



Similarity Report

Metadata

Name of the organization

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Title

FIRNANDA KUSUMAWATI 212010300020 SKRIPSI

Author(s) Coordinator

perpustakaan umsidapet

Organizational unit

Perpustakaan

Record of similarities

SCs indicate the percentage of the number of words found in other texts compared to the total number of words in the analysed document. Please note that high coefficient values do not automatically mean plagiarism. The report must be analyzed by an authorized person.



25
The phrase length for the SC 2

6225
Length in words

49431
Length in characters

Alerts

In this section, you can find information regarding text modifications that may aim at temper with the analysis results. Invisible to the person evaluating the content of the document on a printout or in a file, they influence the phrases compared during text analysis (by causing intended misspellings) to conceal borrowings as well as to falsify values in the Similarity Report. It should be assessed whether the modifications are intentional or not.

Characters from another alphabet		0
Spreads		0
Micro spaces		0
Hidden characters		0
Paraphrases (SmartMarks)		70

Active lists of similarities

This list of sources below contains sources from various databases. The color of the text indicates in which source it was found. These sources and Similarity Coefficient values do not reflect direct plagiarism. It is necessary to open each source, analyze the content and correctness of the source crediting.

The 10 longest fragments

Color of the text

NO	TITLE OR SOURCE URL (DATABASE)	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/download/2762/2772/	25 0.40 %
2	https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/download/4555/4553/	24 0.39 %
3	https://journal.sumaterascientist.id/index.php/JUBIKO/article/download/16/18/65	21 0.34 %
4	https://senafebi.budiluhur.ac.id/index.php/senafebi/article/download/143/58/587	20 0.32 %
5	https://journal.umy.ac.id/index.php/rab/article/download/22175/pdf/82874	16 0.26 %

6	https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/download/6047/6099/	15 0.24 %
7	http://repository.ub.ac.id/178047/1/Marselina%20Welerubun.pdf	15 0.24 %
8	http://repository.upi.edu/119003/4/S_PEA_2007268_Chapter3.pdf	14 0.22 %
9	http://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6623/11/11.%20BAB%20IV.pdf	13 0.21 %
10	https://jurnal.stkipgritulungagung.ac.id/index.php/jupeko/article/viewFile/1345/617	13 0.21 %

from RefBooks database (1.51 %)

NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
----	-------	---------------------------------------

Source: Paperity

1	PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI(Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode2017-2019 Ni Putu Yeni Astiti, Agus Wahyudi Salasa Gama,Gissella Nurcahyani Suharto;	26 (4) 0.42 %
2	Analisis Dampak Likuiditas, Leverage, Good Corporate Governance Pada Nilai Perusahaan Nur Moch Abdillah, Bachtiar Rahman Halik,Silviana Kartini Rahma Lailia;	24 (4) 0.39 %
3	Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2021 Della Ramadhyanty, Salman Jumaili, Mukhzarudfa Mukhzarudfa;	15 (2) 0.24 %
4	Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019 - 2020 Yasa I Nyoman Putra,Wijaya Denny Kusuma;	9 (1) 0.14 %
5	PENGARUH PREMI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT. BRI LIFE CABANG JAMBI Sucipto Sucipto,Emi Eriyani, Agustina Mutia;	8 (1) 0.13 %
6	PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA: PERAN LITERASI KEUANGAN DAN ELECTRONIC WALLET Taufiq NM,Siti Maryam, Esti Dwi Rahmawati;	6 (1) 0.10 %
7	Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Keputusan Investasi, dan Kebijakan Utang Terhadap Nilai Perusahaan Yunus Pakpahan, Valencia Ariesta,Lasmanita Rajagukguk;	6 (1) 0.10 %

from the home database (0.00 %)

NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
----	-------	---------------------------------------

from the Database Exchange Program (0.00 %)

NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
----	-------	---------------------------------------

from the Internet (16.03 %)

NO	SOURCE URL	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	https://journal.umy.ac.id/index.php/rab/article/download/22175/pdf/82874	242 (38) 3.89 %
2	https://journal.sumaterascientist.id/index.php/JUBIKO/article/download/16/18/65	72 (9) 1.16 %
3	https://jptam.org/index.php/jptam/article/download/4671/3947/8912	41 (6) 0.66 %

4	https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/download/5892/5939/	37 (6) 0.59 %
5	https://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/download/16844/10566/	37 (6) 0.59 %
6	http://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6623/11/11.%20BAB%20IV.pdf	35 (3) 0.56 %
7	https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/download/2762/2772/	33 (2) 0.53 %
8	https://jurnal.stkipgritulungagung.ac.id/index.php/jupeko/article/viewFile/1345/617	33 (3) 0.53 %
9	http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/315/1/Ringkasan%20Skripsi%20Gemma%20Giacinta%20Nugroho%20111830529.pdf	30 (4) 0.48 %
10	https://repository.bsi.ac.id/repo/files/423804/download/JURNAL-APRIL-.pdf	27 (4) 0.43 %
11	http://repository.ub.ac.id/178047/1/Marselina%20Welerubun.pdf	26 (3) 0.42 %
12	https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/download/4555/4553/	24 (1) 0.39 %
13	https://media.neliti.com/media/publications/515048-pengaruh-corporate-social-responsibility-d0c70183.pdf	24 (3) 0.39 %
14	https://senafebi.budiluhur.ac.id/index.php/senafebi/article/download/143/58/587	20 (1) 0.32 %
15	https://eprints.ums.ac.id/62969/5/BAB%20IV.pdf	17 (2) 0.27 %
16	https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B21A/2020/B.241.20.0010/B.241.20.0010-06-BAB-III-20220227115638.pdf	17 (3) 0.27 %
17	https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/download/4687/4684/	16 (2) 0.26 %
18	https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/download/6047/6099/	15 (1) 0.24 %
19	https://ejurnal.univbatam.ac.id/index.php/Keuangan/article/download/1190/972	15 (2) 0.24 %
20	https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/download/32030/21473/105336	15 (2) 0.24 %
21	https://journal.unhas.ac.id/index.php/akrual/article/download/24334/9420	15 (2) 0.24 %
22	https://ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/BILANCIA/article/download/433/352/	14 (2) 0.22 %
23	http://repository.upi.edu/119003/4/S_PEA_2007268_Chapter3.pdf	14 (1) 0.22 %
24	https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/kharisma/article/download/6330/4823	13 (2) 0.21 %
25	https://journal.jis-institute.org/index.php/jbme/article/download/620/415	12 (2) 0.19 %
26	https://acopen.umsida.ac.id/index.php/acopen/article/download/2391/1207/	12 (1) 0.19 %
27	https://www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/al-mustashfa/article/viewFile/7404/3343	12 (1) 0.19 %
28	http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=939034&val=14551&title=FAKTOR%20%20FAKTOR%20YANG%20MEMPENGARUHI%20PEMILIHAN%20METODE%20PERSEDIAAN%20PADA%20PERUSAHAAN%20MANUFAKTUR%20YANG%20TERDAFTAR%20DI%20BEI	11 (1) 0.18 %
29	https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRA/article/download/27306/12648	11 (1) 0.18 %
30	https://myskripsi.ums.ac.id/media/konsultasi/b200210384/15_Desember_2024_ACC_Bab_1_-3_Muhammad_Haykal_Adji_Pradana.docx	10 (1) 0.16 %
31	http://eprints.ung.ac.id/9809/2/3.%20JURNAL.pdf	10 (1) 0.16 %
32	https://repository.uinsaizu.ac.id/25146/1/Ratri%20Wulan%20Amalia_Pengaruh%20Islamic%20Intellectual%20Capital%20terhadap%20Market%20Performance%20dengan%20Maqashid%20Syariah%20Index.pdf	9 (1) 0.14 %

