

PENGARUH KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)*, *INTELLECTUAL CAPITAL (IC)*, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022)

SKRIPSI

Oleh :

ANASTACIA SWASTIKA DHARMA GUNAWAN

20200100016

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
KONSENTRASI AKUNTANSI KEUANGAN DAN PERPAJAKAN**



**● FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG**

2024

PENGARUH KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)*, *INTELLECTUAL CAPITAL (IC)*, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pada Jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma Tangerang Jenjang Pendidikan Strata 1

Oleh:

ANASTACIA SWASTIKA DHARMA GUNAWAN

20200100016



FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG

2024

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Anastacia Swastika Dharma Gunawan
NIM : 20200100016
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan & Perpajakan
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Intellectual Capital* (IC), dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022)

Usulan skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dalam pembuatan Skripsi.

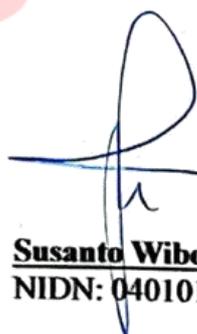
Tangerang, 22 September 2023

Menyetujui,
Pembimbing,

Mengetahui,
Ketua Program Studi,



Etty Herijawati, S.E., M.M.
NIDN: 0416047001



Susanto Wibowo, S.E., M.Akt.
NIDN: 0401016810

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Intellectual Capital (IC)*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022)

Disusun oleh,

Nama Mahasiswa : Anastacia Swastika Dharma Gunawan

NIM : 20200100016

Konsentrasi : Akuntansi Keuangan & Perpajakan.

Program Studi : Akuntansi.

Fakultas : Bisnis.

Skripsi ini kami setujui untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Universitas Buddhi Dharma sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar **Sarjana Akuntansi (S.Ak.)**.

Tangerang, 04 Januari 2024

Menyetujui,
Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Program Studi,



Etty Herijawati, S.E., M.M.
NIDN: 0416047001



Susanto Wibowo, S.E., M.Akt.
NIDN: 0401016810

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Etty Herijawati, S.E., M.M.

Kedudukan : Pembimbing

Menyatakan bahwa,

Nama Mahasiswa : Anastacia Swastika Dharma Gunawan

NIM : 20200100016

Konsentrasi : Akuntansi Keuangan & Perpajakan

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Intellectual Capital (IC)*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022)

Telah layak untuk mengikuti siding skripsi.

Tangerang, 04 Januari 2024

Menyetujui,
Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Program Studi,



Etty Herijawati, S.E., M.M.
NIDN: 0416047001



Susanto Wibowo, S.E., M.Akt.
NIDN: 0401016810

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Anastacia Swastika Dharma Gunawan
NIM : 20200100016
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan & Perpajakan
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Intellectual Capital* (IC), dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022)

Telah dipertahankan dan dinyatakan **LULUS** pada Yudisium dalam Predikat “**DENGAN PUJIAN**” oleh Tim Penguji pada hari Rabu, tanggal 28 Februari 2024.

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ketua Penguji : Rr Dian Anggraeni, S.E., M.Si.
NIDN : 0427047303



Penguji I : Dr. Limajatini, S.E., M.M., BKP., CTC.
NIDN : 0413026706



Penguji II : Peng Wi, S.E., M.Akt.
NIDN : 0406077607



Dekan Fakultas Bisnis,



Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si.
NIDN : 0427047303

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana di Universitas Buddhi Dharma ataupun di Universitas lain.
2. Karya tulis murni gagasan, rumusan dan original. Penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dosen pembimbing.
3. Dalam karya tulis tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis dengan jelas dan dipublikasi orang lain, kecuali secara tertulis jelas dan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis, skripsi ini tidak terdapat (kebohongan) pemalsuan, seperti: buku, artikel, jurnal, data sekunder, data responden, pengolahan data, dan pemalsuan tanda tangan dosen dan Ketua Program Studi atau Pembantu Ketua Bidang Akademik atau Rektor Universitas Buddhi Dharma yang dibuktikan dengan keasliannya.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Buddhi Dharma.

Tangerang, 04 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Anastacia Swastika Dharma Gunawan

NIM : 20200100016

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Dibuat oleh,

NIM : 20200100016
Nama : Anastacia Swastika Dharma Gunawan
Jejang Studi : Strata 1 (S1)
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak Universitas Buddhi Dharma, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah kami yang berjudul : “Pengaruh Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Intellectual Capital* (IC), dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019 – 2022”, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak Universitas Buddhi Dharma berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan Universitas Buddhi Dharma, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 14 Maret 2024

Penulis,



Anastacia Swastika Dharma Gunawan

PENGARUH KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR), *INTELLECTUAL CAPITAL* (IC), DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR *FOOD AND BEVERAGE* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2019-2022)

ABSTRAK

Nilai Perusahaan merupakan suatu kondisi yang dicapai perusahaan sebagai bukti dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan yang sering kali dikaitkan dengan harga saham perusahaan tersebut. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepemilikan institusional, *corporate social responsibility*, *intellectual capital*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur sektor *food and beverage* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2022. Data diperoleh dengan menggunakan data sekunder, dengan metode *purposive sampling*, terdapat 16 perusahaan yang memenuhi kriteria untuk pengambilan sampel data. Metode analisis data menggunakan statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji statistik, dan uji hipotesis.

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah bahwa kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan nilai signifikan sebesar $0,005 < 0,05$. Kemudian, *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan nilai signifikan sebesar $0,012 < 0,05$. Sedangkan *intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan nilai signifikan sebesar $0,647 > 0,05$. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan nilai signifikan sebesar $0,276 > 0,05$. Secara simultan, kepemilikan institusional, *corporate social responsibility*, *intellectual capital*, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$.

Kata Kunci : Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan

THE INFLUENCE OF INSTITUTIONAL OWNERSHIP, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR), INTELLECTUAL CAPITAL (IC), AND FIRM SIZE ON FIRM VALUE (EMPIRICAL STUDY ON FOOD AND BEVERAGE MANUFACTURING COMPANIES LISTED ON THE INDONESIAN STOCK EXCHANGE PERIOD 2019-2022)

ABSTRACT

Firm Value is a condition achieved by the company as evidence of public trust in the company which is often associated with the company's share price. There are several factors that can affect firm value. This study aims to examine the effect of institutional ownership, corporate social responsibility, intellectual capital, and firm size on firm value.

The population and samples used in this study are food and beverage sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange from 2019 to 2022. The data was obtained using secondary data, with a purposive sampling method, there were 22 companies that met the criteria for data sampling. The data analysis method uses descriptive statistics, classical assumption tests, statistical tests, and hypothesis test.

The conclusion that can be drawn in this study is that institutional ownership has a significant effect on firm value. This is because the significant value is $0.005 < 0.05$. Then, corporate social responsibility has a significant effect on firm value. This is because the significant value is $0.012 < 0.05$. Meanwhile, intellectual capital has no significant effect on firm value. This is because the significant value is $0.647 > 0.05$. Firm size has no significant effect on firm value. This is because the significant value is $0.276 > 0.05$. Simultaneously, institutional ownership, corporate social responsibility, intellectual capital, and firm size have a significant effect on firm value because the significance value is $0.002 < 0.05$.

Keywords: Institutional Ownership, Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, Firm Size, Firm Value

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu dengan judul **“Pengaruh Kepemilikan Institusional, Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur sektor Food and Beverage yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2022).”** Tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Akuntansi program S1 di Universitas Buddhi Dharma.

Penulis menyadari bahwa selama penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan doa, dukungan, dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini:

1. Ibu Dr. Limajatini, S.E., M.M., BKP. selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma
2. Ibu Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma.
3. Bapak Susanto Wibowo, S.E., M.Akt. selaku Ketua Program Studi Akuntansi (S1) Universitas Buddhi Dharma.
4. Ibu Ety Herijawati, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Seluruh Dosen dan Staff pengajar Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan ilmu dan membimbing penulis selama berkuliah di Universitas Buddhi Dharma.
6. Kedua orang tua dan adik penulis yang selama ini selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Teman-teman seperjuangan semasa kuliah, yaitu Febi, Mariska, Riyanti, dan Yulita yang telah setia menemani dan memberikan semangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman seperjuangan selama mengerjakan skripsi yaitu Marsha dan Elvina yang selalu memberikan dukungan selama proses bimbingan pertama hingga terakhir.

Penulis dengan penuh kesadaran, mengakui setiap pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kesempurnaan. Besar harapan penulis bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca dan menjadi referensi untuk memperluas wawasan serta pengembangan ilmu di waktu mendatang.

