

Kode/Rumpun Ilmu:571/ Manajemen
Bidang Fokus: Sosial Humaniora, Seni dan Pendidikan

LAPORAN AKHIR
PENELITIAN DASAR UNGGULAN PERGURUAN TINGGI



**STRATEGI PENINGKATAN PROFITABILITAS DAN NILAI PERUSAHAAN
BERBASIS TATA KELOLA PERUSAHAAN, TANGGUNG JAWAB SOSIAL
PERUSAHAAN DAN INTELLECTUAL CAPITAL**
**(Studi Pada Industri Makanan Yang Tersertifikasi Halal Yang Terdaftar Di Bursa
Efek Indonesia)**

Dr. Nurul Qomariah, MM/NIDN:0701086702
Dr. Ni Nyoman Putu Martini, MM/NIDN: 0708036701
Dr. Hadi Paramu, MM /NIDN: 0020016904

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
Oktober , 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : STRATEGI PENINGKATAN PROFITABILITAS DAN NILAI PERUSAHAAN BERBASIS TATA KELOLA PERUSAHAAN, TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DAN INTELECTUAL-CAPITAL- (Studi Pada Industri Makanan Yang Tersertifikasi Halal Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)

Peneliti/Pelaksana

Nama Lengkap : Dr. Dra NURUL QOMARIAH, M.M.
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Jember
NIDN : 0701086702
Jabatan Fungsional : Lektor
Program Studi : Manajemen
Nomor HP : 081 553 182 768
Alamat surel (e-mail) : nurulqomariah@unmuhjember.ac.id

Anggota (1)

Nama Lengkap : Dr. Dra NI NYOMAN PUTU MARTINI M.M.
NIDN : 0708036701
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Jember

Anggota (2)

Nama Lengkap : HADI PARAMU S.E., Doctor of Philosophy
NIDN : 0020016904
Perguruan Tinggi : Universitas Jember

Institusi Mitra (jika ada)

Nama Institusi Mitra : -
Alamat : -
Penanggung Jawab : -
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 2 tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp 89,250,000
Biaya Keseluruhan : Rp 89,250,000

Mengetahui,
Dekan

(Dr. Arik Sushiyani, SE., M.Si)
NIP/NIK 01 09 289

Kab. Jember, 29 - 10 - 2018
Ketua,


(Dr. Dra NURUL QOMARIAH, M.M.)
NIP/NIK 0603426

Menyetujui,
Kepala LPPM


(Dr. Nurul Qomariah, MM)
NIP/NIK 06 03 426

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
DAFTAR ISI	iii
RINGKASAN	v
BAB 1 : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan Umum dan Tujuan Khusus.....	2
1.3. Urgensi Penelitian	2
1.4. Kaitan Penelitian Dengan Renstra Perguruan Tinggi	3
1.5. Rencana Capaian Tahunan	3
BAB 2 : RENSTRA DAN PETA JALAN PENELITIAN PERGURUAN TINGGI	
2.1. Renstra dan Roap Map Penelitian Perguruan Tinggi.....	4
2.2. Road Map Penelitian Bidang Unggulan Sosial Humaniora, Seni Dan Pendidikan.....	4
2.3. Luaran penelitian	8
2.4. Sinergi Antar Kelompok Penelitian.....	9
2.5. Dukungan Penelitian Yang Dilakukan Terhadap Capaian Renstra Penelitian UM Jember.....	9
BAB 3: TINJAUAN PUSTAKA	
3.1. Kajian Teori.....	10
3.2. Road Map Penelitian Pengusul Mengacu Pada Renstra Penelitian Perguruan Tinggi.....	13
3.3. Studi Pendahuluan Yang Telah Dilaksanakan Dan Hasil Yang Telah Dicapai	14
BAB 4 : METODE PENELITIAN	
4.1. Rancangan Penelitian	15
4.2. Populasi Penelitian, Sample dan Teknik Pengambilan Sampel	15
4.3. Identifikasi Variabel	15
4.4. Definisi Operasional Variabel	15
4.5. Lokasi dan Waktu Penelitian	16
4.6. Analisis Data	17
BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1 Hasil Penelitian	18
5.2 Pembahasan	27
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	32
6.2 Saran	32

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RINGKASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Tata Kelola Perusahaan, dan tanggung jawab sosial perusahaan serta intellectual capital terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variable intervening pada perusahaan industry makanan yang tersertifikasi halal yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel yang digunakan adalah variabel bebas dan variabel terikat serta variable intervening. Variabel terikatnya yaitu variabel nilai perusahaan. Variabel bebasnya adalah variable tata kelola perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan dan ukuran perusahaan. Sedangkan variabel interveningnya adalah profitabilitas. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan industry makanan yang tersertifikasi halal yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, dengan bantuan software SPSS. Tujuan penelitian tahun pertama adalah mengidentifikasi variable-variabel yang dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan dengan menggunakan analisis multiple regression analysis. Tujuan penelitian tahun kedua adalah mengidentifikasi variable-variabel yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tata Kelola Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas. *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas. Tata Kelola Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Key Words : good corporate governance, corporate social responsibility, profitability, intellectual capital,, return

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sektor industri merupakan perusahaan yang memberikan sumbangan dalam Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan penerimaan devisa. Sektor industri mempunyai peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Sektor industri diyakini sebagai sektor yang dapat memimpin sektor-sektor lain dalam sebuah perekonomian menuju kemajuan. Produk industri selalu memiliki terms of trade yang tinggi serta menciptakan nilai tambah yang lebih besar dibandingkan produk-produk lain. Hal ini disebabkan karena sektor industri memiliki variasi produk yang sangat beragam dan mampu memberikan manfaat yang tinggi kepada pemakainya (Dumairy, 2002). Kontribusi industri manufaktur diharapkan bisa naik menjadi 40% terhadap produk domestik bruto (PDB) dalam beberapa tahun ke depan. Kontribusi industri manufaktur terhadap PDB nasional 2015 mencapai 18,1% dengan nilai Rp2.097,71 triliun, meningkat dibandingkan dengan 2014 yang hanya 17,8% dengan nilai Rp1.884 triliun. Sektor industri pengolahan secara umum berkontribusi 20,84% atau Rp2.405,4 triliun dari PDB nasional sebesar Rp11.540,79 triliun. Adapun dari capaian sektor pengolahan non migas, kontribusi terbesar masih disokong oleh industri makanan dan minuman sebesar 30,84%. Selanjutnya disusul oleh industri barang logam, barang elektronik dan peralatan listrik (10,81%), industri alat angkutan (10,5%) serta industri kimia, farmasi dan obat tradisional (9,98%).

