial (Uji statistic t) pengaruh suatu variable independen secara individual dalam Uji statistic t dilakukan untuk menerangkan variasi variable menunjukkan seberapa jauh dependen. Hasil uji t, yaitu:

Tabel 16. Hasil Uji Statistik t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,832	,459		3,992	,000
1 VAIC	,160	,049	,333	3,288	,001
CSRI	-1,734	1,434	-,122	-1,210	,230
SALES GROWTH	-2,147	1,667	-,129	-1,288	,201

a. Dependent Variable: TOBIN'S Q

(Sumber: Output SPSS 20.0)

Berdasarkan tabel diatas, pengaruh *intellectual capital* menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,160 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 maka dapat disimpulkan *intellectual capitali* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *firm value*. Pengaruh *CSR* menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar -1,734 dengan tingkat signifikansi 0,230 maka dapat disimpulkan *CSR* memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap *firm*

value. Pengaruh *sales growth* menunjukkan koefisien regresi sebesar -2,147 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,201 maka *sales growth* memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap *firm value*.

Uji Koefisien Determinasi (Uji Adjusted R²)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variable independen terhadap *firm value*. Hasil uji koefisien determinasi adalah:

Tabel 17. Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,346 ^a	,120	,090	1,2312143

a. Predictors: (Constant), SALES GROWTH, VAIC, CSR

b. Dependent Variable: TOBIN'S Q

(Sumber: Output SPSS 20.0)

Dari hasil pengujian dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,090 (9%) dan bersifat positif. Hal ini menyimpulkan bahwa dari 9% *firm value* dapat dipengaruhi oleh *intellectual capita*, *CSR* dan *sales growth* dan sebesar 91% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diuji dalam penelitian ini. Hasil dari pengujian analisis linear berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 18. Hasil Analisis Regresi Berganda **Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,832	,459		3,992	,000
1 VAIC	,160	,049	,333	3,288	,001
CSRI	-1,734	1,434	-,122	-1,210	,230
SALES GROWTH	-2,147	1,667	-,129	-1,288	,201

a. Dependent Variable: TOBIN'S Q

(Sumber: Output SPSS 20.0)

Dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{TOBIN'S Q} = 1,832 + 0,160\text{VAIC} - 1,734\text{CSRI} - 2,147\text{SG} + \epsilon .$$

Keterangan:

TOBIN'S Q : *Firm Value*

VAIC : *Value Added Intellectual Capital*

CSRI : *Corporate Social Responsibility Index*

SG : *Sales Growth*

e : *error*

Koefisien konstanta sebesar 1,832 memiliki arti jika variable independen bernilai nol, maka variable dependen bernilai positif sebesar 1,832. Koefisien $\beta_1 = 0,160$ memiliki arti bahwa setiap peningkatan *VAIC* yang merupakan proksi dari *intellectual capital* sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan peningkatan Tobin's Q yang merupakan proksi dari *firm value* sebesar 0,160 satuan dengan asumsi variabel lainnya memiliki nilai tetap. Koefisien $\beta_2 = -1,734$ memiliki arti bahwa setiap peningkatan *CRSI* yang merupakan proksi dari *csr* sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan penurunan Tobin's Q yang merupakan proksi dari *firm value* sebesar 1,734 satuan dengan asumsi variabel lainnya memiliki nilai tetap. Koefisien $\beta_3 = -2,147$ memiliki arti bahwa setiap peningkatan *Growth of Sales* yang merupakan proksi dari *sales growth* sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan penurunan Tobin's Q yang merupakan proksi dari *firm value* sebesar 2,147 satuan dengan asumsi variabel lainnya memiliki nilai tetap.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah (1) Ketiga variable independen dalam penelitian layak digunakan untuk memprediksi variabel dependen penelitian, (2) Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *intellectual capital* yang diproksikan dengan *VAIC* menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,160 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001, menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima, dimana *intellectual capital* (*VAIC*) berpengaruh positif signifikan terhadap *firm value* perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014-2016. (3) Hipotesis kedua adalah *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap *firm value*. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *corporate social responsibility* yang diproksikan dengan *CSRI* menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar -1,734 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,230, sehingga hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hipotesis kedua ditolak, dimana *corporate social responsibility*

berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap *firm value* perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014-2016. (4) Hipotesis ketiga adalah *sales growth* berpengaruh positif signifikan terhadap *firm value*. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *sales growth* yang diprosikan dengan *Growth of Sales* menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar -2,147 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,201, sehingga hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ketiga ditolak, dimana *sales growth* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap *firm value* perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014-2016.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanti, Lutfiah. (2012). "Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Pemoderasi". *Jurnal Akuntansi Negeri Surabaya*.
- Astuti, Wiwik Widia. (2017). Pengaruh Profitabilitas, *Size* dan *Sales growth* terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah*.
- Barney, J.B., & D. N. Clark. (2007). *Resource-Based Theory: Creating and Sustaining Competitive Advantage*. Oxford: Oxford University Press.
- Efrianti, Sarah dan Riswan. (2012). Analisis Perbandingan Pengungkapan dan Pelaksanaan *Corporate social Responsibility* terhadap PT Bank Negara Indonesia (Studi Kasus pada PT Bank Negara Indonesia). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol. 3(2), hal. 267-280.
- Fauzia, Norma & Lailatul Amanah. (2016). Pengaruh Intellectual Capital, Karakteristik Perusahaan, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 5 (4), hal. 1-22.
- Global Reporting Initiatives (GRI). (2014). Prinsip-Prinsip Pelaporan dan Pengungkapan Standar. Available at: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Bahasa-Indonesian-G4-Part-One.pdf>

- Kusumawati, Dewi. (2017). Pengaruh *Stakeholder Engagement* terhadap Pengungkapan *Sustainability Report* berdasarkan *Global Reporting Initiative G4* (Studi empiris pada Perusahaan Non-Keuangan yang terdaftar di BEI Tahun 2013-2015). *Skripsi.Fakultas Ekonomi dan Bisnis Lampung*.
- Lestari, Nanik & Rosi Candra Sapitri. (2016). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, dan Manajemen Bisnis, Vol. 4* (1). hal. 28-33.
- Luthan, Elvira, Asniati, & Deni Yohana. (2016). A Correlation of CSR and Intellectual Capital, its Implication toward Company's Value Creation, *International Journal of Business and Management Invention, Vol. 5* (11), hal. 88-94.
- Pantow, Mawar Sharon R., Sri Murni, & Irvan Trang. (2015). Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, *Return on Asset*, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat di Indeks LQ 45, *Jurnal EMBA, Vol. 3* (1), hal. 961-971.
- Prasetyanto, Pramudityo. (2013). Pengaruh Struktur Kepemilikan Dan Kinerja Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Keuangan di BEI Periode Tahun 2009-2011), *E-Jurnal Universitas Diponegoro*.
- Randa, F & S.A. Solon. (2012). Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Sistem Informasi Manajemen dan Akuntansi, Vol. 10* (1), hal. 24-47.
- Ratih, I Dewa Ayu dan I Gusti Ayu Eka Damayanthi. (2016). Kepemilikan Manajerial dan Profitabilitas pada Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial sebagai Variabel pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.
- Rosiana, Gusti Ayu Made Ervina, Gede Juliarsa, & Maria M. Ratna Sari. (2013). Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Vol. 5* (3), hal. 723-738.

- Salempang, L. Elisabeth, Jullie J. Sondakh, & Rudy J. Pusung. (2016). Pengaruh ROA, Debt to Equity, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Real Estate dan Property yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2014, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol. 16 (3), hal. 813-824.
- Scott, William R. (2012). *Financial Accounting Theory. Sixth edition. Toronto. Ontario: Pearson Canada Inc*
- Sekaran, Uma & Roger Bougie. (2013). *Research Method For Bussiness, Sixth Edition. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd*
- Solechan, Achmad. (2017). Pengaruh Efisiensi Modal Intelektual terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan di Indonesia. *Jurnal Kajian Akuntansi*, Vol.1(1), hal. 83-96
- Subramanyam, K.R. (2014). *Financial Statement Analysis. Eleventh Edition. Singapore: Mc Graw Hill.*
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: CV Alfabeta.
- Sukaenah. (2015). Pengaruh Earning Per Share (EPS), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2013, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Pandanaran Semarang.*
- Utomo, A.I. dan Chariri A. (2015). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Modal Intelektual dan Dampaknya terhadap Nilai Perusahaan *Doctorial dissertation. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.*