Tangerang, 28 Desember 2023



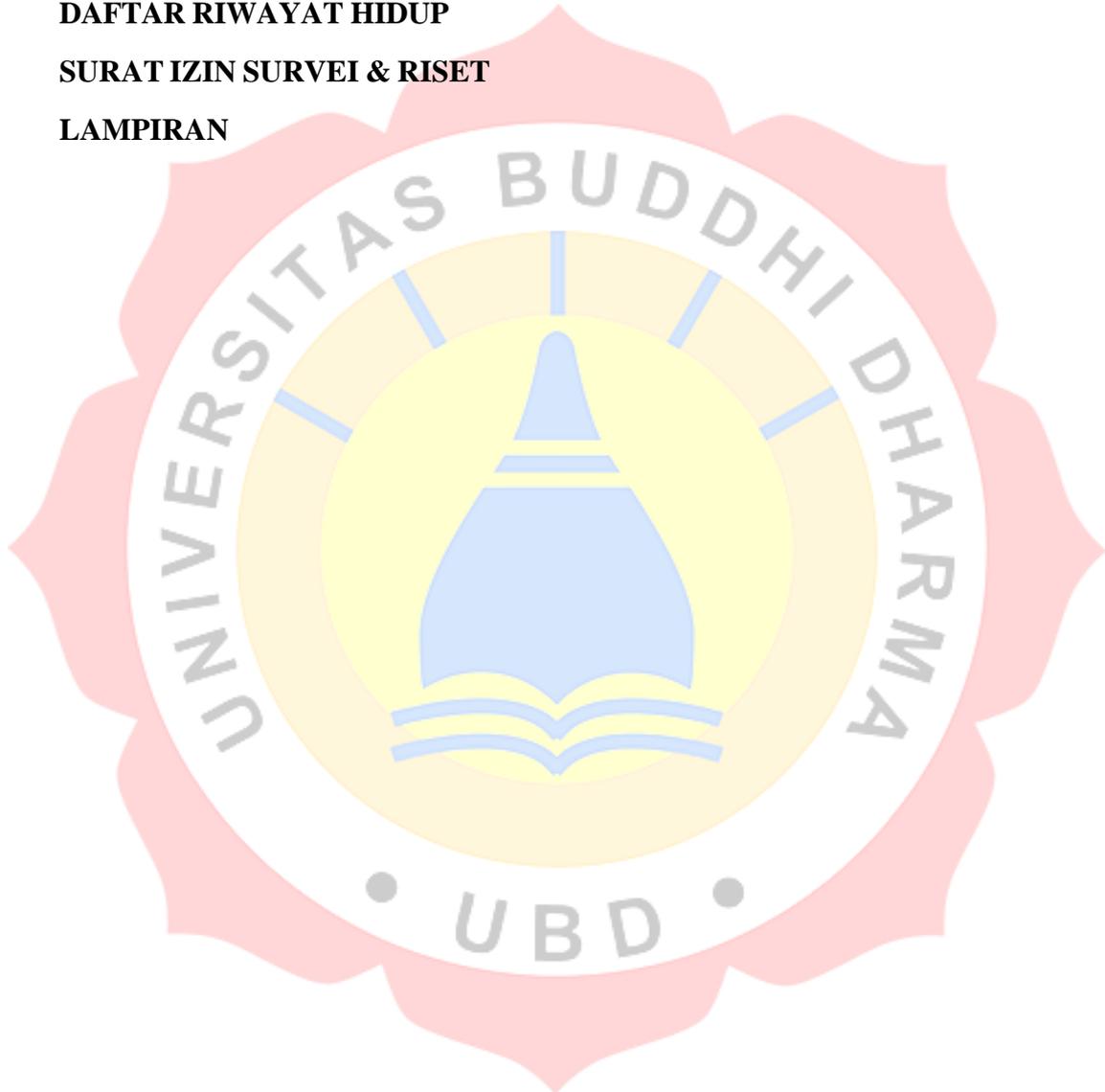
Anastacia Swastika Dharma Gunawan

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL LUAR	
JUDUL DALAM	
LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI	
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	
REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI	
LEMBAR PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Gambaran Umum Teori.....	11
1. Teori Keagenan (<i>Agency Theory</i>).....	11
2. Teori Stakeholder (<i>Stakeholder Theory</i>)	12
3. Kepemilikan Institusional.....	13
4. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	15
5. <i>Intellectual Capital</i> (IC)	20

6. Ukuran Perusahaan (<i>Firm Size</i>).....	24
7. Nilai Perusahaan	28
B. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	29
C. Kerangka Pemikiran	33
D. Perumusan Hipotesis	34
1. Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan ...	34
2. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	35
3. Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap Nilai Perusahaan	36
4. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	36
5. Pengaruh Kepemilikan Institusional, <i>Corporate Social Responsibility</i> , <i>Intellectual Capital</i> , dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian	38
B. Objek Penelitian	38
C. Jenis dan Sumber Data	39
D. Populasi dan Sampel	40
1. Populasi	40
2. Sampel	40
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Operasional Variabel Penelitian	43
1. Variabel Dependen (Y).....	44
2. Variabel Independen (X)	45
G. Teknik Analisis Data	49
1. Uji Statistik Deskriptif.....	49
2. Uji Asumsi Klasik.....	50
3. Uji Statistik	53
4. Pengujian Hipotesis	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. Deskripsi Hasil Penelitian	57
1. Variabel Independen.....	58
2. Variabel Dependen	66
B. Analisis Hasil Penelitian	67
1. Uji Statistik Deskriptif.....	67
2. Uji Asumsi Klasik.....	70

3. Uji Statistik.....	77
4. Pengujian Hipotesis	81
C. Pembahasan.....	86
BAB V PENUTUP.....	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	96
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
SURAT IZIN SURVEI & RISET	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel III.1 Proses Seleksi Sampel Berdasarkan Kriteria.....	41
Tabel III.2 Sampel Penelitian	42
Tabel III.3 Operasional Variabel Penelitian	48
Tabel IV.1 Daftar Sampel Penelitian	57
Tabel IV. 2 Hasil Perhitungan Kepemilikan Institusional	59
Tabel IV.3 Hasil Perhitungan <i>Corporate Social Responsibility</i>	61
Tabel IV.4 Hasil Perhitungan <i>Intellectual Capital</i>	62
Tabel IV.5 Tabel Perhitungan Ukuran Perusahaan.....	64
Tabel IV.6 Hasil Perhitungan Nilai Perusahaan	66
Tabel IV.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif	68
Tabel IV.8 Hasil Uji Normalitas.....	71
Tabel IV.9 Hasil Uji Multikolinearitas	73
Tabel IV.10 Hasil Uji Autokorelasi	75
Tabel IV.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	77
Tabel IV.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	79
Tabel IV.13 Hasil Uji Pengaruh Parsial (Uji T).....	82
Tabel IV.14 Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Penelitian.....	34
Gambar IV.1 Hasil Uji Normal <i>Probability Plot</i>	72
Gambar IV.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	76



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Sampel Perusahaan

Lampiran 2 : Perhitungan Kepemilikan Institusional

Lampiran 3 : Daftar Perhitungan CSR

Lampiran 4 : Daftar Perhitungan *Intellectual Capital*

Lampiran 5 : Daftar Perhitungs Ukuran Perusahaan

Lampiran 6 : Daftar Perhitungan Nilai Perusahaan

Lampiran 7 : Rincian Perhitungan *Intellectual Capital*

Lampiran 8 : Tabel *Durbin Watson*

Lampiran 9 : Tabel Uji t

Lampiran 10 : Tabel Uji F

Lampiran 11 : Laporan Keuangan Perusahaan

Lampiran 12 : Hasil Pengujian Variabel Menggunakan SPSS Versi 26

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi dunia saat ini mengalami peningkatan secara pesat sehingga mengharuskan perusahaan agar lebih meningkatkan efektifitas dan efisiensi perusahaannya (Dwijayanti et al., 2021). Tujuan dari peningkatan efektifitas dan efisiensi yaitu agar perusahaan dapat bertahan untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin sulit dikendalikan belakangan ini. Pertumbuhan ekonomi yang sangat pesat tidak lain didukung oleh kemajuan teknologi yang semakin mempermudah perusahaan untuk melakukan penjualan. Secara garis besar terdapat dua tujuan utama didirikan suatu perusahaan yaitu tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek yang harus dicapai perusahaan yaitu untuk menghasilkan laba atau keuntungan dari hasil penjualan. Sedangkan tujuan jangka panjang perusahaan yaitu untuk memaksimalkan nilai suatu perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang sering kali dikaitkan dengan harga saham, dan dapat meningkatkan kesejahteraan para pemangku kepentingan apabila harga saham suatu perusahaan semakin meningkat (Gantino & Alam, 2021). Dengan meningkatnya harga saham maka akan menambah kepercayaan investor untuk melakukan investasi. Perusahaan yang baik merupakan perusahaan yang dapat menjaga fluktuasi harga saham nya dengan stabil.

Dalam proses memaksimalkan nilai perusahaan terdapat beberapa masalah yang harus dihadapi salah satunya yaitu *agency problem* (Putri & Mardenia, 2019). *Agency problem* merupakan konflik kepentingan yang terjadi antara manajer dan pemegang saham. Dimana kedua organ perusahaan ini memiliki misi yang sama yaitu untuk mencapai tujuan perusahaan. Namun kenyataannya sering kali terjadi ketidaksamaan pengetahuan atau biasa disebut asimetri informasi. Asimetri informasi ini terjadi karena manajer memiliki lebih banyak pengetahuan tentang perusahaan yang dikelolanya sedangkan pemegang saham memiliki keterbatasan untuk itu. Hal tersebut memunculkan perbedaan pendapat antara kedua belah pihak pemangku kepentingan dan jika dibiarkan akan menghambat jalan untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

Untuk mengukur nilai perusahaan maka dibutuhkan suatu rasio pasar agar dapat memaksimalkan nilai perusahaan dengan baik. Rasio pasar tersebut salah satunya yaitu *Price to Book Value* (PBV). *Price to Book Value* (PBV) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai buku per lembar saham (Alkhairani & Rokhmawati, 2020). Jika nilai PBV yang dimiliki perusahaan tinggi maka apresiasi pasar terhadap perusahaan tinggi pula.

Adapun alasan peneliti memilih *food and beverage* sebagai sektor dalam penelitian ini yaitu karena perusahaan *food and beverage* merupakan perusahaan manufaktur yang memiliki peluang paling besar untuk maju dan berkembang. Sektor perusahaan ini merupakan sektor yang paling tahan

terhadap krisis dibandingkan sektor lainnya, karena produk *food and beverage* masuk kedalam kategori kebutuhan pokok manusia.