Makanan dan minuman adalah kebutuhan utama yang dibutuhkan manusia baik secara kuantitatif maupun secara kualitatif. Bahan makanan pokok memegang peranan utama dalam memenuhi kebutuhan penduduk. Volume kebutuhan makanan dan minuman di Indonesia akan terus meningkat setiap tahunnya. Kecenderungan kenaikan ini disebabkan oleh faktor peningkatan pendapatan, pertambahan penduduk, dan meningkatnya kesadaran gizi yang seimbang. Kebutuhan makanan dan minuman semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk Indonesia. Dari data yang ada terlihat bahwa sector makanan dan minuman memberikan sumbangan sebesar 30,84% kepada produk domestik kotor. Dalam Undang-undang No. 33/2014 tentang Jaminan Produk Halal menyebutkan produk makanan, farmasi, dan kosmetika wajib menerapkan sertifikasi halal pada 2019. Adapun untuk makanan berlaku secara bertahap mulai 2017. Masalahnya, hal itu berlaku bagi semua produsen maupun importir. Permasalahan yang saat ini dihadapi adalah dari perusahaan sector

makanan dan minuman ada yang belum menerapkan sertifikasi halal bagi produknya, meskipun sudah ada undang-undang yang mengaturnya.

Permasalahan sertifikasi halal bagi industry makanan dan minuman penting untuk diperhatikan, hal ini karena mayoritas penduduk di Indonesia adalah sekitar 85% menganut agama islam. Oleh karena itu perusahaan yang bergerak di sector makanan dan minuman harus memperhatikan tentang pentingnya sertifikasi halal bagi produk makanan dan minuman yang diproduksinya karena hal ini akan mempengaruhi peningkatan keuntungan perusahaan tersebut. Banyak factor yang dapat meningkatkan profitabilitas. dari perusahaan Diantara factor yang dapat meningkatkan profitabilitas antara lain tata kelola perusahaan yang baik, tanggung jawab social perusahaan dan intellectual capital.

Teori keagenan memberikan kerangka berpikir mengenai masalah tata kelola korporasi akibat terjadinya pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian perusahaan. Jensen dan Mecling (1976) mengidentifikasikan dua cara untuk mengurangi kesempatan manajer melakukan tindakan yang merugikan investor yaitu investor luar melakukan pengawasan (*monitoring*) dan manajer sendiri melakukan pembatasan atas tindakan-tindakannya (*bonding*). Gurbuz, A. Aybars, dan Kutlu (2010) serta Al-Rashed (2010) menyatakan bahwa tata kelola korporasi berpengaruh positif terhadap Profitabilitas. Mak dan Kusnadi (2002) melakukan penelitian tentang pengaruh tata kelola korporasi terhadap kinerja nilai perusahaan. Dalam penelitian tersebut nilai perusahaan diukur dengan Tobin's Q sedangkan tata kelola korporasi diprosikan dengan menggunakan struktur kepemilikan, ukuran dewan komisaris dan komisaris independen. Penelitian dilakukan pada periode krisis keuangan Asia Tenggara pada tahun 1997 sampai tahun 1999. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara tata kelola korporasi terhadap nilai perusahaan. Selain itu hasil penelitian ini juga menjelaskan bahwa kepemilikan oleh manajer akan menurunkan nilai perusahaan, kepemilikan oleh outsider akan meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki struktur tatakelola akan beroperasi dengan lebih efisien sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan (Jensen, 1993). Argumen ini mendasari hubungan antara tatakelola korporasi dan kinerja keuangan perusahaan (profitabilitas) Hasil dari studi terdahulu masih belum memberikan konsistensi mengenai adanya hubungan dua variabel tersebut. Larcker et.al (2005), menemukan bahwa ada hubungan positif antara tata kelola perusahaan dengan ROA (Return on Assets) satu tahun ke depan pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Amerika. Berlawanan dengan hal itu Bauer et al. (2004), dengan sampel

perusahaan besar di Eropa, menemukan adanya hubungan negatif antara tata kelola perusahaan dengan kinerja keuangan.

Faktor lain yang juga dapat menentukan nilai perusahaan adalah tanggungjawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan juga dapat memperoleh peningkatan nilai perusahaan dengan memperlihatkan tanggung jawab sosial melalui pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dalam media termasuk dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan yang menerapkan tanggungjawab sosial perusahaan, diharapkan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan tanggungjawab sosial perusahaan diharapkan akan direspon positif oleh para pelaku pasar. Dengan demikian munculnya Teori *legitimasi* dapat memperkuat yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggungjawab terhadap masyarakat sekitarnya (Dahlia dan Veronica, 2008).

Tanggungjawab sosial perusahaan perusahaan juga dapat memperoleh peningkatan nilai perusahaan dengan memperlihatkan tanggung jawab sosial melalui pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dalam media termasuk dalam laporan tahunan perusahaan (Dahlia dan Veronica, 2005). Hal yang sama juga dikemukakan oleh Kusumadilaga (2010) menyatakan bahwa dengan menerapkan tanggungjawab sosial perusahaan, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan tanggungjawab sosial perusahaan diharapkan akan direspon positif oleh para pelaku pasar. Dengan demikian munculnya Teori *legitimasi* dapat memperkuat yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggungjawab terhadap masyarakat sekitarnya. Tanggungjawab Sosial korporasi dapat diartikan memberikan konsep bahwa perusahaan secara sukarela akan mengintegrasikan keprihatinan sosial dan lingkungan ke dalam operasi bisnis mereka dan interaksi dengan stakeholder. Pengertian secara lebih luas mengasumsikan bahwa pertanggungjawaban sosial menjadi bagian tak terpisahkan dari strategi *investment, core business strategy*, management instrument, serta operasional perusahaan. Konsep ini menganggap bahwa pertanggungjawaban sosial bukan merupakan cost tetapi merupakan investasi perusahaan. (Kusumadilaga, 2010).

Indikator perusahaan telah mencapai tujuan, visi, dan misi biasanya dapat dilihat dari hasil kinerja dan nilai pasar perusahaan. Berbagai upaya dilakukan untuk mencapai hasil kinerja dan nilai pasar yang baik, terutama kinerja keuangan. Salah satu upaya yang dilakukan perusahaan saat ini dalam upaya mencapai kinerja dan nilai pasar yang baik yaitu mengembangkan sumberdaya manusia yang berkualitas, teknologi yang handal serta hubungan baik dengan pelanggan, yang merupakan elemen dari *intellectual capital* (Suhendah, 2012). . Appuhami

(2007) menyatakan bahwa semakin besar nilai modal intelektual (VAICTM) semakin efisien penggunaan modal perusahaan, sehingga menciptakan value added bagi perusahaan. Physical capital sebagai bagian dari modal intelektual menjadi sumber daya yang menentukan kinerja perusahaan. Selain itu, jika modal intelektual merupakan sumber daya yang terukur untuk peningkatan competitive advantages, maka modal intelektual akan memberikan kontribusi terhadap kinerja perusahaan (Abdolmohammadi, 2005). Modal intelektual diyakini dapat berperan penting dalam peningkatan nilai perusahaan maupun kinerja keuangan. Perusahaan yang mampu memanfaatkan modal intelektualnya secara efisien, maka nilai pasarnya akan meningkat.