33	http://repository.unpas.ac.id/71079/	9 (1) 0.14 %
34	https://media.neliti.com/media/publications/471524-none-4364b01f.pdf	8 (1) 0.13 %
35	https://forum.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/download/5776/2833	8 (1) 0.13 %
36	https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/23643/23291	8 (1) 0.13 %
37	http://repository.iainkudus.ac.id/12119/7/7.%20BAB%20IV.pdf	7 (1) 0.11 %
38	https://erepository.uwks.ac.id/17571/11/JURNAL%20.pdf	7 (1) 0.11 %
39	https://media.neliti.com/media/publications/525021-pengaruh-corporate-social-responsibility-4f6b1a24.pdf	6 (1) 0.10 %
40	https://jurnalistiqomah.org/index.php/wanargi/article/view/4177/2683	6 (1) 0.10 %
41	https://eprints.ums.ac.id/35494/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf	5 (1) 0.08 %
42	http://repositori.uin-alauddin.ac.id/3325/1/SUKMAN%2010800112033_opt.pdf	5 (1) 0.08 %
43	https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/download/3770/3230/	5 (1) 0.08 %
44	https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/30362/4/T1_212016214_Bab%20III.pdf	5 (1) 0.08 %

List of accepted fragments (no accepted fragments)

NO	CONTENTS	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
Page 6		
Pengaruh Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi		
Firnanda Kusumawati1)		
Duwi Rahayu2)		
1) 2) Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Email: firnandakusumawati@gmail.com		
Email: duwirahayu@umsida.ac.id		

PENDAHULUAN

Perusahaan pada dasarnya memiliki tujuan utama untuk menghasilkan keuntungan jangka panjang. Salah satu cara untuk mendukung pencapaian tujuan tersebut adalah dengan mengutamakan kepuasan pemegang saham melalui optimalisasi nilai perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan interpretasi investor dan pemegang saham mengenai kinerja dan prospek perusahaan pada masa depan, jika perusahaan memiliki kinerja yang baik dengan prospek menjanjikan menjadi jaminan pemegang saham tidak ragu menginvestasikan danaanya pada perusahaan [1]. Nilai perusahaan dapat digunakan sebagai alat ukur keberhasilan pengelolaan sumber daya perusahaan [2]. Dalam pengelolaan sumber daya perusahaan, dinamika yang terjadi mencerminkan keberagaman tantangan sekaligus peluang yang dihadapi perusahaan, khususnya dalam perubahan lingkungan bisnis yang cepat. Sektor energi memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, sektor energi menunjukkan dinamika yang kompleks terkait perubahan tren global, krisis kesehatan, hingga isu lingkungan dapat menjadi faktor mempengaruhi nilai perusahaan [1]. Fluktuasi nilai perusahaan di sektor energi terlihat pada jelas periode 2019 dan 2020 sebagai dampak dari tekanan ekonomi akibat pandemi COVID-19. Pada tahun 2019, nilai perusahaan sektor energi menurun 27,69% disebabkan penurunan harga saham khususnya di sub sektor pertambangan. Pada tahun yang sama perusahaan pertambangan batu bara juga mengalami penurunan drastis sebesar 12,83%. Memasuki tahun 2020, tekanan ekonomi semakin kuat akibat pandemi mengakibatkan nilai perusahaan sektor energi kembali turun sebesar 5,19% dari tahun sebelumnya. Kendati demikian, sektor energi mulai menunjukkan pemulihan pada tahun 2021, nilai perusahaan meningkat 0,19% hingga diperkirakan naik 34,5%. Disisi lain, Badan Pusat Statistik mencatat nilai ekspor pertambangan pada september 2021 mencapai USD3,77 miliar dengan kontribusi dari batu bara sebesar 70,33% sehingga meningkatkan volume ekspor sebesar 168,89% [3].

Pergerakan ekspor batu bara terus berlanjut namun mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun, dengan angka 374.935.800 ton pada 2019, turun menjadi 341.547.600 ton pada 2020. Meskipun demikian, volume ekspor mengalami kenaikan pada tahun 2021 mencapai 345.453.200 ton. Kembali mengalami peningkatan pada 2022 menjadi 360.115.200 ton. Memasuki tahun 2023, volume ekspor batu bara Indonesia mencapai titik tertingginya dengan total 379.705.200 ton. Kinerja sektor energi yang tergabung dalam indeks IDXENERGY menunjukkan tren positif meskipun Indeks Harga Saham Gabungan secara umum mengalami penurunan. Kenaikan harga komoditas batu bara mendorong performa emiten terkait seperti RIGS yang meningkat 18,64% dan SOCI 14,92%. Selain itu, saham perdagangan batu bara SGER dan ARII mencatat lonjakan masing masing sebesar 12,92% dan 9,41%. Sebagai saham anak usaha Adaro, ADMR meningkat 6,31% dan ADRO naik 0,79% [4]. Namun demikian, perkembangan sektor energi menimbulkan dilema yang kompleks, khususnya terkait dampak terhadap lingkungan. Indonesia sendiri memiliki cadangan batu bara yang melimpah, dengan proven potential mencapai 99,2 miliar ton dan proven reserve sebesar 35 miliar ton yang diperkirakan dapat bertahan hingga 62,4 tahun. Akan tetapi, pemanfaatan batu bara juga membawa risiko pencemaran lingkungan [5].