Namun pada kenyataannya terdapat perusahaan sektor *food and beverage* yang mengalami kemunduran dalam memperoleh laba. Salah satu fenomena yang terjadi yaitu pada PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD) yang mempunyai harga saham yang terus menurun serta kinerja saham mempunyai valuasi yang cukup tinggi di tengah pertumbuhan laba yang minim. Mengacu pada harga saham sepanjang tahun 2023, emiten yang berkode GOOD telah turun 8,95% ke level harga Rp 478, setelah terlepas dari level psikologis tertinggi nya sebulan terakhir di harga Rp 490. Saat ini, GOOD dihargai sebanyak 41,48 kali PER dengan harga terakhir sebesar Rp 478. Sedangkan pertumbuhan laba perusahaan terus melandai, yang mana pada setahun terakhir 2022, laba bersih GOOD hanya tumbuh 0,19% dari tahun sebelumnya. Lambatnya pertumbuhan laba bersih GOOD, diikuti beban penjualan, beban umum dan administrasi yang juga meningkat signifikan selama tahun 2022. Tercatat kenaikan sebesar 16% pada beban penjualan GOOD menjadi Rp 1,37 triliun yang pada tahun sebelumnya Rp 1,17 triliun. begitupun dengan beban umum dan administrasi yang melonjak 8% menjadi Rp 575 miliar. Penurunan fundamental bisnis GOOD juga tercermin pada anjlok nya angka pada rasio profitabilitas perseroan. Dalam lima tahun terakhir, dari sisi margin laba bersih terhadap pendapatan atau NPM telah menurun sebanyak 100 basis poin menjadi hanya 4% lebih rendah dibandingkan sebelumnya yang mampu membukukan *Net Profit Margin* mencapai 5%. Secara kinerja keuangan, jika

dibandingkan dengan emiten peers nya, GOOD terlihat masih belum bisa bersaing dengan optimal. Bahkan posisi *Net Profit Margin* GOOD merupakan yang terkecil jika kita bandingkan dengan emiten lainnya (Haknuh, 2023)

Salah satu solusi yang digunakan untuk meningkatkan nilai perusahaan yaitu dengan adanya tata kelola perusahaan yang baik. Dengan adanya tata kelola perusahaan yang baik maka, akan meminimalkan konflik yang terjadi antara manajemen perusahaan dengan *stakeholder*. Dalam mewujudkan tata kelola perusahaan yang baik maka dibutuhkan peran beberapa pihak salah satunya yaitu peran kepemilikan institusional. Kepemilikan Institusional berperan penting dalam mewujudkan tata kelola perusahaan yang baik karena dapat memberikan pengawasan kepada manajemen menjadi lebih optimal. Kepemilikan Institusional dijadikan sebagai agen pengawas dikarenakan melakukan investasi yang cukup besar pada pasar modal. Dengan adanya kepemilikan Institusional yang tinggi maka juga dapat menimbulkan pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional sehingga dapat mengurangi kecurangan manajemen dalam perusahaan.

Dalam proses menjaga nilai suatu perusahaan tidak hanya diperlukan tata kelola perusahaan yang baik tapi juga memerlukan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Hal ini dikarenakan semakin besarnya suatu perusahaan maka akan semakin besar pula dampak yang ditimbulkan kepada sosial dan lingkungan. Tujuan perusahaan didirikan memang untuk mencari keuntungan, namun perusahaan juga perlu memiliki andil terhadap lingkungan sekitar karena lingkungan dan masyarakat

merupakan bagian dari jalan nya kegiatan operasional perusahaan. Selain dapat meningkatkan nilai perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga dapat meningkatkan daya saing dan nama baik perusahaan di masyarakat.

Semakin maju nya era digital saat ini membawa dampak yang sangat besar bagi dunia ekonomi dan bisnis. Perusahaan harus menyadari bahwa aset fisik sudah tidak lagi menjadi hal yang utama, melainkan aset tidak berwujud (*Intangible Asset*) yang lebih banyak dibutuhkan seperti pengetahuan dan informasi. Contoh dari aset tidak berwujud tersebut yaitu modal intelektual (*Intellectual Capital*) (Rosiana & Mahardhika, 2020). Modal intelektual (*Intellectual Capital*) merupakan suatu aset tidak berwujud yang berisi sumber informasi dan pengetahuan yang memiliki fungsi meningkatkan kemampuan bersaing dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan (L. A. Amaliyah, 2023). Adanya *Intellectual Capital* dapat berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan karena dengan adanya Sumber Daya Manusia (SDM) yang memiliki kredibilitas tinggi, dapat menghasilkan laporan keuangan dengan akurat sehingga akan mengurangi tingkat manipulasi dan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Marsono, 2023).

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Risna et al., 2021). Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya perusahaan jika dihitung dengan total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan rata-rata total aktiva (Risna et al., 2021). Ukuran perusahaan dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu perusahaan besar dan perusahaan kecil (Amiyanto & Sutrisno, 2022).

Pengukuran besar kecilnya suatu perusahaan dapat dilihat dari tolak ukur jumlah aset atau kapitalisasi pasar (*Market Value*). Ukuran perusahaan sangat berpengaruh dalam keputusan investor dalam pengambilan keputusan. Jika suatu perusahaan memiliki ukuran yang besar maka akan lebih mudah dalam mencari informasi mengenai perusahaan tersebut sehingga investor dapat dengan mudah melakukan penilaian terhadap kinerja suatu perusahaan. Para investor juga cenderung lebih suka melakukan investasi ke perusahaan besar karena memiliki resiko yang cenderung lebih rendah dari pada melakukan investasi pada perusahaan kecil. Hal tersebut akan berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Dari latar belakang tersebut maka peneliti tertarik melakukan penelitian kembali dengan judul **"Pengaruh Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Intellectual Capital* (IC), dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022"**.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas diperoleh beberapa permasalahan sebagai berikut:

- 1) Harga saham yang terlalu rendah ataupun terlalu tinggi dapat menyebabkan penurunan nilai perusahaan.

- 2) Perbedaan pendapat antara manajer dan pemegang saham dapat menimbulkan asimetris informasi yang menyebabkan penurunan nilai perusahaan.
- 3) Investor cenderung memilih untuk melakukan investasi pada perusahaan besar dibanding perusahaan kecil.
- 4) Kesejahteraan hidup para pemimpin perusahaan bergantung kepada nilai yang dimiliki perusahaan.

C. Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Apakah Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022?
- 2) Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022?
- 3) Apakah *Intellectual Capital* (IC) berpengaruh terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022?
- 4) Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022?
- 5) Apakah Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Intellectual Capital* (IC), dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan tersebut, maka tujuan penelitian ini yaitu:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh *Intellectual Capital* (IC) terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022.
- 5) Untuk mengetahui pengaruh secara simultan Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Intellectual Capital* (IC), dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022.

E. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memberikan informasi dan referensi kepada peneliti selanjutnya mengenai hal-hal yang berkaitan dengan topik atau variabel sejenis.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan sumber pembelajaran untuk peneliti. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, wawasan, dan pemahaman penulis mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat memberikan gambaran dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan di masa yang akan datang.

F. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan terdapat gambaran bagaimana pembahasan dalam penelitian ini disusun secara sistematis. Secara umum, sistematika penulisan skripsi dibagi menjadi lima bab yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang teori variabel independen dan dependen, hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai jenis penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, operasionalisasi variabel penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab hasil penelitian dan pembahasan berisi tentang deskripsi data hasil penelitian variabel independen dan dependen, analisis hasil penelitian, pengujian hipotesis, dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Gambaran Umum Teori

1. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Menurut (Yuliana & Djalaluddin, 2019) teori keagenan memiliki pernyataan dalam pengelolaan perusahaan terdapat hubungan *principal* dan *agent* diantara pemilik modal dan manajer sebagai pihak pengelola perusahaan. Pemilik modal menyerahkan pengelolaan aset kepada manajer karena memiliki harapan dapat dikelola secara baik oleh manajer dan dapat meningkatkan kemakmuran *shareholder*. Dalam hubungan *principal* dan *agent*, manajer bergerak sebagai penguasa informasi yang tidak selalu memiliki sikap *wealth maximizer* (peningkatan kemakmuran) karena terdapat perbedaan kepentingan antara manajer dan *shareholder*. Apabila manajer melakukan suatu kesalahan dalam pengambilan keputusan maka pemegang saham merupakan orang yang paling terkena dampak dari peristiwa itu. Dampak tersebut dapat berupa penurunan dalam pengambilan dividen dan juga dapat mengakibatkan menurunnya nilai perusahaan yang juga akan berdampak pada penurunan nilai saham di pasar saham sehingga akan berimbas kepada tindakan investor dalam menyikapi permasalahan ini. Model hubungan antara *principal* dan *agent* diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan serta memuaskan *agent* dengan menjamin penerimaan *reward* dari hasil pengelolaan usaha perusahaan.

2. Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Teori Stakeholder merupakan suatu pendekatan yang banyak digunakan dalam etika bisnis. Teori *stakeholder* menjelaskan ketidakmudahan dalam menjalankan organisasi bisnis karena lingkungan bisnis memiliki sifat yang tidak pasti dan cepat berubah. Menurut (Prasetyono, 2021) *Stakeholder* sendiri dibedakan menjadi dua yaitu *primary stakeholders* dan *secondary stakeholder*. *Primary stakeholders* merupakan semua pihak yang memiliki kepentingan dalam bidang ekonomi kepada perusahaan seperti klien, pemasok, pemegang saham, dan karyawan. Sedangkan *secondary stakeholder* merupakan pihak yang tidak berhubungan secara langsung di bidang ekonomi perusahaan seperti serikat buruh, media, dan lembaga sosial masyarakat.

Munculnya teori *stakeholder* dilandasi oleh suatu keadaan dimana pemegang saham lebih diutamakan kepentingannya, dibandingkan dengan kepentingan para pelanggan, pemasok, karyawan, dan masyarakat sekitar. Menurut (Yuliana & Djalaluddin, 2019,54) terdapat dua aspek yang dikemukakan oleh *stakeholder theory* ini yaitu hak (*right*) dan akibat (*effect*). Pengungkapan teori *stakeholder* ini sama dengan teori keagenan tetapi pada teori stakeholder terdapat tekanan lebih besar kepada prinsip retribusi.