1.2. Tujuan Umum dan Tujuan Khusus

Tujuan umum dari penelitian ini adalah meningkatnya profitabilitas dan nilai perusahaan industry makanan dan minuman yang tersertifikasi halal yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. **Tujuan penelitian tahun pertama** adalah mengidentifikasi variable-variabel yang dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan dengan menggunakan analisis multiple regression analysis. **Tujuan penelitian tahun kedua** adalah mengidentifikasi variable-variabel yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan kajian bagi perusahaan industry makanan yang tersertifikasi halal yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam meningkatkan profitabilitas dan nilai perusahaan jika dikaitkan dengan tata kelola perusahaan, tanggung jawab sosial mereka terhadap masyarakat, dan intellectual capital yang dimiliki oleh perusahaan.

1.3 Urgensi penelitian

Perekonomian yang sedang mengalami percepatan pertumbuhan akan memberikan peluang kepada perusahaan-perusahaan (termasuk perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia) khususnya perusahaan manufaktur sector makanan dan minuman yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Akibatnya, nilai perusahaan tersebut di mata investor akan cenderung naik, yang akan memicu kenaikan harga saham perusahaan tersebut. Sebaliknya, ketika suatu perekonomian sedang mengalami kontraksi (resesi), keuntungan perusahaan-perusahaan akan cenderung turun. Hal ini akan menurunkan nilai perusahaan-perusahaan tersebut di mata para investor sehingga harga sahamnya pun turun. Pada mulanya bisa saja investor tidak menyadari perkembangan ekonomi yang sedang terjadi, sehingga harga saham suatu perusahaan dapat mengalami kenaikan ketika kinerja perusahaan tersebut sedang memburuk. Namun, pada akhirnya informasi perkembangan keuntungan perusahaan tersebut akan diketahui juga dengan cara melihat laporan triwulanan sehingga harga sahamnya pun

akan segera terkoreksi. Persepsi penilaian yang dilakukan oleh investor terhadap harga saham pada suatu perusahaan dengan saham listed di BEI akan berubah-ubah. Persepsi nilai perusahaan yang berubah-ubah tak lepas dari persepsi investor terhadap perusahaan makanan dan minuman terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang mempunyai nilai-nilai sosial yang tinggi, seperti peduli pada keadaan sosial, ekonomi, dan lingkungannya, dengan melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosial, yang diharapkan dapat merangsang pertumbuhan penjualan yang diiringi diterimanya produk perusahaan oleh para konsumen. Dari sisi tatakelola korporasi investor menginginkan bahwa adanya tatakelola perusahaan yang baik, seiring dengan dinamisnya persaingan yang ada, sehingga manajemen perusahaan diuntut untuk melaksanakan tugasnya dengan baik dan tidak menyimpang yang hasil akhirnya berdampak pada kinerja keuangan perusahaan yang dilihat dari sisi profitabilitas perusahaan, dan di sisi lain persepsi nilai perusahaan tak lepas dari investor melihat aset yang tidak berwujud yang berupa intelektual capital.

1.4 Kaitan Penelitian dengan Renstra dan Road Map Penelitian Perguruan Tinggi

Tema unggulan penelitian perguruan tinggi UM Jember adalah “ **Pangan Islami dan Energi Terbarukan, untuk Kesejahteraan dan Peradaban Umat Manusia**”. Sedangkan bidang unggulan penelitian perguruan tinggi mengacu pada Rencana Induk Riset Nasional 2015-2045 yaitu ada lima bidang unggulan penelitian yaitu: Ketahanan Pangan, Energi Terbarukan, Kesehatan dan Obat-obatan, Teknologi Informasi dan Komunikasi, Sosial Humaniora, Seni dan Pendidikan.

Untuk melaksanakan tema unggulan penelitian perguruan tinggi maka Universitas Muhammadiyah Jember telah menetapkan sasaran penelitian perguruan tinggi. Adapun sasaran penelitian Universitas Muhammadiyah Jember antara lain: Meningkatnya jumlah, mutu, profesionalisme dan integritas (moral dan etika) SDM dalam bidang penelitian dan pengabdian; Meningkatnya jumlah dan mutu penelitian dan pengabdian yang unggul, tepat guna, dan maslahat. Dengan melihat sasaran penelitian yang telah dicanangkan oleh Universitas Muhammadiyah Jember dalam RIP maka jelas sekali bahwa penelitian ini akan mendukung sasaran yang telah ditetapkan yaitu dalam hal meningkatnya jumlah, mutu profesionalisme dan integritas SDM dalam bidang penelitian, meningkatnya jumlah dan mutu penelitian yang unggul, tepatguna dan maslahat.

BAB 2

RENSTRA DAN PETA JALAN PENELITIAN PERGURUAN TINGGI

2.1 Renstra dan Roap Map Penelitian Perguruan Tinggi

Tema unggulan penelitian perguruan tinggi UM Jember adalah “ Pangan Islami dan Energi Terbarukan, untuk Kesejahteraan dan Peradaban Umat Manusia”. Sedangkan bidang unggulan penelitian perguruan tinggi mengacu pada Rencana Induk Riset Nasional 2015-2045 yaitu ada lima bidang unggulan penelitian yaitu: Ketahanan Pangan, Energi Terbarukan, Kesehatan dan Obat-obatan, Teknologi Informasi dan Komunikasi, Sosial Humaniora, Seni dan Pendidikan.

Road map riset unggulan UM Jember disusun dengan penetapan capaian tujuan jangka panjang yaitu penelitian yang berdampak luas bagi kesejahteraan umat. Pencapaian tujuan jangka panjang melalui tonggak-tonggak capaian (*milestone*). Capaian pada periode ini adalah penelitian yang terutama berdampak nasional dan internasional pada 2016-2020. Penelitian-penelitian yang dilakukan di UM Jember diharapkan memiliki kualitas yang lebih baik, ditunjukkan dengan adanya luaran berupa HAKI dan publikasi bertaraf nasional maupun internasional. Hal paling penting, penelitian-penelitian di UM Jember diharapkan sudah mampu menghasilkan luaran yang berupa IPTEKS yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat.

2.2 Road Map Penelitian Bidang Unggulan Sosial Humaniora, Seni Dan Pendidikan

Bidang unggulan social humaniora, seni dan pendidikan di UM Jember dipilah menjadi 4 (empat) sub bidang yang meliputi sub bidang akuntansi, sub bidang manajemen, sub bidang psikologi dan sub bidang hukum, pemerintahan dan ilmu komunikasi.