Beberapa kasus pencemaran lingkungan menunjukkan bahwa perusahaan sektor energi menghadapi tantangan serius dalam menyeimbangkan

capaian ekonomi dan tanggungjawab sosial. Pada tahun 2021, PT Bukit Asam (PTBA) dikenai sanksi administrasi oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan akibat aduan dari masyarakat karena aktivitas PTBA dianggap telah mencemari sungai Kahaan, Tanjung Enim pada 7 Juni 2021. Kasus serupa juga terjadi pada PT Medco Energi Internasional (MEDCO) terkait laporan masyarakat Aceh Timur yang mengeluhkan bau busuk dari proses produksi minyak dan gas sejak 2019 hingga akhir 2022 mengakibatkan beberapa warga dirawat di puskesmas karena terpapar bau busuk [6]. Salah satu kasus yang paling meononjol selanjutnya terjadi pada PT RMK Energy (RMKE) tahun 2023 yang terbukti mencemari udara akibat aktivitas bongkar muat baru bara di Kabupaten Muara Enim, Sumatera Selatan. Pengawas Lingkungan Hidup (PPLH) Gakkum Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menyatakan bahwa kualitas udara di sektor lokasi melebihi batas mutu kualitas udara untuk parameter Total Suspended Particulate (TSP) PM10 dan PM2,5 [7]. Konsekuensi yang harus dialami perusahaan berupa operasional yang dihentikan sementara berdampak langsung pada performa saham perusahaan. Diketahui sejak awal agustus 2023 saham PT RMK Energy Rp1.085 per lembar. Lalu di awal September 2023 harga saham RMKE menjadi Rp805. Saham RMKE terus mengalami penurunan pada bulan berikutnya di angka Rp670 dan kembali turun menjadi Rp645 pada awal November 2023. Hingga 31 Januari 2024 saham RMKE kembali turun menjadi Rp575 hingga bulan April 2024 saham Perusahaan berada di level Rp490 per lembar [8]. Dari fenomena yang terjadi menunjukkan sektor energi menghadapi tekanan untuk meningkatkan kinerja sekaligus memenuhi tuntutan keberlanjutan lingkungan. Oleh karena itu, keseimbangan antara dua kepentingan tersebut menjadi kunci menjaga keberlanjutan usaha dan menjaga nilai perusahaan dalam jangka panjang.

Penurunan dan peningkatan nilai saham perusahaan menggambarkan kinerja perusahaan [2]. Penilaian terhadap suatu perusahaan didasarkan pada evaluasi investor atas keterampilan manajer dalam mengoptimalkan efisiensi sumber daya perusahaan [3]. Secara umum, nilai perusahaan digambarkan dalam laporan keuangan dan dapat dikaitkan dengan harga saham perusahaan, jika nilai perusahaan tinggi menunjukkan struktur keuangan perusahaan baik dan manajer menjalankan tanggung jawabnya dalam mengelola perusahaan [9]. Mengacu pada teori sinyal (Signaling Theory) yang dapat memberikan informasi mengenai nilai perusahaan karena teori sinyal mengindikasikan sinyal dalam menyajikan informasi keuangan kepada pihak yang berkepentingan bahwa keadaan perusahaan lebih baik dibandingkan perusahaan lainnya [10]. Meningkatnya nilai perusahaan memberikan sinyal positif sehingga mendorong peningkatan kepercayaan investor dalam pengambilan keputusan berinvestasi [11]. Perusahaan juga menerbitkan laporan keuangan dengan prinsip transparansi untuk peningkatan nilai perusahaan [12].

Upaya peningkatan nilai perusahaan juga melibatkan aspek tanggungjawab sosial, karena perusahaan diharapkan tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan tanggungjawab sosial dan lingkungan. Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggungjawab perusahaan yang dilakukan dengan mengutamakan masyarakat dan fokus pada lingkungan di sekitar area operasional perusahaan maupun lingkungan global [13]. Lingkungan menjadi salah satu faktor penting dalam keberlanjutan suatu negara karena faktanya isu lingkungan menjadi salah satu pembahasan tujuan pembangunan berkelanjutan [14]. Pencemaran lingkungan yang dihasilkan dari proses produksi dan distribusi energi, seperti emisi karbon, pencemaran udara dan aktivitas eksploitasi dan ekstraksi sumber daya alam menjadi salah satu penyebab perubahan iklim. Dalam konteks Sustainable Development Goals (SDG's) 13 mengenai Climate Action, upaya untuk berkontribusi pada aksi perubahan iklim menjadi relevan [15]. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya mematuhi tanggungjawab sosialnya dengan Corporate Social Responsibility tetapi juga memperkuat reputasi dan nilai perusahaan [16]. Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan yang mematuhi norma sosial dan lingkungan cenderung mampu meningkatkan nilai perusahaan serta dapat menghindari masalah reputasi dikarenakan telah berfokus pada **tanggung jawab sosial dan lingkungan** [1]. Berdasarkan penelitian [13] [17] **menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan**. Pengungkapan informasi mengenai tanggung jawab sosial akan mendapatkan citra positif dimata masyarakat dan kalangan bisnis. Namun hasil berbeda didapatkan oleh [1] [12] bahwa tidak ada pengaruh Corporate Social Responsibility, karena tingkat pengungkapan Corporate Social Responsibility dianggap tidak memberikan dampak nyata terhadap nilai perusahaan.

Aspek yang dapat memengaruhi nilai perusahaan selanjutnya adalah Intellectual Capital. Berdasarkan teori Resource-based View perusahaan dapat meningkatkan keunggulan untuk mendapatkan kinerja perusahaan yang baik dengan memaksimalkan pemanfaatan sumber daya strategis, baik aset berwujud dan tidak berwujud [18]. Dari perspektif akuntansi, perbedaan antara nilai pasar perusahaan dengan nilai buku yang mewakili nilai ekonomi dari modal tidak berwujud dapat didefinisikan sebagai Intellectual Capital [11]. Jika entitas menggunakan Intellectual Capital dengan efektif dan efisien memberikan peningkatan untuk nilai perusahaan. Terdapat tiga komponen dasar Intellectual Capital yakni human capital, structure capital, dan capital employed [19]. Penelitian yang dilakukan oleh [12] dan [20] membuktikan bahwa Intellectual Capital memberi pengaruh karena semakin baik sumber daya manusia dalam perusahaan akan mendorong peningkatan daya saing terhadap nilai perusahaan, sementara hasil berbeda [21] **bahwa Intellectual Capital tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan**, dikarenakan **investor** cenderung kurang memperhatikan perusahaan yang memiliki kriteria nilai intelektual yang tinggi.

Selain penerapan Corporate Social Responsibility dan pemanfaatan Intellectual Capital, ukuran perusahaan juga menjadi salah satu kriteria penting dalam menentukan nilai perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam mengelola aset secara efektif dapat dijadikan indikator menilai ukuran perusahaan karena perusahaan yang sedang tumbuh dan berkembang dengan baik dapat dicerminkan dengan total aset lebih besar dibandingkan total liabilitas [22]. Penelitian yang dilakukan oleh [13] [23] membuktikan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dikarenakan semakin besar aset yang dimiliki perusahaan semakin menarik bagi investor, karena perusahaan dianggap mampu mengelola asetnya dengan baik pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Namun studi lain memberikan hasil berbeda, ukuran perusahaan tidak berpengaruh dan berarah negatif karena perusahaan yang besar belum tentu mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi sebab investor juga mempertimbangkan aspek-aspek lain yang menunjang nilai perusahaan [24].

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan ketidakkonsistenan mengenai **pengaruh Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan**, sehingga peneliti menambahkan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Indikator efisiensi perusahaan menghasilkan laba dari pendapatannya dapat diukur melalui profitabilitas [25]. Para pemangku kepentingan dapat mengetahui dan mengevaluasi tingkat keuntungan perusahaan sehubungan dengan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba [26]. Para pemilik perusahaan, investor, kreditur dan manajemen sangat memperhatikan keuntungan perusahaan sehingga perusahaan dengan profitabilitas tinggi akan menarik.