3. Kepemilikan Institusional

Kepemilikan Institusional merupakan bentuk distribusi saham diantara pemegang saham dari pihak eksternal yang dapat mengurangi biaya-biaya keagenan. Hal tersebut disebabkan karena kepemilikan merupakan sumber kekuasaan yang dapat digunakan untuk mendukung atau menentang kekuasaan manajemen. Apabila tingkat kepemilikan institusional tinggi maka akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh investor institusional sehingga dapat mengurangi perilaku *opportunistic behavior* manajer.

Jika suatu perusahaan memiliki kepemilikan institusional yang tinggi, maka akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar sehingga dapat mengontrol manajemen agar tidak melakukan perbuatan yang tidak sejalan dengan kepentingan pemegang saham yang dapat mengurangi *agency cost*.

Dengan tingginya tingkat Kepemilikan Institusional maka akan meningkatkan kekuatan suara dan dorongan institusi keuangan untuk mengawasi manajemen dan memberikan dorongan untuk melakukan pengoptimalan nilai perusahaan sehingga pembagian dividen mengalami peningkatan. Dengan semakin kuatnya kontrol eksternal terhadap perusahaan maka perusahaan cenderung akan mengurangi biaya keagenan sehingga perusahaan menggunakan dividen yang lebih rendah (Tamrin & Maddatuang, 2019). Selain itu juga kepemilikan institusional yang besar

dapat meningkatkan efisiensi dalam penggunaan aktiva perusahaan yang dapat mengurangi pemborosan yang dilakukan oleh manajer.

a. Pengertian Kepemilikan Institusional

Menurut (F. Amaliyah & Herwiyanti, 2019) mengatakan bahwa :

“Kepemilikan Institusional merupakan sebuah proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh institusi dalam hal ini yaitu institusi pendiri perusahaan, bukan termasuk institusi pemegang saham publik yang diukur dengan presentase jumlah lembar saham yang dimiliki oleh investor institusi internal.”

Menurut (Suaidah, 2020, 24) mengatakan bahwa :

“Kepemilikan Institusional merupakan jumlah besarnya saham yang dimiliki institusi dari total saham yang beredar di pasar.”

Menurut (Amiyanto & Sutrisno, 2022) mengatakan bahwa :

“Kepemilikan Institusional merupakan suatu kepemilikan saham yang dimiliki oleh institusi yang berasal dari pihak eksternal yang terdiri dari instansi perbankan, rumah sakit, perusahaan asuransi, yayasan, perusahaan investasi, ataupun pemerintah.”

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat didefinisikan secara singkat bahwa kepemilikan institusional merupakan suatu kepemilikan saham yang dimiliki oleh pemerintah, bank, perusahaan asuransi, perusahaan luar negeri, investor asing, kecuali kepemilikan individual investor. Hal ini sangat penting bagi perusahaan karena dapat meningkatkan nilai suatu perusahaan.

b. Pengukuran Kepemilikan Institusional

Kepemilikan Institusional merupakan salah satu indikator mekanisme tata kelola perusahaan yang berasal dari pihak eksternal.

Kepemilikan Institusional dapat diukur menggunakan rasio antara jumlah lembar saham yang dimiliki oleh institusi terhadap jumlah lembar saham perusahaan yang beredar secara keseluruhan (Tamrin & Maddatuang, 2019). Rumus yang digunakan untuk mengukur kepemilikan institusional adalah sebagai berikut :

$$\text{Kepemilikan Institusional} = \frac{\sum \text{Saham yang dimiliki}}{\sum \text{Saham yang beredar}} \times 100\%$$

Sumber : (Suaidah, 2020, 26)

4. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu kewajiban yang dimiliki oleh pelaku bisnis untuk turut serta andil dalam kegiatan yang memiliki tujuan untuk melindungi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Di Indonesia, komitmen dan tanggung jawab perusahaan dalam menjaga lingkungan dapat dilihat dari Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam pengelolaan (PROPER) yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup setiap tahunnya.

a. *Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)*

Menurut Undang-Undang No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 1 angka (3) mengatakan bahwa :

“Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.”

Menurut (Prasetyono, 2021,42) pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu :

“*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan usaha yang dilakukan perusahaan dalam rangka menyeimbangkan komitmennya terhadap suatu kelompok atau individual dalam lingkungan perusahaan, termasuk didalamnya pelanggan, para karyawan, dan investor.”

Menurut ISO 26000 pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu :

“Tanggung jawab perusahaan atas dampak dari aktifitas yang dilakukan kepada masyarakat dan lingkungan, yang transparan dan perilaku etis yang memberikan kontribusi kepada pembangunan berkelanjutan, kesehatan, dan kesejahteraan masyarakat, memperhitungkan keinginan para pemangku kepentingan, sudah sesuai dengan hukum yang berlaku, konsisten sesuai dengan norma perilaku internasional dan melekat secara menyeluruh dan dipraktekkan di semua hubungan organisasi.”

Berdasarkan pengertian diatas, dapat didefinisikan secara singkat pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu sebuah tindakan yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap keadaan lingkungan sekitar, dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat seperti memberikan beasiswa kepada anak yang kurang mampu, memberikan sembako ke masyarakat sekitar, dan melakukan pemeriksaan kesehatan keliling.

b. Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Ranah tanggung jawab sosial (*social responsibility*) mempunyai dimensi yang sangat luas dan kompleks jika dikaitkan dengan kepentingan (*stakeholder*). Untuk menyederhanakan prinsip tersebut

banyak ahli yang mencoba untuk menggarisbawahi prinsip dasar yang terkandung dalam tanggung jawab sosial tersebut. Menurut (Hadi, 2018,79-81) terdapat tiga prinsip yang menguraikan tanggung jawab sosial (*social responsibility*) yaitu :

1. *Sustainability*, merupakan suatu keadaan dimana perusahaan dalam melakukan kegiatan atau aktivitas tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya dimasa yang akan datang. Keberlanjutan pembangunan menjelaskan bagaimana masyarakat dalam menggunakan sumber daya yang tidak lebih dari yang dapat diregenerasikan. Pengertian tersebut ditujukan untuk meningkatkan daya dukung ekosistem.
2. *Accountability*, merupakan sebuah daya upaya perusahaan dalam bersikap terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dapat digunakan sebagai media bagi perusahaan untuk membangun citra perusahaan dan *network* terhadap para pemangku kepentingan. Konsep akuntabilitas dibutuhkan oleh perusahaan ketika terdapat aktivitas yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh pihak eksternal.
3. *Transparency*, merupakan prinsip yang sangat penting bagi pihak eksternal perusahaan. *Transparency* sangat penting dikarenakan dapat mengurangi asimetris informasi, kesalahpahaman, khususnya pertanggung jawaban berbagai dampak lingkungan.

c. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut (Prasetyono, 2021,48) terdapat empat manfaat yang akan diperoleh perusahaan apabila mengimplementasikan CSR :

1. Eksistensi perusahaan akan terus tumbuh dan dapat meningkatkan citra (*image*) positif terhadap perusahaan dari masyarakat.
2. Dengan melakukan penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan dapat lebih mudah dalam memperoleh akses terhadap kapital (modal).
3. Manfaat lain yang dapat dirasakan yaitu perusahaan dapat terus mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas tinggi.
4. Dalam keadaan mendesak, perusahaan dapat melakukan pengambilan keputusan pada hal yang kritis (*critical decision making*) dan juga dapat mempermudah pengelolaan manajemen resiko (*risk management*).

d. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan CSR berpedoman kepada *Global Reporting Initiative* (GRI) standar tahun 2016 dan terdapat 136 indeks pengungkapan CSR. Menurut *Global Reporting Initiative* (GRI) pengungkapan CSR dibagi menjadi 3 fokus utama yaitu :

1. Ekonomi

Fokus pengungkapan ekonomi menyangkut mengenai kelangsungan organisasi yang nantinya akan berdampak pada

kondisi ekonomi pada tingkat nasional hingga tingkat internasional. Indikator ekonomi menjelaskan mengenai arus modal diantara kepentingan dan dampak ekonomi dari organisasi masyarakat.

2. Lingkungan

Fokus pengungkapan lingkungan menyangkut kegiatan organisasi yang berdampak secara langsung kepada lingkungan alam seperti tanah, air, udara, dan ekosistem. Indikator kinerja lingkungan lain terkait dengan input (bahan dan energi) dan output (gas dan limbah). Kinerja pengungkapan lingkungan merupakan kinerja yang berkaitan mengenai keanekaragaman hayati, kepatuhan terhadap lingkungan dan informasi lain yang berkaitan mengenai limbah yang berada pada lingkungan dan dampak dari produk jasa.

3. Sosial

Fokus pengungkapan sosial mengenai kelangsungan organisasi yang telah memiliki dampak pada sistem sosial yang berlangsung. Indikator kerja sosial yang terdapat pada *Global Reporting Initiative* (GRI) merumuskan kunci aspek kinerja yang meliputi praktek tenaga kerja, hak asasi manusia, dan masyarakat atau sosial.

e. Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR)

CSR diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) berdasarkan standar pelaporan internasional yang disusun oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) yaitu *sustainability reporting*

guidelines 2016. Kriteria pengukuran terdiri dari 136 kriteria, dimana setiap kriteria yang terpenuhi akan diberikan nilai 1 dan kriteria yang tidak terpenuhi akan diberikan nilai 0. Rumus yang digunakan untuk melakukan pengukuran CSR yaitu :

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Sumber : (Putri & Mardenia, 2019)

Keterangan :

CSRI : *Corporate Social Responsibility Index*

N : Jumlah item untuk perusahaan j

X : *Dummy* variabel:

1 = jika item i diungkapkan,

0 = jika item i tidak diungkapkan

5. *Intellectual Capital (IC)*

Intellectual Capital (IC) merupakan salah satu cara yang digunakan oleh perusahaan untuk mempercepat pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Saat ini dunia bisnis tidak hanya berfokus pada aset berwujud perusahaan tetapi juga pada aset tidak berwujud. Terdapat beberapa aspek yang termasuk kedalam *Intellectual Capital (IC)* seperti kompetensi yang dimiliki karyawan, penciptaan inovasi baru, hingga kemampuan dalam menguasai teknologi (Gantino & Alam, 2021).

a. Pengertian *Intellectual Capital* (IC)

Menurut (Silalahi, 2021,1) pengertian modal intelektual (*intellectual capital*) yaitu :

“Modal Intelektual (*Intellectual Capital*) merupakan aset tidak berwujud yang berisi sumber daya informasi dan pengetahuan yang memiliki fungsi untuk meningkatkan kemampuan bersaing dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan.”