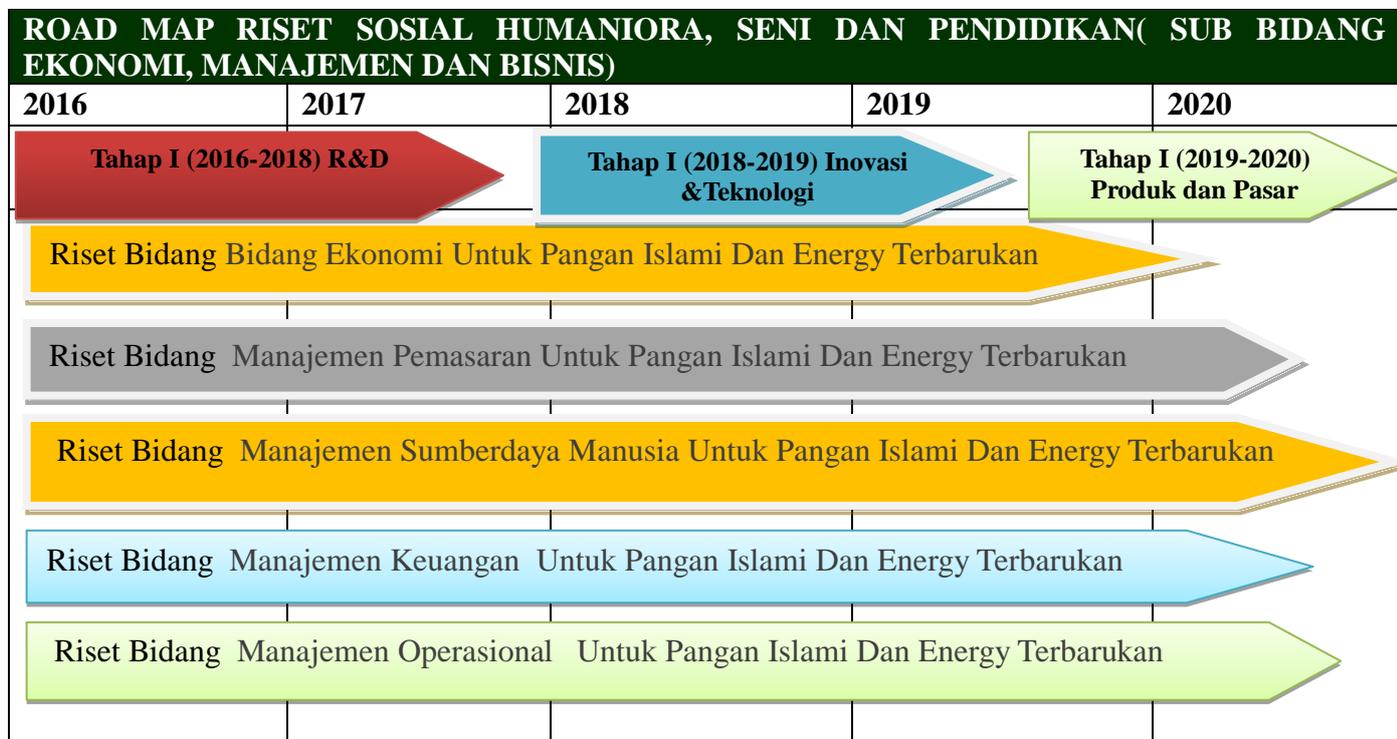
Tabel 2.1 Isu-isu Strategis dan Topik Riset Unggulan Bidang Sosial Humaniora, Seni dan Pendidikan (Sub Bidang Manajemen Bisnis dan Ekonomi)

KOMPETENSI KEAHLIAN	ISU-ISU STRATEGI	KONSEP PEMIKIRAN	PEMECAHAN MASALAH	TOPIK RISET
Ekonomi, Manajemen dan Bisnis	<ol style="list-style-type: none"> Pertumbuhan ekonomi masih tetap menjadi indicator keberhasilan pembangunan suatu negara termasuk Indonesia UMKM merupakan 	<ol style="list-style-type: none"> Pertumbuhan ekonomi atau <i>economic growth</i> adalah pertambahan pendapatan nasional secara agregatif atau pertambahan <i>output</i> dalam waktu tertentu, contohnya satu tahun. Bisa juga 	<ol style="list-style-type: none"> Perlu pemberdayaan seluruh sektor pendukung pertumbuhan ekonomi secara tepat sesuai kebutuhan Perlu adanya penguatan sumber daya 	<p>BIDANG EKONOMI</p> <ol style="list-style-type: none"> Kajian dan implementasi peningkatan pemberdayaan sektor ekonomi dan masyarakat 3. Terapan Manajemen bisnis untuk UMKM (keuangan, produksi, pemasaran, SDM dan Kewirausahaan) 4. Kajian pengembangan Technopreneurship bagi UMKM; 1.Rancang bangun dan Implementasi TIK dalam

	<p>sector ekonomi yang mampu bertahan di era krisis sekaligus memiliki peran sangat besar dan signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja dan relevan sebagai wadah pemberdayaan masyarakat.</p> <p>3. Penerapan TIK/ICT menjadi kebutuhan bagi industri pelaku ekonomi di era MEA dan di pasar global</p>	<p>dikatakan, pertumbuhan ekonomi menunjukkan peningkatan dalam kapasitas produksi barang dan jasa secara fisik dalam waktu tertentu</p> <p>2. Peningkatan ini dapat dilihat dari bertambahnya produksi suatu barang industri, berkembangnya infrastruktur, bertambahnya jumlah sekolah, dan bertambahnya sektor jasa.</p> <p>3. Oleh karena itu pertumbuhan ekonomi dapat dicapai melalui pendekatan pengembangan berbagai sektor perekonomian</p>	<p>UMKM agar lebih berkembang</p> <p>3. Perlu peningkatan dan penerapan TIK/ICT pada industry yang memerlukan</p>	<p>manajemen Bisnis dan kewirausahaan</p> <p>6. Terapan manajemen bisnis untuk organisasi jasa</p> <p>7. kajian bidang manajemen untuk perusahaan yang profit oriented</p> <p>8. Terapan manajemen bisnis untuk organisasi pendidikan</p> <p>9. Pemetaan potensi dan peluang usaha produksi pangan yang inovatif berbasis islami.</p> <p>1. Pemetaan dampak sosial ekonomi usaha pengolahan hasil pertanian menjadi pangan islami</p> <p>2. Pemetaan pasar dan strategi pemasaran secara islami</p> <p>3. Pemetaan modal dana dan sumber modal yang diperlukan</p> <p>13. Uji model bisnis produksi makanan dan manajemen secara islami</p> <p>BIDANG MANAJEMEN PEMASARAN</p> <p>1. Model potensi pasar Untuk Pangan Islami</p> <p>2. Model pangsa pasar Untuk Pangan Islami</p> <p>3. Model strategi segmentasi pasar Untuk Pangan Islami</p> <p>4. Model strategi produk Untuk Pangan Islami</p> <p>5. Model Strategi promosi untuk pangan Islami</p> <p>6. Model strategi jaringan distribusi untuk pangan Islami</p> <p>7. Model Strategi kualitas layanan untuk pangan islami</p> <p>8. Model Strategi labeling untuk pangan islami</p> <p>9. Model Strategi brand image untuk pangan islami</p> <p>10. Model promotional Mix untuk pangan islami</p> <p>11. Model Strategi pemasaran untuk jasa pariwisata</p> <p>12. Model pemasaran kawasan industri/Ekonomi Kreatif & Pariwisata yang memuat kontribusi energi terbarukan.</p> <p>BIDANG MANAJEMEN KEUANGAN</p> <p>1. Riset likuiditas keuangan untuk</p>
--	--	---	---	--