Penelitian [18] mendukung bahwa profitabilitas **dapat memoderasi pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan**. Selain itu, penelitian [27] menunjukkan profitabilitas **memoderasi Intellectual Capital terhadap nilai perusahaan**, sementara penelitian [28] membuktikan bahwa **profitabilitas juga memoderasi antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan**. Namun, hasil berbeda didapatkan pada penelitian terdahulu [29], [30] dan [31] yang menunjukkan hasil bahwa profitabilitas tidak memiliki kemampuan moderasi dalam **pengaruh Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan**.

Adanya inkonsistensi hasil penelitian pada penelitian sebelumnya menjadi research gap bagi peneliti untuk melakukan penelitian kembali. Penelitian ini merupakan pengembangan penelitian [3]. Fokus penelitian ini untuk mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan. Perbedaan penelitian terletak pada penambahan Intellectual Capital sebagai variabel independen dan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Intellectual capital mencakup kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan aset tidak berwujudnya untuk menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Menggunakan

populasi perusahaan sektor energi **yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia** tahun 2021-2023. Pemilihan perusahaan sektor energi oleh peneliti karena sektor ini memiliki peran krusial dalam menyediakan energi untuk mendukung berbagai sektor industri dan aktivitas sehari-hari, namun penggunaan energi harus disertai dengan tanggung jawab karena saat ini isu lingkungan semakin penting. Dunia sedang beralih menuju energi lebih hijau, tetapi batu bara tetap menjadi salah satu energi andalan di Indonesia. Pemilihan periode tahun 2021-2023 sebagai periode penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan. Salah satu faktor utamanya terkait fenomena yang terjadi pada perusahaan sektor energi (PT RMK Energy) tahun 2023 yang menyoroti pentingnya CSR dalam sektor energi serta dampaknya terhadap nilai perusahaan. Pada periode tahun 2021 merupakan masa transisi pascapandemi, sementara periode tahun 2022 perusahaan sektor energi mengalami peningkatan produksi dan konsumsi batu bara, sehingga periode tahun 2022-2023 menunjukkan pemuliharaan ekonomi perusahaan dalam menjaga profitabilitas [5]. Pada periode 2021-2023 laporan tahunan perusahaan telah dipublikasikan sehingga memungkinkan data relevan. Dengan tujuan untuk mengetahui **pengaruh Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan** dan mengetahui peran profitabilitas dalam memoderasi **pengaruh Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan**. Dengan harapan penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna bagi investor serta memberikan manfaat bagi perusahaan dalam merumuskan strategi guna **meningkatkan nilai perusahaan**.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility merupakan bentuk tanggungjawab sosial yang dijalankan perusahaan sebagai bagian dari komitmen pembangunan berkelanjutan. Melalui aktivitas corporate social responsibility perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi semata tetapi memperhatikan aspek sosial dan lingkungan sekitar [11]. Sejalan dengan teori legitimasi, perusahaan yang melaksanakan corporate social responsibility menjadi sarana strategis untuk mendapatkan dukungan dan penerimaan dari masyarakat luas. Perusahaan perlu menjalankan operasinya **sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku di masyarakat agar** mendapatkan legitimasi atas keberadaannya [3]. Oleh karena itu semakin banyak perusahaan melakukan corporate social responsibility akan meningkatkan citra dan nilai perusahaan [17]. Pengungkapan corporate social responsibility **dapat memberikan sinyal positif kepada investor mengenai kepedulian perusahaan pada tanggung jawab sosial dan lingkungan** sehingga akan memberi dampak positif untuk perusahaan [32]. Sinyal positif yang diberikan kepada investor mengenai corporate social responsibility menunjukkan bahwa perusahaan juga memperhatikan kepentingan stakeholder, perusahaan membuktikannya dengan mengungkapkan **tanggung jawab sosial dan lingkungan**. Sejalan dengan penelitian sebelumnya [13] [6] **menyatakan Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan**.

Berdasarkan uraian di atas, **dapat dirumuskan** hipotesisnya yaitu:

H1: Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan

Intellectual Capital merupakan salah satu aset strategis yang berperan penting dalam pencapaian keunggulan bersaing perusahaan di era ekonomi berbasis pengetahuan. **Intellectual Capital dalam kemajuan perusahaan** yakni bentuk pemanfaatan sumber daya dan pelaporan aktivitas kepada stakeholder [33]. Sejalan dengan teori Resource-Based View yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif suatu perusahaan diperoleh dari kemampuan dalam mengelola sumber daya internal yang langka, bernilai dan tidak mudah digantikan. Perusahaan yang mampu mengelola sumber daya dengan baik memiliki peluang mendapatkan keunggulan kompetitif untuk meningkatkan daya tarik investor [34]. Sesuai dengan penelitian terdahulu [12] yang menyatakan apabila perusahaan memiliki daya saing yang tinggi berdampak positif pada peningkatan nilai perusahaan. Pengelolaan Intellectual Capital yang baik mendorong peningkatan daya saing di pasar saham, dengan demikian Intellectual Capital dapat menjadi salah satu aspek yang dapat mendukung nilai perusahaan [35]. Penelitian terdahulu [13] [34] juga menunjukkan Intellectual Capital dapat berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan untuk mengatasi ketatnya persaingan bisnis Berdasarkan uraian di atas, dapat dirumuskan hipotesisnya yaitu:

H2: Intellectual Capital berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan menjadi indikator untuk menunjukkan besar kecilnya perusahaan melalui **total aset yang dimiliki. Perusahaan besar** cenderung lebih memiliki akses untuk memperoleh pendanaan dari luar sebagai pendukung peningkatan kinerja perusahaan sehingga nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan [2]. Tingkat investor pada perusahaan yang semakin bertambah akan berpengaruh pada peningkatan nilai perusahaan. Sejalan dengan teori sinyal (signaling theory), bahwa informasi internal perusahaan seperti halnya total aset dapat menjadi sinyal bagi investor terkait prospek dan stabilitas perusahaan [36]. Perusahaan dengan ukuran besar mengirimkan sinyal positif kepada pasar untuk menunjukkan kemampuan keuangan yang solid dan struktur manajerial yang matang [36]. Penelitian sebelumnya [20] [23] menyatakan nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan disebabkan oleh persepsi pasar bahwa perusahaan besar memiliki posisi kompetitif yang lebih kuat, likuiditas yang tinggi serta reputasi yang matang. Semakin besar ukuran perusahaan akan semakin besar pula pengaruh positif **untuk meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan** uraian di atas, dapat dirumuskan hipotesisnya yaitu:

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi

Corporate Social Responsibility menjadi suatu bentuk kontribusi perusahaan kepada stakeholder, kesejahteraan masyarakat dan lingkungan. Implementasi corporate social responsibility sangat dipengaruhi kemampuan finansial perusahaan khususnya profitabilitas [29]. Sejalan dengan teori sinyal bahwa ketika **perusahaan menghasilkan profitabilitas yang tinggi akan mendapatkan sinyal positif dari investor sehingga** implementasi CSR cenderung lebih efektif dikarenakan perusahaan memiliki sumber daya yang memadai untuk melaksanakan program CSR [37]. Jika perusahaan **memiliki profitabilitas yang tinggi, maka diharapkan dapat melakukan** pengungkapan Corporate Social Responsibility lebih banyak [32]. Lebih lanjut, profitabilitas juga berperan sebagai faktor yang memperkuat implementasi corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan, artinya dengan profitabilitas yang tinggi tidak hanya mampu menjalankan corporate social responsibility dengan efektif tetapi juga berpotensi mendapatkan respon positif dari investor atas kegiatan tersebut. Penelitian sebelumnya mendukung bahwa profitabilitas dapat memoderasi CSR, pada penelitian [6] [38] tingkat profitabilitas menjadi variabel penting menjelaskan kekuatan **corporate social responsibility pada nilai perusahaan**. Berdasarkan uraian di atas, dapat dirumuskan hipotesisnya yaitu:

H4: Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh positif Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi

Intellectual Capital menjadi sumber daya yang dapat **dimanfaatkan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan**. Selain itu, profitabilitas juga

berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan, terutama jika perusahaan menghasilkan laba yang signifikan. Sejalan dengan teori Resource Based View keunggulan kompetitif perusahaan yang ditunjang oleh profitabilitas memberikan nilai tambah secara maksimal [34]. Intellectual Capital dan profitabilitas yang digunakan secara optimal akan mempertahankan nilai perusahaan dan memberikan peluang untuk peningkatan karena tingkat profitabilitas memberikan sinyal positif mengenai kemampuan manajerial dalam mengelola intellectual capital [27]. Penelitian sebelumnya [34] [37] menunjukkan bahwa profitabilitas memoderasi Intellectual Capital terhadap nilai perusahaan karena menjadi indikator utama efisiensi dan efektifitas penggunaan sumber daya perusahaan dalam menghasilkan laba dalam proses operasionalnya. Profitabilitas penting dalam memperkuat kontribusi Intellectual Capital pada peningkatan nilai perusahaan [39]. Berdasarkan uraian di atas, dapat dirumuskan hipotesisnya yaitu:

H5: Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh positif Intellectual Capital terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi

Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset dan operasional yang dimiliki. Salah satu upaya perusahaan dalam mengelola aset untuk menghasilkan profitabilitas yang tinggi yakni dengan mengoptimalkan operasional perusahaan [19]. Meningkatnya kegiatan operasional perusahaan untuk menghasilkan keuntungan diharapkan akan memberikan sinyal positif untuk investor. sejalan dengan teori sinyal bahwa perusahaan dengan aset yang besar yang disertai dengan profitabilitas yang tinggi akan memberikan sinyal positif mengenai stabilitas, kredibilitas dan prosep pada masa depan [36]. Sejalan dengan penelitian sebelumnya [24] tingkat profitabilitas dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan pada nilai perusahaan. Penelitian [28] menunjukkan apabila banyak investor memberikan tanggapan positif pada perusahaan, dapat mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Lebih lanjut penelitian [40] menunjukkan bahwa profitabilitas dapat memoderasi dan memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, dapat dirumuskan hipotesisnya yaitu:

H6: Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Kerangka Konseptual

Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN Jenis Penelitian dan Sumber Data Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang berfokus pada analisis data numerik menggunakan metode statistik yang relevan [41]. Objek penelitian mencakup perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023. Menggunakan data kuantitatif bersumber dari **data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan**. Pengumpulan data dilakukan dengan cara mendokumentasikan data laporan keuangan perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023. Data dapat diakses melalui **situs resmi BEI (www.idx.co.id)** dan **situs resmi perusahaan**.

Populasi dan Sampel

Populasi merujuk pada keseluruhan objek penelitian. Dalam penelitian ini, jumlah populasi adalah 87 perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023. Sampel adalah sebagian anggota populasi sesuai dengan kriteria tertentu. Menggunakan teknik purposive sampling untuk menentukan sampel. Didapatkan 34 perusahaan sebagai sampel dengan periode pengamatan 3 tahun (2021-2023) menghasilkan 102 data sampel. Kriteria pemilihan sampel adalah:

Tabel 1. Kriteria dalam Pemilihan Sampel

No Kriteria Sampel Jumlah

1 Perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia paling lambat tahun 2021 71

2 Perusahaan sektor energi yang menerbitkan laporan keuangan tahunan tahun 2021-2023 (4)

3 Perusahaan sektor energi yang tidak mengalami rugi selama tahun 2021-2023 (22)

4 Perusahaan sektor energi yang menerbitkan laporan keberlanjutan tahun 2021-2023 (11)

Jumlah Sampel Sesuai Kriteria 34

Jumlah sampel selama periode pengamatan 2021-2023 (34 × 3 Tahun) 102

Sumber: Diolah oleh peneliti

Identifikasi dan Indikator Variabel

Penelitian ini mempunyai variabel independen Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital dan Ukuran Perusahaan dengan variabel dependen Nilai Perusahaan dan variabel moderasi Profitabilitas. Definisi operasional variabel dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Operasional Variabel

Variabel Definisi Indikator Skala

Nilai Perusahaan (Y) Merupakan keadaan kemampuan investasi perusahaan/potensi tumbuhnya perusahaan dalam nilai pasar. Sumber: [3]

Rasio

Corporate Social Responsibility (X1) Merupakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan standar Global Reporting Initiative (GRI 2021). Selanjutnya, tingkat pengungkapan tersebut dihitung menggunakan Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI).

Keterangan: Total dari item kategori yang diungkapkan : Jumlah item seharusnya yang diungkapkan Sumber: [9] Rasio

Intellectual Capital (X2) Menunjukkan seberapa baik perusahaan menciptakan aset dan memberikan manfaat ekonomi bagi perusahaan. Terdapat tiga komponen Intellectual Capital yakni capital employed, human capital, dan structure capital. Menghitung Value Added: VACA: nilai tambah modal yang dipekerjakan VAHU: nilai tambah sumber daya manusia STVA: koefisien struktur modal Sumber: [12] Rasio

Ukuran Perusahaan (X3) Merupakan perbandingan besar kecil perusahaan dihitung dari total aset. Sumber: [36] Rasio

Profitabilitas (Z) Kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam periode akuntansi. Sumber: [27] Rasio

Sumber: Diolah oleh peneliti

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, serta uji Moderated Regression Analysis (MRA) menggunakan perangkat lunak SPSS [42]. Analisis statistik deskriptif guna memberikan gambaran umum variabel. Uji asumsi klasik meliputi uji

normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi guna memastikan data memenuhi syarat analisis regresi. Pengujian hipotesis dengan **Moderated Regression Analysis (MRA)** dan uji T yakni aplikasi bagi regresi linier berganda menggunakan elemen interaksi [42]. **Moderated Regression Analysis/MRA**

Pengujian hipotesis dengan Moderated Regression Analysis/MRA guna menguji **apakah variabel** moderasi Profitabilitas dapat **memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel bebas terhadap variabel** terikat. Dengan persamaan:

Keterangan: $Y = \text{Nilai Perusahaan} + \text{Nilai Konstanta}$
 $= \text{Koefisien Regresi } X_1 = \text{Corporate Social Responsibility } X_2 = \text{Intellectual Capital}$
 $X_3 = \text{Ukuran Perusahaan}$
 $Z = \text{Profitabilitas}$
 $X_1 \times Z = \text{Interaksi antara Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas}$
 $X_1 \times Z = \text{Interaksi antara Intellectual Capital dan Profitabilitas}$
 $X_1 \times Z = \text{Interaksi antara Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas}$
 $\epsilon = \text{Standar Error}$

Uji T

Uji T dilakukan dengan membandingkan nilai t-statistik dengan nilai t-tabel pada two tailed. Jika nilai t-statistik $>$ nilai t-tabel dengan signifikansi dari nilai sig $<$ 0,05 (two tailed) maka hipotesis diterima. Jika nilai t-statistik $<$ nilai t-tabel dengan signifikansi dari nilai sig $>$ 0,05 maka hipotesis ditolak [42].