Menurut (Priatna & Limakrisna, 2021,3) pengertian *Intellectual Capital* (IC) yaitu :

“*Intellectual Capital* merupakan suatu pengetahuan, pengalaman, dan keahlian karyawan, serta hubungan baik dengan pelanggan dan kapasitas teknologi perusahaan yang dapat meningkatkan nilai dan memberikan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) untuk perusahaan.”

Menurut (Siregar & Safitri, 2019) pengertian *Intellectual Capital* (IC) yaitu :

“*Intellectual Capital* (IC) merupakan sekelompok aktiva berupa pengetahuan yang merupakan suatu atribut organisasi dan dapat berkontribusi secara signifikan dengan meningkatkan posisi persaingan dengan melakukan penambahan nilai bagi pihak yang mempunyai kepentingan.”

Dari ketiga pengertian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengertian *Intellectual Capital* (IC) yaitu berbagai sumber daya yang berbentuk pengetahuan, keterampilan, dan keahlian yang dimiliki oleh karyawan dan dapat meningkatkan nilai pada suatu perusahaan.

b. Karakteristik *Intellectual Capital* (IC)

Menurut Brooking dalam buku (Silalahi, 2021,3) karakteristik *Intellectual Capital* (IC) sebagai berikut :

1. Berupa aset yang dapat memberikan kedudukan dalam pasar seperti *trademark*, loyalitas pelanggan, bisnis yang terus berulang.
2. Berupa aset yang dapat memberikan perusahaan kekuatan internal seperti budaya internal, suatu manajemen dan proses bisnis yang baik, sebuah kekuatan yang dihasilkan oleh sistem teknologi informasi.
3. Berupa aset yang dapat menyajikan properti dari hasil pemikiran *intellectual property* seperti hak cipta, *trademark*, hak paten.
4. Berupa aset yang diperoleh dari individu yang memiliki pekerjaan di perusahaan seperti *knowledge* yang dimiliki, kompetensi, dan kemampuan dalam membangun jaringan bisnis.

c. Komponen *Intellectual Capital* (IC)

Menurut *International Federation of Accountant* (IFAC) terdapat tiga komponen *Intellectual Capital* (IC) yaitu :

1. *Human Capital*

Human Capital merupakan sumber kehidupan bagi *Intellectual Capital* (IC) karena disinilah timbul inovasi dan peningkatan sumber daya pengetahuan. *Human Capital* dapat menghasilkan solusi dari permasalahan yang dialami perusahaan berdasarkan pengetahuan yang dimiliki. *Human Capital* akan mengalami peningkatan apabila suatu perusahaan dapat menjaga dengan baik pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan. Beberapa karakteristik

dari *Human Capital* yaitu program pelatihan, pengalaman, kompetensi, pendaftaran, *mentoring*, dan *learning program*.

2. *Structural Capital*

Structural Capital merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas yang dilakukan perusahaan yang mendukung usaha karyawan untuk mendapatkan kinerja intelektual yang optimal. Contohnya seperti sistem operasional perusahaan, proses manufakturing, budaya organisasi, filosofi manajemen, dan seluruh bentuk *intellectual property* yang dimiliki perusahaan. Jika seorang karyawan memiliki intelektualitas yang tinggi, namun perusahaan mempunyai sistem yang buruk maka *intellectual capital* tidak dapat mencapai kinerja yang optimal.

3. *Relation Capital*

Relation Capital atau biasa juga disebut *customer capital* merupakan komponen dari *intellectual capital* yang dapat memberikan nilai secara nyata. *Relation Capital* mempunyai hubungan yang harmonis (*association network*) antara perusahaan dengan mitranya, baik dari para pemasok yang berkualitas maupun hubungan perusahaan dengan pemerintah, dan masyarakat sekitar. *Relation capital* dapat berasal dari lingkungan luar perusahaan yang dapat menambah nilai perusahaan.

d. Pengukuran *Intellectual Capital* (IC)

Metode VAIC (*Value Added Intellectual Coefficient*) merupakan suatu metode yang didesain untuk menyajikan informasi tentang *value creation efficiency* dari aset berwujud dan aset tidak berwujud yang dimiliki oleh perusahaan (Silalahi, 2021,5-7). Metode ini digunakan untuk mengukur seberapa besar efisiensi *intellectual capital* dan *capital employed* dalam menciptakan nilai perusahaan berdasarkan 3 komponen yaitu *human capital*, *capital employed*, dan *structural capital*. Adapun rumus yang digunakan untuk melakukan pengukuran terhadap *intellectual capital* yaitu sebagai berikut :

$$VAIC = \frac{VACA + STVA + VAHU}{\dots}$$

Sumber : (Silalahi, 2021,6)

Keterangan :

VAIC : *Value Added Intellectual Coefficient*

VACA : *Value Added Capital Employed*

STVA : *Structural Capital Value Added*

VAHU : *Value Added Human Capital*

6. Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki aset *likuid* yang lebih besar mempunyai kemampuan lebih besar untuk mengatasi masalah keuangannya. Ukuran perusahaan yang lebih besar memiliki lebih banyak

sumber daya dan pengalaman untuk mengendalikan manajemen internal dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki ukuran lebih kecil.

a. Pengertian Ukuran Perusahaan

Menurut (Effendi & Ulhaq, 2020) dapat didefinisikan bahwa ukuran perusahaan yaitu :

“Ukuran Perusahaan merupakan suatu keadaan yang menyatakan besar kecilnya suatu perusahaan jika dilihat dari total aset, total penjualan, dan jumlah tenaga kerja.”

Menurut (Ginting, 2019) dapat didefinisikan bahwa ukuran perusahaan yaitu :

“Ukuran Perusahaan merupakan sebuah skala yang dapat mengklasifikasikan besar kecil nya suatu perusahaan menurut total aset, harga pasar saham, dan sebagainya.”

Menurut (Hamdani & Hartati, 2019) dapat didefinisikan bahwa ukuran perusahaan yaitu :

“Ukuran Perusahaan merupakan besar kecilnya sebuah perusahaan yang dinilai dengan total aktiva, total *sales*, total laba, dan beban pajak yang akan mempengaruhi waktu untuk menyajikan laporan keuangan.”

b. Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Menurut Pasal 1 Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah, klasifikasi ukuran perusahaan dibedakan menjadi empat yaitu :

1. Usaha Mikro

Usaha Mikro merupakan usaha yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha perorangan. Suatu usaha dikatakan masuk kedalam usaha mikro apabila memenuhi dua kriteria utama yaitu apabila usaha tersebut mempunyai kekayaan bersih paling banyak 50 juta rupiah yang tidak termasuk tanah dan bangunan yang dijadikan tempat usaha. Kriteria kedua yaitu memiliki penghasilan paling banyak 300 juta rupiah selama satu periode usaha.

2. Usaha Kecil

Usaha Kecil merupakan usaha yang berdiri secara mandiri dan dijalankan oleh orang perorangan atau badan usaha yang dapat dikriteriakan sebagai usaha kecil. Kriteria usaha kecil yaitu usaha yang memiliki kekayaan bersih 50 juta rupiah sampai 500 juta rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan yang dijadikan tempat usaha. Selain itu penghasilan yang didapatkan selama satu periode antara lain 300 juta sampai dengan 2,5 milyar rupiah.

3. Usaha Menengah

Usaha Menengah merupakan usaha yang didirikan secara mandiri oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, dan menjadi bagian secara langsung ataupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar yang mempunyai kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan diatur dalam undang-undang. Kriteria dari usaha

menengah yaitu memiliki kekayaan bersih antara 500 juta rupiah hingga 10 milyar rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan yang dijadikan tempat usaha. Kriteria kedua yaitu memiliki penghasilan paling sedikit 2,5 milyar rupiah dan paling banyak 500 milyar rupiah selama satu periode.

4. Usaha Besar

Usaha Besar merupakan usaha yang dilakukan oleh badan usaha yang memiliki kekayaan bersih atau total penjualan bersih dalam satu periode lebih besar dari usaha menengah. Kriteria dari usaha besar yaitu usaha yang memiliki total kekayaan lebih dari 10 milyar rupiah tidak termasuk dengan tanah dan bangunan yang digunakan untuk tempat usaha. Memiliki jumlah penjualan lebih dari 50 milyar rupiah selama satu periode.

c. Pengukuran Ukuran Perusahaan

Pengukuran Ukuran Perusahaan menggunakan logaritma natural (Ln) didapat melalui total aset dalam menghitung indikator ukuran perusahaan. Pengukuran ukuran perusahaan diprosikan dengan Logaritma natural (Ln) dengan tujuan agar mengurangi fluktuasi data berlebih. Rumus yang digunakan untuk menghitung ukuran perusahaan yaitu :

$$\text{Firm Size} = \text{Ln}(\text{Total Aset})$$

Sumber : (Rafly & Salim, 2023)

7. Nilai Perusahaan

Suatu nilai perusahaan sering kali dikaitkan dengan harga saham perusahaan. Harga saham dapat dilihat dari perkembangan harga saham di bursa yang apabila meningkat maka akan menambah nilai yang dimiliki oleh perusahaan. Peningkatan harga saham terjadi karena adanya kepercayaan yang dimiliki masyarakat kepada perusahaan sehingga mereka mau membayar lebih tinggi dan mengharapkan *return* yang tinggi pula.

a. Pengertian Nilai Perusahaan

Menurut (Indrarini, 2019) pengertian nilai perusahaan yaitu :

“Nilai Perusahaan merupakan persepsi seorang investor terhadap tingkat keberhasilan seorang manajer dalam rangka mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham.”