				<p>pangan islami</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Analisis laporan keuangan untuk pangan islami 3. Analisis harga pokok penjualan untuk pangan islami 4. Analisis Pasar modal untuk pangan islami 5. Kebijakan perbankan untuk pangan islami 6. Analisis investasi untuk pangan islami 7. Analisis return untuk pangan islami 8. Analisi CSR untuk pangan islami 9. Analisis Laporan keuangan berbasis CSR dengan menggunakan TIK 10. Analisis GCG untuk pangan islami <p>BIDANG MANAJEMEN SUMBERDAYA MANUSIA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Riset strategi peningkatan kinerja organisasi untuk pangan islami 2. Riset strategi OCB untuk pangan islami 3. Riset strategi knowledge management untuk pangan islami 4. Riset strategi motivasi untuk pangan islami 5. Riset strategi kepemimpinan untuk pangan islami 6. Riset strategi peningkatan kepuasan untuk pangan islami 7. Riset strategi peningkatan semangat kerja untuk pangan islami 8. Riset strategi pelatihan dan pengembangan untuk pangan islami 9. Riset strategi peningkatan budaya organisasi 10. Model hubungan kelembagaan dan penerapan budaya/peradaban dalam rangka terciptanya ekonomi kreatif dengan energi terbarukan untuk menunjang pariwisata dan promosi kepariwisataan <p>BIDANG MANAJEMEN OPERASIONAL</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis mutu produk untuk pangan islami 2. Analisis TQM untuk pangan
--	--	--	--	---

				islami 3. Analisis strategi lokasi untuk pangan islami Analisis strategi desain produk untuk pangan islami
--	--	--	--	--



2.3 Sinergi Antar Kelompok Penelitian

Sinergi antar kelompok penelitian dibangun berdasarkan bidang unggulan yang ada di UM Jember yaitu bidang-bidang: Ketahanan Pangan; Energi Terbarukan; Kesehatan dan Obat-obatan; Teknologi Informasi dan Komputer, Sosial Humaniora, Seni dan Pendidikan.

Untuk bidang unggulan ketahanan pangan kompetensi yang diperlukan dan bias bersinergi yaitu Pertanian, Biologi, Ekonomi, Teknik, Hukum, Ilmu Komunikasi, Ilmu Pemerintahan. Untuk bidang unggulan energy terbarukan kompetensi yang diperlukan dan bisa bersinergi yaitu program studi Teknik Mesin, Teknik Informatika, Ekonomi, Pertanian, Ilmu Hukum, Ilmu Pemerintahan, Psikologi, Pendidikan. Untuk bidang unggulan kesehatan dan obat-obatan maka kompetensi yang dibutuhkan dan bisa bersinergi yaitu Kesehatan/Keperawatan, Ekonomi/Bisnis, Sains Teknologi, dan Psikologi. Untuk bidang unggulan Teknologi Informasi dan Komunikasi maka kompetensi yang dibutuhkan dan bisa bersinergi yaitu Teknik Informatika, Manajemen Informatika, Teknik Elektro dan Manajemen dan

Bisnis. Untuk bidang unggulan Sosial Humaniora, Seni dan Pendidikan maka kompetensi yang dibutuhkan dan bisa bersinergi yaitu prodi manajemen, akuntansi, ilmu pemerintahan, ilmu hukum, ilmu Komunikasi dan Psikologi.

2.4 Dukungan Penelitian Yang Dilakukan Terhadap Capaian Renstra Penelitian UM Jember

Tema unggulan penelitian perguruan tinggi UM Jember adalah “ Pangan Islami dan Energi Terbarukan, untuk Kesejahteraan dan Peradaban Umat Manusia”. Sedangkan bidang unggulan penelitian perguruan tinggi mengacu pada Rencana Induk Riset Nasional 2015-2045 yaitu ada lima bidang unggulan penelitian yaitu: a) Ketahanan Pangan , b) Energi Terbarukan, c) Kesehatan dan Obat-obatan, d) Teknologi Informasi dan Komunikasi, e) Sosial Humaniora, Seni dan Pendidikan. Untuk melaksanakan tema unggulan penelitian perguruan tinggi maka Universitas Muhammadiyah Jember telah menetapkan sasaran penelitian perguruan tinggi. Salah satu sasaran penelitian Universitas Muhammadiyah Jember antara lain: a) Meningkatnya jumlah, mutu, profesionalisme dan integritas (moral dan etika) SDM dalam bidang penelitian dan pengabdian; b) Meningkatnya jumlah dan mutu penelitian dan pengabdian yang unggul, tepat guna, dan maslahat. Dengan melihat sasaran penelitian yang telah dicanangkan oleh Universitas Muhammadiyah Jember dalam RIP maka jelas sekali bahwa penelitian ini akan mendukung sasaran yang telah ditetapkan yaitu dalam hal meningkatnya jumlah, mutu profesionalisme dan integritas SDM dalam bidang penelitian, meningkatnya jumlah dan mutu penelitian yang unggul, tepatguna dan maslahat.

BAB 3

TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Kajian Teori

3.1.1 Teori Akuntansi Positif

Menurut teori akuntansi positif, prosedur akuntansi yang dapat digunakan perusahaan tidaklah harus sama dengan yang lainnya, namun perusahaan harus diberi kebebasan untuk memilih salah satu dari alternatif prosedur yang tersedia untuk meminimumkan biaya kontrak dan memaksimalkan nilai perusahaan. Karena adanya kebebasan bagi manajer untuk memilih prosedur yang tersedia, maka menurut Scott (1997) manajer punya kecenderungan untuk melakukan suatu tindakan yang oleh teori akuntansi positif dinamakan sebagai tindakan oportunistik. Jadi, tindakan oportunistik adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh manajer dalam memilih kebijakan akuntansi yang menguntungkan dirinya atau memaksimalkan kepuasannya.

3.1.2 Teori Stakeholder

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970-an. Stakeholder theory merupakan kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan stakeholder, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholder-nya. Tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (stakeholder), namun lebih luas lagi bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan stakeholder, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan atau klaim terhadap perusahaan (Waryanti, 2009).

3.1.3 Teori Keagenan

Perspektif hubungan keagenan merupakan dasar yang digunakan untuk memahami tata kelola korporasi. Masalah konflik agensi dalam korporasi biasanya terjadi karena pemilik perusahaan (principal) tidak dapat berperan aktif dalam manajemen perusahaan. Mereka mendelegasikan wewenang dan tanggung jawab pengelolaan perusahaan kepada para manajer profesional (*agent*) untuk bekerja atas nama dan untuk kepentingannya. Delegasi otoritas ini menyebabkan para manajer memiliki insentif untuk membuat keputusan-keputusan strategis, taktikal dan operasional yang dapat menguntungkan mereka sendiri. Akibatnya, muncullah konflik agensi (*agency conflict*) yang sulit diselaraskan.

3.1.4 Tanggungjawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan social ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholder, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum.. Tanggungjawab sosial perusahaan sebagai kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (profit) bagi kepentingan pembangunan manusia dan lingkungan (planet) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur yang tepat dan professional. Tanggungjawab social (*social responsibility*) secara umum adalah dukungan manajemen terhadap kewajiban untuk mempertimbangkan laba, kepuasan pelanggan dan kesejahteraan masyarakat secara setara dalam mengevaluasi kinerja perusahaan.