Uji Koefisien Determinasi ()

Koefisien determinasi mengukur sejauh mana variabel-variabel independen dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Nilai berkisar antara 0 hingga 1, dan jika koefisien determinasi kecil, menunjukkan bahwa kemampuan **model dalam menjelaskan variabel dependen** terbatas [42].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Statistik Deskriptif Tabel 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Corporate Social Responsibility	71	.26	.97	.6289	.20248
Intellectual Capital	71	1.15	15.35	5.5368	3.25345
Ukuran Perusahaan	71	18.70	31.45	23.2504	4.03726
Nilai Perusahaan	71	.39	1.57	.9593	.23073
Profitabilitas	71	.00	.29	.1018	.08081
Valid N (listwise)	71				

Sumber: Output SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 3, hasil uji statistik deskriptif terhadap 71 sampel perusahaan sektor energi **yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia** tahun 2021-2023 dengan Corporate Social Responsibility (X1), Intellectual Capital (X 2), Ukuran Perusahaan (X3) sebagai variabel independen, Nilai Perusahaan (Y) sebagai variabel dependen dan Profitabilitas (Z) sebagai variabel moderasi. Corporate Social Responsibility (X1) menunjukkan nilai rata rata sebesar 0,6289 dengan standar deviasi 0,20248, mengindikasikan bahwa sebagian besar perusahaan telah menerapkan Corporate Social Responsibility pada tingkat sedang hingga tinggi namun masih terdapat variasi antar perusahaan dalam penerapannya dengan nilai tertinggi 0,97 dan nilai terendah 0,26. Intellectual Capital (X2) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 5,5368 dengan standar deviasi 3,25345 mencerminkan adanya variasi dalam pemanfaatan intellectual capital antar perusahaan dengan nilai tertinggi sebesar 15,35 dan nilai terendah adalah 1,15. Ukuran Perusahaan (X3) dengan rata rata 23,2504 dengan standar deviasi 4,03726 yang menunjukkan bahwa sampel terdiri dari perusahaan dengan ukuran yang bervariasi mulai dari kecil hingga besar dengan nilai tertinggi 31,45 dan nilai terendah 18,70. Nilai perusahaan (Y) menunjukkan nilai rata rata 0,9593 dengan standar deviasi 0,23073 mencerminkan nilai pasar yang relatif seimbang ditunjukkan dengan nilai tertinggi 1,57 dan nilai terendah 0,39. Profitabilitas (Z) menunjukkan nilai rata rata 0,1018 dengan standar deviasi 0,08081 mengindikasikan bahwa efisiensi laba perusahaan secara umum masih terbatas dengan nilai tertinggi 0,29 dan nilai terendah 0,00. Secara keseluruhan, hasil ini mencerminkan adanya peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui optimalisasi Corporate Social Responsibility, pemanfaatan Intellectual Capital, pengelolaan ukuran perusahaan, serta peningkatan profitabilitas.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Unstandardized Residual N 71 Normal Parameters,b Mean .0000000 Std. Deviation .21220468

Most Extreme Differences Absolute .095

Positive .095

Negative -.072

Test Statistic .095

Asymp. Sig. (2-tailed) .188c

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Output SPSS, 2025

Nilai residual dikatakan normal apabila nilai probabilitas Asymp. Sig $>$ 0,05. Berdasarkan tabel 4, menunjukkan hasil uji One Sample Kolmogorov-Smirnov Test nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,188 $>$ 0,05 yang berarti nilai residual dalam penelitian ini terdistribusi **normal**.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficientsa

Model Collinearity Statistics

	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Corporate Social Responsibility	.990	1.010
Intellectual Capital	.565	1.771
Ukuran Perusahaan	.934	1.070
Profitabilitas	.550	1.817

Sumber: Output SPSS, 2025

Pada uji multikolinearitas, jika nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$ berarti tidak terdapat gejala multikolinearitas. Berdasarkan tabel 5, semua variabel yang digunakan menunjukkan nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$ dengan nilai terendah 1,010 dan tertinggi 1,817 ($< 10,00$). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas Uji heteroskedastisitas untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variasi residual antar pengamatan dalam model regresi. Hasil uji heteroskedastisitas ditunjukkan pada gambar berikut:

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Output SPSS, 2025

Berdasarkan gambar 2, hasil uji heteroskedastisitas menggunakan Scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik residual tersebut acak tidak membentuk sesuatu pola yang spesifik sehingga menandakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji Autokorelasi Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi Model Summary Model R R Square Adjusted R Square Std. Error of the Estimate Durbin-Watson 1 .809a .655 .634 .06775 1.760

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Intellectual Capital

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Output SPSS, 2025

Pengujian autokorelasi menggunakan metode Durbin-Watson Test. Berdasarkan tabel 6, diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,760, menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson melebihi $du = 1,7041$ dan kurang dari $4 - 1,7041 = 2,2959$ maka dapat diketahui bahwa tidak terjadi autokorelasi.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi ()

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model R R Square Adjusted R Square Std. Error of the Estimate

1 .809a .655 .634 .06775

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Intellectual Capital

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan Sumber: Output SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 7, nilai R Square sebesar 0,655 menunjukkan bahwa 65,5% variasi nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh corporate social responsibility, intellectual capital, ukuran perusahaan dan profitabilitas memiliki kontribusi yang kuat dalam menjelaskan naik turunnya nilai perusahaan. Profitabilitas menceminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba, corporate social responsibility dapat meningkatkan reputasi perusahaan, ukuran perusahaan memberikan sinyal stabilitas, intellectual capital mendorong keunggulan kompetitif. Dengan kombinasi variabel ini, menjelaskan sebagian besar variasi nilai perusahaan secara cukup baik. Sisanya 34,5% variasi dijelaskan variabel diluar model yang kemungkinan memiliki relevansi terkait nilai perusahaan.