Menurut (Octavus & Adiputra, 2020) pengertian nilai perusahaan yaitu:

“Nilai Perusahaan merupakan suatu kinerja perusahaan yang digambarkan dengan harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan.”

Menurut (Yanti & Darmayanti, 2019) pengertian nilai perusahaan yaitu:

“Nilai Perusahaan merupakan suatu ukuran untuk mengetahui keberhasilan sebuah manajemen perusahaan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pemegang saham dan memenuhi kesejahteraannya.”

Dari pengertian diatas dapat didefinisikan secara sederhana bahwa nilai perusahaan merupakan suatu kondisi yang dicapai perusahaan sebagai bukti dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan yang sering kali dikaitkan dengan harga saham perusahaan tersebut.

b. Pengukuran Nilai Perusahaan

Pengukuran nilai perusahaan dilakukan dengan menggunakan proksi *Price to Book Value* (PBV). Penggunaan rasio PBV karena rasio ini merupakan indikator yang dapat mengukur nilai perusahaan melalui perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham. Nilai buku persaham diperoleh dari perbandingan total ekuitas pemegang saham dengan jumlah saham yang beredar. Adapaun rumus yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan menggunakan rasio PBV yaitu sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham } t}{\text{Nilai Buku Per Saham } t}$$

Sumber : (Hamdani, 2016)

Keterangan :

1. Harga Saham t = Harga Saham akhir tahun
2. Nilai buku per saham t = Total ekuitas pemegang saham / saham beredar akhir tahun

B. Hasil Penelitian Sebelumnya

Beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji mengenai Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Intellectual Capital* (IC), dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Nabila & Wuryani, 2021)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Good Corporate Governance</i> , dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 2. <i>Good Corporate Governance</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 3. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
2	(Salim & Wuryani, 2023)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> , <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, 2. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan 3. Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan
3	(Yunita, 2021)	Pengaruh Pengungkapan CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>), <i>Tax Avoidance</i> , dan <i>Net Profit Margin</i> Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar pada BEI Tahun 2017-2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 2. <i>Tax Avoidance</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

			3. <i>Net Profit Margin</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
4	(Wibowo, 2020)	<i>The Influence of Capital Structure, Working Capital Round, And Intellectual Capital Structure on Corporate Value in Food and Beverages Sector Manufacturing Companies Listed in Indonesia Stock Exchange In 2015-2018</i>	1. <i>Capital Structure</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 2. <i>Working Capital Round</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 3. <i>Intellectual Capital</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
5	(Sutiyono & Afa, 2022)	Analisis Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> , Dewan Komisaris Independen dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris: Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Eceran yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2021)	1. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Dewan Komisaris Independen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 3. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
6	(Chandi & Herijawati, 2023)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Subsektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021)	1. Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 3. Solvabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

7	(Gantino & Alam, 2021)	Pengaruh <i>Intellectual capital</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Intellectual capital</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 2. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
8	(Kristiadi & Herijawati, 2023)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 3. Solvabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
9	(Rahman & Asyik, 2021)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 2. <i>Good Corporate Governance</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
10	(Soniami et al., 2021)	Analisis Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> , <i>Corporate Social Responsibility</i> , dan <i>Return On Asset</i> Terhadap Nilai Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 2. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 3. <i>Return On Asset</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
11	(F. Amaliyah & Herwiyanti, 2019)	Pengaruh Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris Independen, dan Komite Audit	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepemilikan Institusional berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

		Terhadap Nilai Perusahaan	<p>2. Dewan Komisaris Independen tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>3. Komite Audit berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.</p>
--	--	---------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

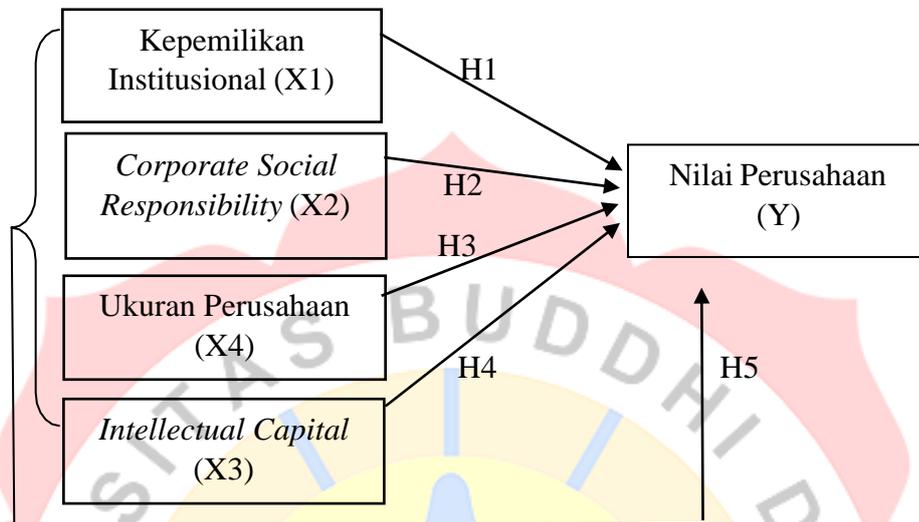
Sumber : Penelitian Sebelumnya

Dari tabel diatas maka ditemukan beberapa perbedaan dengan penelitian ini, dimana pada penelitian sebelumnya menggunakan variabel *Good Corporate Governance*, Profitabilitas, dan *Return On Asset* sedangkan penelitian ini menggunakan variabel independen Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, dan Ukuran Perusahaan. Perbedaan selanjutnya yaitu dilihat pada penelitian yang dilakukan oleh (Yunita, 2021) dimana variabel dependen dalam penelitian tersebut yaitu nilai perusahaan dihitung menggunakan indikator Tobin's Q sedangkan penelitian ini menggunakan indikator *Price to Book Value* (PBV). Perbedaan lain yaitu terletak pada periode penelitian, dimana penelitian ini menggunakan periode penelitian terbaru dibanding penelitian sebelumnya.

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pada landasasan teori dan penelitian terdahulu yang sudah dibahas maka kerangka pemikiran berisi argumentasi secara logis mengenai keterkaitan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen terdiri dari Kepemilikan Institusional (X1), *Corporate Social Responsibility* (X2), *Intellectual Capital* (X3), dan Ukuran Perusahaan (X4)

sedangkan variabel dependennya yaitu Nilai Perusahaan (Y). Dari variabel tersebut dapat dibuat gambaran model kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar II.1
Kerangka Penelitian

D. Perumusan Hipotesis

1. Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan

Kepemilikan Institusional merupakan suatu prinsip yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai nilai perusahaan. Dengan tingginya tingkat kepemilikan institusional maka akan meningkatkan kekuatan suara dan dorongan institusi keuangan untuk mengawasi manajemen dan memberikan dorongan untuk melakukan pengoptimalan nilai perusahaan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (F. Amaliyah & Herwiyanti, 2019) mengatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya yaitu dengan adanya kepemilikan institusional maka dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi perusahaan dan dapat menjaga keberlangsungan

perusahaan secara jangka panjang. Berdasarkan keterkaitan antara kepemilikan institusional dengan nilai perusahaan, maka hipotesis yang akan diajukan yaitu :

H1 : Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility merupakan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan kepada lingkungan alam maupun masyarakat sekitar. Dengan penerapan *Corporate Social Responsibility* diharapkan dapat membantu dalam menyelesaikan permasalahan yang ada dilingkungan sekitar. Penerapan CSR juga diharapkan dapat meningkatkan ekonomi nasional dan dapat membantu menjaga alam.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Nabila & Wuryani, 2021) dan (Soniami et al., 2021) mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya dengan melakukan penerapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan dapat membangun citra dan menjaga nama baik perusahaan di masyarakat. Dengan terjaganya nama baik perusahaan maka akan menimbulkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut, sehingga akan mudah bagi perusahaan untuk mendapatkan investor yang ingin menanamkan modal nya pada perusahaan. Berdasarkan keterkaitan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan maka hipotesis yang akan diajukan yaitu :

H2 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

3. Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

Intellectual Capital merupakan aset tidak berwujud yang dimiliki perusahaan berupa sumber daya pengetahuan yang sangat berguna dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Dengan adanya komponen *Intellectual Capital* berupa *Human Capital*, *Capital Employed*, dan *Structural Capital* dapat membantu perusahaan bersaing di dunia bisnis.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Wibowo, 2020) dan (Gantino & Alam, 2021) mengatakan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut disebabkan karena *Intellectual Capital* merupakan faktor utama dalam meningkatkan nilai perusahaan. Dengan adanya *Intellectual Capital* perusahaan dapat menciptakan *value added* yang dapat meningkatkan motivasi perusahaan. Dengan keterkaitan antara *Intellectual Capital* dengan nilai perusahaan maka hipotesis yang akan diajukan yaitu :

H3 : *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

4. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran Perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya suatu perusahaan dimana ukuran perusahaan dapat dijadikan salah satu parameter yang berguna untuk meningkatkan nilai perusahaan. Jika suatu perusahaan dikategorikan sebagai perusahaan besar maka aset yang dimilikipun besar pula, hal tersebut menyebabkan pihak

manajemen akan lebih leluasa menggunakan aset tersebut untuk kebutuhan operasional perusahaan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Chandi & Herijawati, 2023) dan (Nabila & Wuryani, 2021) mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya yaitu besar kecilnya suatu perusahaan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam menghadapi resiko yang ada. Semakin tinggi pula kesanggupan perusahaan dalam mengatasi masalah yang dapat menimbulkan penurunan pada nilai perusahaan. Berdasarkan keterkaitan antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan maka hipotesis yang akan diajukan yaitu :

H4 : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

5. Pengaruh Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan pada H1, H2, H3, dan H4 yang mengatakan bahwa variabel independen yaitu Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, dan Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan, maka hipotesis yang akan diajukan yaitu :

H5 : Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian merupakan salah satu faktor yang dapat menjadi landasan dalam menentukan metode apa yang akan digunakan dalam penelitian tersebut. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian dimana pemaknaan fenomena ataupun variabel yang diteliti melakukan pendekatan ukuran kuantitatif seperti data numerik yang diambil dari hasil pengukuran kuantitatif variabel, angket, dan data statistik (Sugeng, 2022,28). Terdapat dua jenis klasifikasi yang digunakan dalam penelitian kuantitatif yaitu penelitian deskriptif dan eksplanatif. Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif yang dapat mendeskripsikan suatu fenomena sesuai dengan ukuran kuantitatif. Sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data sekunder, dengan jenis data yaitu laporan keuangan perusahaan manufaktur khususnya sektor *food and beverage* tahun 2019-2022 yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI).

B. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu gambaran yang dapat menerangkan suatu situasi dari objek yang akan diteliti agar terlihat secara jelas gambaran penelitian tersebut. Dalam penelitian ini objek yang digunakan yaitu laporan keuangan perusahaan manufaktur khususnya sektor *food and beverage* tahun

2019-2022 melalui *website* resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.co.id. Faktor-faktor yang dilakukan pengujian terhadap pengaruh nilai perusahaan terdiri dari empat variabel independen yaitu Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, dan Ukuran Perusahaan.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dilihat dari aspek orisinalitasnya jenis data penelitian dikelompokkan menjadi dua yaitu jenis data primer dan data sekunder. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan. Data sekunder merupakan data penelitian yang didapat tidak secara langsung dari subjek penelitian melainkan dari pihak ketiga (Sugeng, 2022,292-293). Dalam penelitian ini data laporan keuangan diperoleh melalui pihak ketiga yaitu data yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI)

2. Sumber Data

Sumber data merupakan suatu sumber dari mana data tersebut diperoleh. Sumber data pada penelitian ini yaitu data laporan keuangan yang terdapat di *website* resmi *Indonesia Stock Exchange* (IDX) yaitu www.idx.co.id.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut (Sugeng, 2022) pengertian populasi penelitian yaitu :

“Populasi penelitian merupakan jumlah keseluruhan individu baik manusia ataupun benda dan objek yang mempunyai karakteristik yang sesuai dan menjadi sasaran mengenai hasil penelitian.”

Berdasarkan sumber data yang dimiliki, penelitian ini memiliki populasi yang terbatas secara kuantitatif. Dalam penelitian ini populasi data terdiri dari perusahaan-perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019-2022 yaitu sebanyak 25 perusahaan.

2. Sampel

Menurut (Swarjana, 2022,13) Sampel penelitian yaitu :

“Sampel penelitian merupakan sejumlah kasus yang dipilih dari sekumpulan populasi kasus yang lebih besar dengan tujuan agar dapat memperkirakan karakteristik dari himpunan atau populasi yang lebih besar.”

Pada penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *Purposive Sampling* yang merupakan sebuah teknik *non random sampling* dimana pengambilan sampel berdasarkan kepada beberapa kriteria atau pertimbangan yang telah ditetapkan oleh peneliti. Berikut merupakan kriteria-kriteria yang akan dipilih dalam pengambilan sampel yaitu :

1. Perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang berturut-turut melaporkan laporan keuangannya di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2022.
2. Perusahaan yang tidak mengunggah laporan keuangan baik di IDX maupun *web* perusahaan.
3. Perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* pada tahun 2019-2022 yang tidak lulus data outlier.

Tabel III.1
Proses Seleksi Sampel Berdasarkan Kriteria

No.	Keterangan	Jumlah
1	Jumlah perusahaan manufaktur sub sektor <i>food and beverage</i> yang berturut-turut melaporkan laporan keuangannya di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2022.	25
2	Perusahaan yang tidak mengunggah laporan keuangan baik di IDX maupun <i>web</i> perusahaan.	(3)
3	Perusahaan manufaktur sub sektor <i>food and beverage</i> pada tahun 2019-2022 yang tidak lulus data outlier.	(6)
Jumlah Perusahaan Sampel		16
Periode Penelitian		4
Jumlah Sampel		64

Tabel III.2
Sampel Penelitian

No.	Kode	Nama Perusahaan
1	ALTO	PT Tri Banyan Tirta Tbk
2	BISI	PT Bisi Internasional Tbk
3	CPRO	PT Central Proteina Prima Tbk
4	DSNG	PT Dharma Satya Nusantara Tbk
5	GZCO	PT Gozco Plantations Tbk
6	INDF	PT Indofood Sukses Makmur Tbk
7	JAWA	PT Jaya Agra Wattie Tbk
8	MGRO	PT Mahkota Group Tbk
9	MYOR	PT Mayora Indah Tbk
10	PSDN	PT Prasadha Aneka Niaga Tbk
11	SIMP	PT Salim Ivomas Pratama Tbk
12	SKLT	PT Sekar Laut Tbk
13	STTP	PT Siantar Top Tbk
14	TBLA	PT Tunas Baru Lampung Tbk
15	TGKA	PT Tigaraksa Satria Tbk
16	ULTJ	PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Co. Tbk

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu teknik atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Metode Kepustakaan

Metode Kepustakaan merupakan metode pengumpulan informasi dan data dengan berbagai material yang ada di perpustakaan seperti dokumen, buku, majalah, yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan (R. K. Sari, 2021). Dalam penelitian ini, peneliti mengambil data dengan membaca buku dan literatur mengenai Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, dan Ukuran

Perusahaan. Peneliti menggunakan metode kepustakaan ini agar mendapatkan teori yang tepat dan sesuai dengan materi pembahasan.

2. Observasi

Observasi (pengamatan) merupakan pemusatan perhatian terhadap suatu objek penelitian secara langsung dengan serangkaian tes, angket, rekaman, dan sebagainya. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan cara mengamati fenomena atau juga masalah sosial yang sedang terjadi berkaitan dengan objek penelitian yang diteliti dan selanjutnya dinyatakan dalam bentuk deskriptif berupa data frekuensi statistik yang sistematis.

3. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan suatu jenis data penelitian yang diperoleh bukan dari subjek ataupun objek penelitian secara langsung melainkan dari pihak lain yang juga mengumpulkan dan mengolahnya. Data Sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu laporan keuangan perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* pada tahun 2019-2022 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

F. Operasional Variabel Penelitian

Menurut (Sugeng, 2022, 202) pengertian variabel penelitian yaitu :

“Variabel penelitian merupakan suatu konsep atau konstruk yang mempresentasikan fenomena, kejadian, atau situasi tertentu yang memiliki nilai kuantitatif ataupun kualitatif yang bervariasi.”

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua yaitu variabel dependen dan variabel independen yaitu :

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel Dependen (variabel terikat) merupakan suatu variabel yang dianggap dipengaruhi oleh variabel independen (variabel bebas). Variabel Dependen akan berubah sebagai akibat dari adanya perubahan dari nilai variabel independen. Pada penelitian ini variabel dependennya yaitu Nilai Perusahaan yang diprosikan dengan *Price to Book Value* (PBV). *Price to Book Value* (PBV) merupakan rasio yang digunakan untuk membandingkan nilai pasar saham dengan *Book Value* saham tersebut. *Price to Book Value* dihitung dengan membagi harga pasar saham saat ini dengan *Net Book Value* per saham. Kondisi harga saham yang *Undervalue* disebabkan oleh keadaan *Price to Book Value Ratio* yang rendah, dan dapat juga berarti secara fundamental terdapat kesalahan pada perusahaan tersebut. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung *Price to Book Value* (PBV) yaitu sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Per Saham}}$$

Sumber : (Hamdani, 2016)

Keterangan :

1. Harga Saham = Harga Saham akhir tahun
2. Nilai buku per saham = Total ekuitas pemegang saham / saham beredar akhir tahun

2. Variabel Independen (X)

Variabel Independen (Variabel Bebas) merupakan variabel yang dianggap mampu mempengaruhi variabel lain, yaitu variabel yang jika nilainya berubah maka akan menyebabkan adanya perubahan nilai pada variabel lain yaitu variabel dependen (Sugeng, 2022, 187). Adapun penelitian ini terdiri dari empat variabel yaitu :

1. Kepemilikan Institusional

Kepemilikan Institusional merupakan salah satu indikator yang digunakan dalam mekanisme *corporate governance* yang bersifat eksternal. Kepemilikan Institusional dapat dilihat dari presentase jumlah kepemilikan saham oleh perbankan, perusahaan asuransi, dana pensiun, reksadana, dan institusi lainnya. Kepemilikan Institusional memiliki arti yaitu jumlah besarnya saham yang dimiliki oleh institusional dari total saham yang beredar (Suaidah, 2020, 24). Dengan adanya kepemilikan institusional, perkembangan investasi dapat terpantau secara profesional. Kepemilikan Institusional diukur dengan rasio antara jumlah lembar saham yang dimiliki institusi terhadap jumlah lembar saham perusahaan yang beredar secara keseluruhan. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung besarnya kepemilikan institusional yaitu sebagai berikut :

$$\text{Kepemilikan Institusional} = \frac{\sum \text{Saham yang dimiliki}}{\sum \text{Saham yang beredar}}$$

Sumber : (Suaidah, 2020, 26)

2. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) yaitu sebuah tindakan yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap keadaan lingkungan sekitar, dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pengungkapan CSR diukur menggunakan ukuran berdasarkan indikator *Global Reporting Initiatives (GRI)*. Dalam GRI terdapat lima aspek material yaitu Aspek Pengungkapan Umum, Aspek Pendekatan Manajerial, Aspek Ekonomi, Aspek Lingkungan, Aspek Sosial. Terdapat 136 indikator pengungkapan yang berlaku saat ini dalam GRI Standar 2016. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung pengungkapan CSR yaitu sebagai berikut :