3.1.5 Pengukuran Profitabilitas

Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang baik, sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat (Sujoko dan Soebintoro, 2007). Profitabilitas dapat diukur melalui jumlah laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Ang (1997) mengungkapkan bahwa rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Lintner (1956) memberikan pembuktian secara empiris bahwa terdapat stabilitas dalam pembayaran dividen perusahaan. Smith (1971) juga menunjukkan bahwa terdapat kecenderungan yang kuat bagi perusahaan untuk menghindari memotong dividen.

3.1.6 Tatakelola Korporasi

Kajian konsep tatakelola korporasi mulai disinggung pertama kali oleh Barble dan Mears tahun 1932, ketika membuat sebuah buku yang menganalisis terpisahnya kepemilikan saham (*ownership*) dan *control*. Pemisahan tersebut berimplikasi pada timbulnya konflik kepentingan antara para pemegang saham dengan pihak manajemen dalam struktur kepemilikan saham yang tersebar. Kemudian konsep Tata Kelola Korporasi juga digunakan pada tahun 1970-an ketika terdapat beberapa skandal korporasi yang terjadi di Amerika Serikat dan beberapa tindakan perusahaan-perusahaan di Amerika Serikat yang terlibat dalam kegiatan berpolitik yang tidak sehat serta adanya budaya korupsi. Istilah Tata Kelola Korporasi mulai marak diperbincangkan lagi oleh *Cadbury Committe* tahun 1992 dalam laporannya yang dikenal sebagai Cadbury Raport, laporan ini dipandang sebagai titik balik (*turning point*) yang menentukan praktik tata kelola korporasi diseluruh dunia (Tjager *et al.*, 2003: 26) . Tata Kelola Korporasi yang tidak sehat dapat menimbulkan godaan penyalahgunaan jabatan Dewan Pengurus dan manajemen perusahaan yang lemah etika bisnis dan moralnya, maka ia juga dapat merugikan para anggota *the stakeholders*, terutama para pemegang saham, kreditur, perusahaan pemasok dan karyawan (Sotojo dan Aldridge, 2005:4).

3.1.7 Teori Human Capital

Investasi dalam pelatihan dan peningkatan sumber daya manusia merupakan investasi yang amat penting (Pratiwi, 2005) karena pengalaman, skill, dan pengetahuan yang dimiliki sumber daya manusia mempunyai nilai ekonomi bagi perusahaan yang menciptakan produktivitas dan kemampuan beradaptasi. Peningkatan produktivitas dari setiap pegawai atau human capital memerlukan biaya investasi pada human capital yang berkaitan dengan pemotivasian, pengawasan, dan mempertahankan pegawai dalam mengantisipasi return di masa mendatang .

3.1.8 Intellectual capital

Definisi intellectual capital menurut Stewart (1997 : 1) merupakan sumber daya berupa pengetahuan yang tersedia pada perusahaan yang menghasilkan asset bernilai tinggi dan manfaat ekonomi di masa mendatang bagi perusahaan. Intellectual capital adalah suatu pengetahuan yang didukung proses informasi untuk menjalin hubungan dengan pihak luar. Roos et al (1997) menyatakan bahwa intellectual capital mencakup semua proses dan menjadi asset tak berwujud dalam neraca meliputi merk dagang, paten dan merk. Brooking (1996) mendefinisikan intellectual capital sebagai kombinasi dari asset tidak berwujud meliputi pasar, intellectual property, sumber daya manusia , dan infrastruktur yang menjalankan fungsinya dalam perusahaan. Intellectual capital sebagai segala pengetahuan yang bersifat intelek, semua informasi, dan pengalaman yang digunakan perusahaan untuk menciptakan kesejahteraan. Dari semua definisi tersebut, intellectual capital dapat dianggap sebagai asset tidak berwujud yang dimiliki dan digunakan perusahaan untuk menghasilkan manfaat dan meningkatkan kesejahteraan.

3.1.9 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat dipandang dari beberapa pendekatan. Pendekatan neraca menganggap bahwa nilai perusahaan adalah nilai asetnya. Metode ini adalah metode sederhana yang melihat bahwa nilai perusahaan adalah apa yang tercantum dalam neraca. Metode rugi laba mengukur nilai perusahaan didasarkan atas laporan rugi laba. Nilai perusahaan dapat ditentukan dengan penjualan, laba atau indicator yang lain. Pendekatan yang lain adalah pendekatan *goodwill*. Nilai perusahaan merupakan fungsi dari arus kas masa depan dan tingkat kembalian. Brigham (2006) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai nilai yang diberikan pasar keuangan kepada majajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh. Nilai ini ditentukan oleh persepsi pasar terhadap kesinambungan kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh nilai pasar saham yang beredar. Untuk kepentingan studi ini, batasan nilai perusahaan mengikuti Brigham (1999) yakni nilai yang diberikan oleh pasar terhadap kinerja perusahaan. Nilai tersebut mengindikasikan keinginan keyakinan pasar terhadap nilai intrinsic perusahaan. Apresiasi pasar diindikasikan dengan member

harga saham terhadap di atas nilai buku, dan depresiasi pasar ditunjukkan dengan harga saham di bawah nilai buku. Jika pasar member nilai yang lebih, berarti menunjukkan pasar menganggap perusahaan memiliki prospek yang baik.

3.2 Studi Pendahuluan Yang Telah Dilaksanakan Dan Hasil yang Telah Dicapai

Penelitian yang Qomariah dan Cahyono (2015) dengan judul” Peningkatan Nilai Perusahaan Berbasis Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan Struktur Modal (Studi Pada Saham LQ 45 Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)” yang hasilnya adalah bahwa tanggung jawab social perusahaan dan struktur modal dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saham LQ 45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian Suwarno, Puspito dan Qomariah (2016) dengan judul “Studi Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Peluang Pertumbuhan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi Indonesia” dan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa profitabilitas dapat meningkatkan nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan dan peluang pertumbuhan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Susilowati (2008) dengan judul penelitiannya: “ Corporate Social Responsibility dan Orientasi Pasar Peranannya Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis” menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan tanggung jawa sosial perusahaan terhadap kinerja bisnis. Siallagan dan Machfoedz (2006) menyatakan bahwa tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan kinerja pasar perusahaan. Rendahnya kualitas laba akan dapat membuat kesalahan pembuatan keputusan para pemakainya seperti investor dan kreditor, sehingga kinerja pasar perusahaan akan berkurang.

BAB 4

METODE PENELITIAN

4.1 Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini akan dianalisis pengaruh variabel-variabel tata kelola perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan, ukuran perusahaan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan. Untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel tata kelola perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan, intelektual capital terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan secara individual digunakan uji t, dan untuk mengetahui pengaruh secara serempak digunakan uji F.

4.2 Populasi Penelitian, Sample dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu (Ghozali, 2006). Populasi adalah semua obyek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang akan diteliti. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sector makanan dan minuman yang tersertifikasi halal listed di BEI pada tahun 2013-2016.