Uji T Tabel 8. Hasil Uji T Coefficients Model Unstandardized Coefficients Standardized Coefficients t Sig. B Std. Error Beta 1 (Constant)

.625 .055 11.362 .000

Corporate Social Responsibility	.134	.040	.243	3.341	.001
Intellectual Capital	.007	.003	.206	2.145	.036
Ukuran Perusahaan	.006	.002	.204	2.731	.008
Profitabilitas	.775	.135	.559	5.738	.000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Output SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 8, hasil uji T bahwa variabel Corporate Social Responsibility (X 1) menunjukkan nilai Thitung 3,341 > Ttabel 1,99601 dan sig. 0,001 < 0,05, variabel Intellectual Capital (X2) menunjukkan nilai Thitung 2,145 > Ttabel 1,99601 dan sig. 0,036 < 0,05, dan Ukuran Perusahaan (X3) menunjukkan nilai Thitung 2,731 > Ttabel 1,99601 dan sig. 0,008 < 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y), dengan demikian hipotesis H1, H2, dan H3 diterima. Artinya, masing-masing faktor tersebut memiliki kontribusi langsung dalam meningkatkan nilai perusahaan, baik melalui reputasi yang lebih baik, pengelolaan aset intelektual, maupun stabilitas perusahaan.

Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Tabel 9. Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Coefficientsa Model Unstandardized Coefficients Standardized Coefficients t Sig. B Std. Error Beta 1 (Constant) .861 .007 124.766 .000

X1Z	.673	.159	.421	4.229	.000
X2Z	.020	.010	.180	2.036	.046
X3Z	.017	.005	.371	3.329	.001

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Output SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 9, hasil uji Moderated Regression Analysis bahwa Corporate Social Responsibility dimoderasi Profitabilitas (X1Z) menunjukkan nilai Thitung 4,229 > Ttabel 1,99601 dan sig. 0,000 < 0,05. Selanjutnya, Intellectual Capital dimoderasi Profitabilitas (X2Z) menunjukkan nilai Thitung 2,036 > Ttabel 1,99601 dan sig. 0,046 < 0,05. Interaksi Ukuran Perusahaan dimoderasi Profitabilitas (X3Z) menunjukkan nilai Thitung 3,329 > Ttabel 1,99601 dan sig. 0,001 < 0,05. Nilai signifikansi seluruh interaksi tersebut < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H4, H5, dan H6 diterima. Profitabilitas (Z) mampu memoderasi pengaruh antara **Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan** (Y) secara positif dan signifikan Dengan **persamaan regresi sebagai berikut:** $Y = 0,861 + 0,134 X1 + 0,007 X2 + 0,006 X3 + 0,775 Z + 0,673 X1Z + 0,020 X2Z + 0,017 X3Z + \epsilon$

Pembahasan

Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 8, **variabel Corporate Social Responsibility (X1)** terdapat pada Global Reporting Initiative yang diungkapkan pada laporan keberlanjutan perusahaan dan diukur dengan **Corporate Social Responsibility Disclosure Index** menunjukkan **pengaruh positif terhadap nilai perusahaan** (Y) ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,134 dan tingkat signifikansi 0,001 < 0,05 sehingga hipotesis H1 diterima. Hasil tersebut mencerminkan bahwa semakin tinggi implementasi **Corporate Social Responsibility yang dilakukan oleh perusahaan** melalui pengungkapan Global Reporting Initiative dan tingkat keterbukaan implementasi CSR dalam laporan keberlanjutan maka akan semakin besar pula nilai perusahaan yang terbentuk di mata para pemangku kepentingan. Hasil ini sejalan dengan teori legitimasi, bahwa perusahaan yang secara aktif menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan dan sosial berpotensi mendapatkan kepercayaan serta dukungan dari masyarakat [17] [32]. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya [11] [13] [6] [43] yang menunjukkan bahwa **corporate social responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan**. Indikator pengungkapan GRI menjadi indikator yang menunjukkan komitmen perusahaan dalam mengungkapkan kegiatan tanggungjawab sosialnya sehingga membangun kepercayaan dan memperkuat reputasi perusahaan yang pada akhirnya memberikan dampak positif untuk nilai perusahaan. Oleh karena itu, pelaksanaan Corporate Social Responsibility secara strategis menjadi salah satu faktor penting dalam membangun keberlanjutan dan meningkatkan daya saing perusahaan [32].

Pengaruh Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 8, Intellectual Capital (X2) dengan indicator Value Added Intelectual Coefficient (VAIC) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y) ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,007 dan tingkat signifikansi 0,036 < 0,05 sehingga hipotesis H2 diterima. Mengindikasikan bahwa semakin efektif perusahaan dalam mengelola aset intelektual (Intellectual Capital) seperti halnya pengetahuan, inovasi dan kemampuan organisasi maka akan meningkatkan nilai perusahaan dalam persepsi investor dan pemegang saham. Intellectual capital yang terdiri atas Value Added Capital Employed (VACA) mengukur kemampuan perusahaan dalam mengelola aset untuk memperoleh nilai tambah, **Value Added Human Capital (VAHU)** menggambarkan efisiensi nilai tambah yang dihasilkan **tenaga kerja, dan Structural Capital Value Added (STVA)** mencerminkan sistem budaya organisasi dan proses internal yang mendukung kinerja karyawan [12]. Tiga komponen VAIC secara keseluruhan menunjukkan efektifitas perusahaan dalam menciptakan nilai tambah melalui pemanfaatan aset tak berwujud dan pengetahuan. Ketika ketiga komponen dikelola dengan baik akhirnya akan meningkatkan daya Tarik investor terhadap **perusahaan. Hasil ini sejalan dengan teori berbasis sumber daya** (Resource-Based View Theory), yang menyatakan bahwa **aset tidak berwujud seperti Intellectual Capital** merupakan salah satu kunci untuk menciptakan keunggulan kompetitif jangka panjang perusahaan [34]. Selaras dengan teori tersebut, hasil penelitian sebelumnya [12], [20], [33], dan [35] yang menyimpulkan bahwa Intellectual Capital **berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan** pengelolaan aset intelektual menjadi aspek penting dalam strategi perusahaan terutama di era persaingan bisnis yang semakin mengandalkan inovasi, efisiensi serta keunggulan kompetitif.

Pengaruh **Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan** Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 8, ukuran perusahaan (X3) dengan indikator $\ln(\text{total aset})$ berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y) ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,006 dan tingkat signifikansi 0,008 < 0,05 sehingga hipotesis H3 diterima. **Semakin besar ukuran perusahaan yang ditinjau dari total asetnya, maka semakin tinggi** nilai perusahaan yang diukur menggunakan Tobins'Q yang didalamnya termuat indikator total aset. Hasil berkaitan dengan teori sinyal (Signaling Theory), bahwa perusahaan besar cenderung memberikan sinyal positif kepada investor mengenai stabilitas, kemampuan operasional, serta prospek keuangan di masa depan [36]. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan kapabilitas perusahaan dalam mengakses sumber daya untuk meningkatkan efisiensi operasional serta mendapatkan kredibilitas investor pada pasar modal [2]. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya [3], [20], dan [23] yang menunjukkan **bahwa ukuran perusahaan berpengaruh** terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian keterkaitan $\ln(\text{total aset})$ dan Tobins'Q memperkuat pemahaman bahwa perusahaan dengan skala besar memiliki posisi strategis dalam pasar modal. Perusahaan yang mampu mengelola dan memanfaatkan asetnya secara optimal berpeluang mendapatkan penilaian yang lebih tinggi pada pasar modal serta menjadi faktor penting dalam pembentukan nilai perusahaan dan peluang untuk mendapatkan peningkatan keberlanjutan [16].

Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 9, interaksi moderasi (X1Z) bahwa profitabilitas (Z) mampu memoderasi pengaruh positif **Corporate Social Responsibility (X1) terhadap nilai perusahaan** (Y) ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi 0,673 dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga hipotesis H4 diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh **Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan** akan semakin kuat ketika **perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi** [32]. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu menghasilkan laba dengan efisien (ROA yang tinggi) memiliki kapasitas finansial untuk menjalankan program CSR sehingga program CSR yang dijalankan dianggap bukan sebagai beban melainkan bentuk integrasi dari keberlanjutan bisnis. Sejalan dengan signaling theory dimana kombinasi tingkat profitabilitas yang tinggi dan pengungkapan CSR yang memadai memberikan sinyal positif bahwa perusahaan tidak hanya mampu mengelola sumber daya secara efisien, tetapi juga peduli terhadap tanggung jawab sosial [37]. Kondisi ini dapat memperkuat citra perusahaan dan meningkatkan kepercayaan investor sehingga berdampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan. Temuan ini selaras dengan penelitian sebelumnya [18], [6], dan [38] yang menunjukkan bahwa profitabilitas dapat memoderasi pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan. semakin tinggi skor CSRDI perusahaan maka semakin banyak aspek sosial dan lingkungan yang diungkapkan, didukung dengan ROA yang tinggi maka pasar akan menilai perusahaan sebagai emiten yang seimbang antara profit and purpose sehingga mendorong kenaikan harga saham perusahaan [18].

Pengaruh Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 9, interaksi moderasi (X2Z) bahwa profitabilitas (Z) mampu memoderasi pengaruh positif Intellectual Capital (X2) terhadap nilai perusahaan (Y) ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi 0,020 dan tingkat signifikansi 0,046 < 0,05 sehingga hipotesis H5 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa profitabilitas yang tinggi memperkuat dampak positif Intellectual Capital terhadap nilai perusahaan. Hasil mengindikasikan bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi maka perusahaan memiliki kemampuan untuk menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan, indikator VAIC yang tinggi mencerminkan efektivitas perusahaan dalam menciptakan nilai, jika dikombinasikan dengan profitabilitas yang tinggi tidak hanya mampu menghasilkan laba tetapi juga memiliki daya saing strategis mendorong peningkatan rasio Tobins'Q [34]. Sejalan dengan teori Resource Based View bahwa perusahaan yang mampu mengelola aset intelektual secara efektif dan diri dengan kinerja keuangan yang solid akan membentuk daya saing sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan di pasar [27]. Temuan ini selaras dengan penelitian sebelumnya [34], [37], dan [39] yang menunjukkan bahwa profitabilitas **dapat memoderasi pengaruh positif Intellectual Capital terhadap nilai perusahaan, kombinasi VAIC dan ROA** menjadi sinyal positif mendorong peningkatan **kepercayaan investor terhadap nilai perusahaan** jangka panjang.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 9, interaksi moderasi (X3Z) bahwa profitabilitas (Z) mampu memoderasi pengaruh positif ukuran perusahaan (X3) terhadap nilai perusahaan (Y) ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi 0,017 dan tingkat signifikansi 0,001 < 0,05 sehingga hipotesis H6 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa **pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan** akan semakin kuat apabila didukung oleh tingkat profitabilitas. Ketika perusahaan besar juga menunjukkan profitabilitas yang tinggi memberikan sinyal positif kepada pasar mengenai efisiensi dan potensi pertumbuhan yang solid [28]. Sejalan dengan signaling theory bahwa kondisi sinyal yang kuat menunjukkan perusahaan besar tidak hanya memiliki kapasitas aset yang besar tetapi juga mampu memanfaatkan aset tersebut secara efisien untuk menghasilkan keuntungan yang tercermin dalam rasio Tobins'Q. Perusahaan besar yang profitable memiliki peluang lebih besar untuk menarik perhatian investor, meningkatkan kepercayaan pasar sehingga meningkatkan nilai perusahaan [13]. Temuan ini selaras dengan penelitian sebelumnya [40], [44], dan [45] yang menunjukkan bahwa profitabilitas dapat memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan besar dengan kinerja keuangan yang solid cenderung mendapatkan penilaian pasar yang tinggi karena dianggap memiliki keseimbangan antara kapasitas aset dan efisiensi pemanfaatan aset tersebut [45].

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah diuraikan **dapat disimpulkan bahwa corporate social responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan** karena **pengungkapan corporate social responsibility yang baik menunjukkan komitmen perusahaan** terhadap pembangunan berkelanjutan sehingga dapat memberikan dampak positif pada nilai perusahaan. Kemudian **intellectual capital berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan** karena aset tidak berwujud yang sulit ditiru dan menjadi sumber keunggulan kompetitif dapat meningkatkan nilai perusahaan dalam persepsi investor. Lebih lanjut, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sehingga perusahaan dengan ukuran lebih besar lebih mudah mendapatkan kepercayaan investor yang akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh positif **corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan**. Hal itu menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi akan memiliki sumber daya lebih besar untuk menjalankan program corporate social responsibility lebih optimal. Profitabilitas juga mampu memoderasi pengaruh positif intellectual capital terhadap nilai perusahaan, karena dengan laba yang sehat, perusahaan dapat lebih banyak berinvestasi dalam pengembangan sumber daya intelektual, dengan demikian investor melihatnya sebagai sinyal positif sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, profitabilitas mampu memoderasi pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan disebabkan oleh penilaian investor lebih tinggi pada perusahaan besar yang juga menunjukkan profitabilitas yang tinggi sehingga hal tersebut meningkatkan nilai perusahaan. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan nilai perusahaan tidak bergantung pada laba semata tetapi juga ditentukan oleh faktor non-keuangan seperti halnya corporate social responsibility, intellectual capital, dan ukuran perusahaan yang dikelola secara strategis. Oleh karena itu, perusahaan perlu menyeimbangkan seluruh aspek dalam menjalankan operasionalnya sehingga tercipta nilai jangka panjang yang berkelanjutan. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya menggunakan sampel **perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia** periode 2021-2023 sehingga cakupan terbatas pada 3 tahun periode pengamatan. Penelitian yang dilakukan selanjutnya disarankan agar dapat memperluas cakupan analisis menggunakan variabel yang lebih bervariasi dengan menambahkan variabel moderasi dan variabel independen lain yang tidak digunakan pada penelitian ini. Memilih sektor perusahaan lainnya sebagai bahan perbandingan dalam peninjauan nilai perusahaan pada sektor lain. Dapat memperpanjang periode penelitian setidaknya lima tahun untuk mengidentifikasi tren jangka panjang pada perusahaan.