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{nj}$$

Sumber : (Putri & Mardenia, 2019)

Keterangan :

CSRI : *Corporate Social Responsibility Index*

N : Jumlah item untuk perusahaan

X : Dummy variabel:

1= jika item i diungkapkan,

0 = jika item i tidak diungkapkan

3. *Intellectual Capital (IC)*

Intellectual Capital (IC) yaitu berbagai sumber daya yang berbentuk pengetahuan, keterampilan, dan keahlian yang dimiliki oleh

karyawan dan dapat meningkatkan nilai pada suatu perusahaan. Dalam menghitung *Intellectual Capital* terdapat beberapa indikator yaitu sebagai berikut :

1. Menghitung *Value Added Capital Employed* (VACA)

$$\text{VACA} = \text{VA} / \text{CE}$$

Sumber : (Chintya & Haryanto, 2021)

Keterangan :

VACA : Rasio dari VA terhadap CE

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

CE : *Capital Employed* (Ekuitas)

2. Menghitung *Value Added Human Capital* (VAHU)

$$\text{VAHU} = \text{VA} / \text{HC}$$

Sumber : (Chintya & Haryanto, 2021)

Keterangan :

VAHU : Rasio dari VA terhadap HC

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

HC : *Human Capital* (Beban Karyawan)

3. Menghitung *Structural Capital Value Added* (STVA)

$$\text{STVA} = \text{SC} / \text{VA}$$

Sumber : (Chintya & Haryanto, 2021)

Keterangan :

STVA : Rasio dari SC terhadap VA

SC : *Structural Capital* (Selisih antara VA dan HC)

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

4. Menghitung *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC)

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

Sumber : (Silalahi, 2021:6)

Keterangan :

VAIC : *Value Added Intellectual Coefficient*

VACA : Rasio dari VA terhadap CE

STVA : Rasio dari SC terhadap VA

VAHU : Rasio dari VA terhadap HC

4. Ukuran Perusahaan

Pengukuran Ukuran perusahaan menggunakan logaritma natural (Ln) didapat melalui total aset dalam menghitung indikator ukuran perusahaan. Pengukuran ukuran perusahaan diprosikan dengan Logaritma natural (Ln) dengan tujuan agar mengurangi fluktuasi data berlebih. Rumus yang digunakan untuk menghitung ukuran perusahaan yaitu :

$$\text{Firm Size} = \text{Ln (Total Aset)}$$

Sumber : (Rafly & Salim, 2023)

Berikut ini merupakan penyajian operasional variabel serta pengukuran variabelnya dan skala pengukuran dari masing-masing variabel yang tertera dalam tabel III.3 :

Tabel III.3

Operasional Variabel Penelitian

No.	Variabel	Indikator
1	Kepemilikan Institusional (X1)	$\text{KI} = \frac{\sum \text{Saham yang dimiliki}}{\sum \text{Saham beredar}}$

2	<i>Corporate Social Responsibility</i> (X2)	$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{nj}$
3	<i>Intellectual Capital</i> (X3)	$VAIC = VACA + STVA + VAHU$
4	Ukuran Perusahaan (X4)	$\text{Firm Size} = \text{Ln}(\text{Total Aset})$
5	Nilai Perusahaan (Y)	$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Per Saham}}$

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan teknik yang digunakan dalam pengolahan data dan informasi yang telah didapatkan sebelumnya agar mendapatkan hasil yang akurat dalam penelitian tersebut. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan yaitu uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji statistik, dan uji hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 26 untuk menganalisis data yang terdapat pada variabel penelitian ini. Adapun tahapan yang harus dilakukan yaitu sebagai berikut :

1. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif merupakan suatu uji statistik yang digunakan untuk menganalisis suatu data dengan cara menggambarkan sebuah data yang sebelumnya telah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum (Firmansyah & Triastie, 2021). Dengan melakukan uji statistik deskriptif maka terdapat gambaran mengenai karakteristik data seperti nilai rata-rata (*mean*) dan nilai tengah (*median*), nilai minimum, nilai maksimum, dan standar deviasi.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan agar model regresi memenuhi asumsi *Best Linear Unbiased Estimate* (BLUE). Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang dilakukan terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Uji asumsi klasik yang dilakukan dapat dilihat sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk melakukan distribusi variabel residual dalam model regresi. Uji normalitas juga bertujuan untuk menguji kernormalan variabel independen dalam model regresi memiliki distribusi yang normal atau tidak. Dalam uji normalitas dapat juga digunakan uji *jarque-bera*, yang dilakukan dengan pengamatan pada *skewness* (kemiringan) dan kurtosis data. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan *one-sample kulmogorov-smirnov* (K-S).

Tingkat kepercayaan dalam *kulmogorov-smirnov* (K-S) adalah sebesar 0.05, yaitu :

1. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka data residual terdistribusi secara normal.
2. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka data residual terdistribusi secara tidak normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk melakukan pengujian dalam model regresi apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi dikatakan baik apabila antara variabel-variabel bebasnya tidak memiliki korelasi. Uji multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cutoff* yang biasa digunakan untuk menunjukkan ada atau tidaknya multikolinearitas yaitu nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa dasar untuk pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut :

1. Apabila nilai *tolerance* diatas 0,10 dan nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi masalah multikolinearitas.
 2. Apabila nilai *tolerance* dibawah 0,10 dan nilai VIF diatas 10, maka terjadi masalah multikolinearitas.
- ## 3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk melakukan pengujian ada atau tidaknya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 model regresi. Model regresi dikatakan baik apabila terbebas dari masalah autokorelasi. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan melihat nilai *durbin-watson* pada hasil persamaan regresi data panel. Nilai *durbin-watson* tersebut dapat dibandingkan dengan nilai dalam tabel *durbin-watson*. Dimana jika nilai $DU < DW < 4-DU$ maka tidak terjadi

Autokorelasi. Pada uji autokorelasi, hipotesis yang dapat diuji adalah sebagai berikut :

H_0 : Tidak ada autokorelasi

H_1 : Ada autokorelasi

Pengambilan keputusan ada atau tidak nya autokorelasi dapat dilihat dari ketentuan berikut :

1. Apabila nilai $d-w$ terletak dibawah -2 maka terdapat autokorelasi positif.
2. Apabila nilai $d-w$ terletak diantara -2 sampai $+2$ maka tidak terdapat autokorelasi.
3. Apabila nilai $d-w$ 1 terletak diatas $+2$ maka terdapat autokorelasi negatif.
4. Uji Heteroskedastisitas

Suatu model regresi dapat dikatakan baik apabila model bersifat homokedastisitas atau model yang memiliki variasi yang nilai nya tetap dari residualnya. Hal ini disebabkan karena ketika variansi tidak konstan, maka variansi koefisien regresi dapat semakin besar. Oleh sebab itu, uji heteroskedastisitas perlu dilakukan untuk mengetahui ada atau tidak nya kesamaan variansi dari residual model regresi. Untuk mendeteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Adapun dasar analisis terhadap sumbu Y yaitu :

1. Apabila ditemukan pola tertentu, seperti titik yang membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang, melebar, dan menyempit), maka telah terindikasi terjadi heteroskedastisitas.
2. Apabila tidak terdapat pola yang jelas, dan titik tersebut menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Statistik

a. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Uji koefisien determinasi berguna untuk mengetahui seberapa besarnya variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh model regresi. Nilai *Adjusted R²* juga dapat memprediksi jumlah kontribusi pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Jika nilai koefisien determinasi semakin besar, maka nilai presentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi pula. Sebaliknya jika nilai koefisien determinasi semakin kecil, maka nilai presentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah pula.

Nilai *Adjusted R²* berkisar antara $0 < R^2 < 1$ yang artinya jika nilai *Adjusted R²* mendekati 1, maka variabel bebas dapat memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat. Apabila nilai *Adjusted R²* mendekati 0, maka kemampuan variabel bebas untuk memprediksi variabel terikat sangat terbatas. Jika nilai

Adjusted R² sama dengan 0 maka nilai yang akan digunakan yaitu nilai *R²*.

b. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur atau menguji hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini yaitu untuk mengukur hubungan Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Intellectual Capital* (IC), dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Model penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$PBV = \alpha + \beta_1 KI + \beta_2 CSRI + \beta_3 VAIC + \beta_4 FS + \epsilon$$

Keterangan :

PBV : Nilai Perusahaan

α : Konstanta

β_{1-4} : Koefisiensi regresi untuk tiap variabel

KI : Kepemilikan Institusional

CSRI : *Corporate Social Responsibility*

VAIC : *Intellectual Capital*

FS : *Firm Size*

ϵ : *error*

4. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis merupakan suatu metode yang dilakukan dengan tujuan untuk menguji suatu hipotesis mengenai suatu parameter dalam suatu populasi, dengan menggunakan data yang telah diukur dalam satu sampel (Anuraga et al., 2021).

a. Uji Pengaruh parsial (Uji t)

Uji parsial t digunakan untuk mengukur pengaruh sebuah variabel dependen secara parsial dalam menerangkan variasi variabel independen. Dalam penelitian ini dilakukan uji satu sisi dengan signifikansi 5% (0,05). Adapun kriteria pengujian ini yaitu :

1. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$, maka H_a diterima sedangkan H_0 ditolak, artinya yaitu secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan $\geq 0,05$, maka H_a ditolak sedangkan H_0 diterima, artinya yaitu secara parsial variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Uji Simultan F merupakan uji yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun kriteria pengujian ini yaitu :

1. Jika nilai signifikan ≤ 0.05 , artinya yaitu terdapat pengaruh yang signifikan secara keseluruhan dari variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan $\geq 0,05$, artinya yaitu terdapat pengaruh yang tidak signifikan secara keseluruhan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