4.3 Identifikasi Variabel

Variabel dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi 3 yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat dan variabel intervening. Variabel bebasnya terdiri dari tata kelola perusahaan (X1) dan tanggung jawab sosial perusahaan (X2) dan *intellectual capital* (X3) variabel terikatnya (*dependen*) yaitu nilai perusahaan, sedangkan variabel intervening adalah profitabilitas.

4.4 Definisi Operasional Variabel

4.4.1 Tata Kelola Perusahaan

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah tata kelola perusahaan. Tata kelola perusahaan sebagai sistem yang dipergunakan untuk mengarahkan dan mengelola kegiatan perusahaan. Mekanisme tatakelola korporasi merupakan suatu system yang mampu mengendalikan dan mengarahkan kegiatan operasional perusahaan serta pihak-pihak yang terlibat didalamnya, sehingga dapat digunakan untuk menekan terjadinya masalah keagenan (Boediono, 2005).

4.4.2 Tanggung Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan dalam penelitian ini, diukur dengan menggunakan Corporate Social Responsibility Disclosure Indexs (CSRDI) berdasarkan indikator Global Reporting Inisiatives (GRI). Indikator Global Reporting Inisiatives (GRI) terdiri dari 3 fokus

pengungkapan yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial sebagai dasar sustainability reporting. Indikator Global Reporting Inisiatives (GRI) dipilih karena merupakan aturan internasional yang telah diakui oleh perusahaan di dunia. Pengukuran Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI) menggunakan content analysis dalam mengukur variasi dari CSRDI, content analysis adalah salah satu metode pengukuran CSRDI yang sudah banyak digunakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya.

4.4.3 Intellectual Capital

Modal intelektual yang dimaksud dalam penelitian ini adalah modal intelektual yang diukur berdasarkan pengukuran dari model value added yang diprosikan dari physical capital (VACA), human capital (VAHU), dan structural capital (STVA). Kombinasi dari ketiga value added tersebut disimbolkan dengan nama VAICTM yang dikembangkan oleh Pulic (2000). Formulasi dari perhitungan VAICTM adalah sebagai berikut, yaitu: VAICTM mengindikasikan kemampuan intelektual organisasi yang merupakan penjumlahan dari VACA, VAHU dan STVA.

4.4.4 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan (profit) pada periode tertentu. Gray dkk (2001) menggunakan net earning before interest and tax, Sembiring (2003) menggunakan proksi earning per share. Hossain dkk (2006) menggunakan proksi net profit margin dan rate of return on assets. Dalam penelitian ini probabilitas akan menggunakan proksi return on equity (ROE) seperti penelitian yang dilakukan Hakston dan Milne (1996). Return on equity (ROE) dikarenakan merupakan alat yang dapat menggambarkan kemampuan profitabilitas perusahaan.

4.4.5 Nilai Perusahaan

Variabel endogen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai nilai yang diberikan pasar pada perusahaan. Nilai ini merupakan deskripsi keyakinan pasar terhadap kinerja perusahaan. Nilai perusahaan dibentuk melalui nilai pasar saham yang sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Pengeluaran investasi memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang. Nilai perusahaan dapat diprosikan dengan price to book value (PBV) (Husnan, 2000).

4.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia, data diperoleh di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan laporan tahunan periode 1 Januari 2013 sampai dengan 31 Desember 2016.

4.6 Metode Analisis Data

4.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai rata-rata dari variabel yang digunakan dalam penelitian. Nilai rata-rata dari variabel tata kelola perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan, intellectual capital, dan profitabilitas serta nilai perusahaan.

4.6.2 Uji Regresi Secara Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2006) untuk mengukur pengaruh secara bersama-sama simultan) antara tata kelola perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dapat dilakukan uji F.

4.6.4 Uji Regresi Secara Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2006) untuk mengukur pengaruh secara individual variabel tata kelola perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas nilai perusahaan dapat dilakukan uji t.

4.6.5 Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Untuk mengetahui sumbangan variabel struktur modal dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan secara bersama-sama digunakan analisis determinasi berganda. Koefisien determinasi berganda menggunakan notasi R^2 .

BAB 5

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian

5.1.1 Statistik Deskriptif

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Tata Kelola Perusahaan (X_1), Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (X_2), *Intellectual Capital* (X_3), Profitabilitas (Z) dan Nilai Perusahaan (Y). Berikut ini disajikan statistik deskriptif untuk masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 5.1 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation
GCG	0,000	4,000	2,750	0,892
CSR	0,090	0,577	0,243	0,130
IC	3,768	20,369	10,290	4,849
PROFITABILITAS	-4,743	28,991	14,654	7,410
NILAI PERUSAHAAN	0,169	8,986	3,548	2,448

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 5.1 dapat dilihat bahwa Tata Kelola Perusahaan (X_1) yang diukur dengan proksi jumlah komite audit memiliki nilai minimum sebesar 0 orang (tidak ada komite audit) yaitu pada PT. Tri Banyan Tirta Tbk (ALTO) tahun 2013 dan 2014, sedangkan nilai maksimum sebesar 4 orang yaitu pada PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk. (AISA) tahun 2014-2016. Komite audit dalam Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia dinyatakan bertugas untuk membantu dewan komisaris dengan memberikan pendapat profesional yang independen untuk meningkatkan kualitas kerja serta mengurangi penyimpangan pengelolaan perusahaan

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (X_2) memiliki rata-rata sebesar 0,243. Tanggug Jawab Sosial Perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 0,090 yaitu merupakan Tanggug Jawab Sosial Perusahaan pada PT. Tri Banyan Tirta Tbk (ALTO) tahun 2013 dan 2014, sedangkan nilai maksimum sebesar 0,577 merupakan Tanggug Jawab Sosial Perusahaan pada PT. *Indofood* Sukses Makmur Tbk. (INDF) tahun 2016. Semakin besar *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) perusahaan memberikan gambaran semakin besar tanggung jawab sosial perusahaan.

Intellectual Capital (X_3) memiliki rata-rata sebesar 0,043%. *Intellectual Capital* memiliki nilai minimum sebesar 3,768 yaitu merupakan *Intellectual Capital* pada PT. *Sekar Laut* Tbk. (SKLT) tahun 2016, sedangkan nilai maksimum sebesar 20,369 merupakan *Intellectual Capital* pada PT. *Mayora Indah* Tbk. (MYOR) tahun 2015. Semakin besar

pengungkapan *Intellectual Capital* dalam laporan keuangan dapat memberikan gambaran perusahaan dalam mencapai keunggulan kompetitif.

Profitabilitas (Z) yang diukur dengan proksi *Return on Equity* (ROE) memiliki rata-rata sebesar 14,65%. Profitabilitas memiliki nilai minimum sebesar -4,74% yaitu merupakan Profitabilitas pada PT. Tri Banyan Tirta Tbk (ALTO) tahun 2015, sedangkan nilai maksimum sebesar 28,99% merupakan Profitabilitas pada PT. Sekar Bumi Tbk. (SKBM) tahun 2013. Semakin tinggi *Return on Equity* (ROE) maka semakin baik profitabilitas perusahaan, yang artinya semakin baik kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan menggunakan modal sendiri dan menghasilkan laba bersih yang tersedia bagi pemilik atau investor.

Nilai Perusahaan (Y) yang diukur dengan *Price to Book Value* (PV) memiliki rata-rata sebesar 3,548 kali. Nilai Perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 0,169 kali yaitu merupakan Nilai Perusahaan pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. (INDF) tahun 2013, sedangkan nilai maksimum sebesar 8,986 kali merupakan Nilai Perusahaan pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. (ROTI) tahun 2014. *Price to Book Value* (PBV) merupakan salah satu indikator utama untuk melihat apakah suatu saham mahal atau tidak. Saham perusahaan yang memiliki rasio PBV yang besar bisa dikatakan memiliki valuasi yang tinggi (*overvalue*) sedangkan saham perusahaan yang memiliki PBV dibawah 1 memiliki valuasi yang rendah (*undervalue*).

5.1.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti terjadi interkorelasi antar variabel bebas yang menunjukkan adanya lebih dari satu hubungan linier yang signifikan. Apabila koefisien korelasi variabel yang bersangkutan nilainya terletak diluar batas-batas penerimaan (*critical value*) maka koefisien korelasi bermakna dan terjadi multikolinearitas. Apabila koefisien korelasi terletak di dalam batas-batas penerimaan maka koefisien korelasinya tidak bermakna dan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 5.2 Collinearity Statistic

Pengujian	Variabel	VIF	Keterangan
PROFITABILITAS	GCG	1,307	Non Multikolinieritas
	CSR	1,084	Non Multikolinieritas
	IC	1,270	Non Multikolinieritas
NILAI_PERUSAHAAN	GCG	1,388	Non Multikolinieritas
	CSR	1,084	Non Multikolinieritas
	IC	1,408	Non Multikolinieritas
	PROFITABILITAS	1,317	Non Multikolinieritas

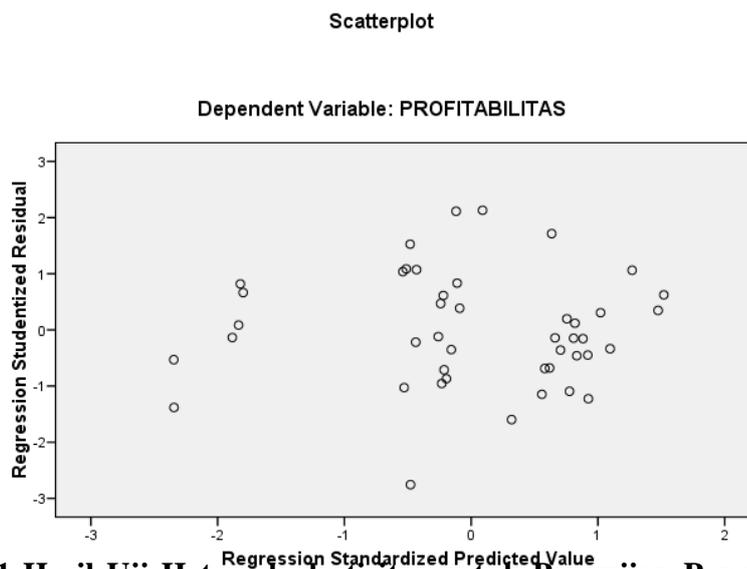
Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan hasil analisis *Collinearity Statistic* dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas, karena didapat nilai VIF < 10, artinya tidak terjadi hubungan linier antara variabel bebas yang digunakan dalam model regresi.

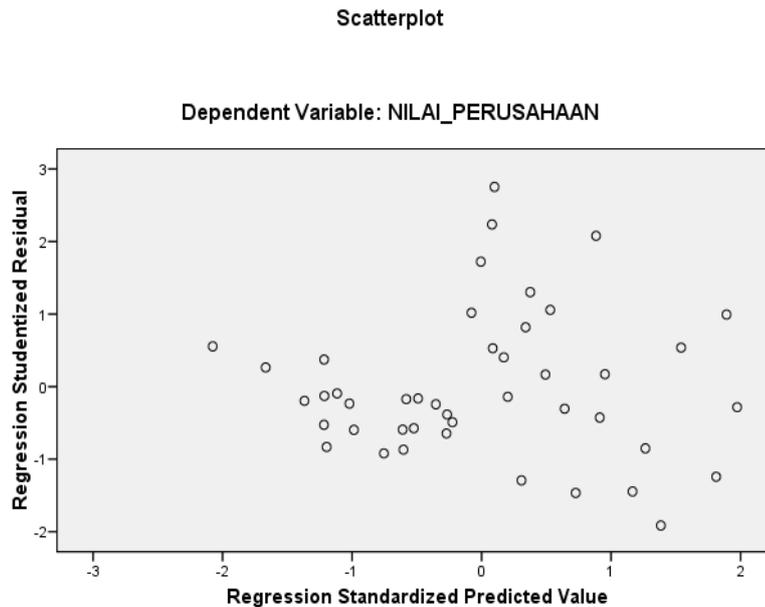
b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dengan ZPRED. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 5.1 dan 5.2.

Berdasarkan grafik *scatterplot* sebagaimana dapat dilihat pada Gambar 5.1 dan 5.2 bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sehingga dapat dinyatakan bahwa model regresi yang diperoleh baik persamaan I maupun II telah memenuhi asumsi heteroskedastisitas.



Gambar 5.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas untuk Pengujian Pengaruh Pengaruh GCG, CSR, dan *Intellectual Capital* terhadap Profitabilitas



Gambar 5.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas untuk Pengujian Pengaruh GCG, CSR, dan *Intellectual Capital*, Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

c. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi dilakukan untuk menguji asumsi bahwa data haruslah bersifat bebas dalam pengertian bahwa data pada periode sebelumnya ataupun pada periode sesudahnya. Menurut Santoso (2012) pengujian autokorelasi dilakukan untuk mendeteksi apakah terjadi korelasi diantara anggota serangkaian data penelitian yang diruntut waktu (*time series*) atau menurut ruang (*cross section*).

Pengujian autokorelasi dilakukan dengan pengujian uji statistik Durbin Watson, dimana besarnya nilai statistik Durbin Watson dilambangkan dengan d atau DW. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai Durbin-Watson *test* dengan tabel uji Durbin-Watson. Nilai Durbin-Watson tabel untuk $n = 44$ dan $k = 2$ pada *level of significant 5%* didapatkan nilai d_L sebesar 1,391 dan nilai d_U sebesar 1,600. Sedangkan nilai Durbin-Watson tabel untuk $n = 44$ dan $k = 3$ pada *level of significant 5%* didapatkan nilai d_L sebesar 1,338 dan nilai d_U sebesar 1,659.

Adapun hasil pengujian yang dapat dilihat pada Lampiran 3 pada pengujian I didapat nilai DW sebesar 1,802 yang berarti terletak diantara $d_U < d < 4 - d_U$ ($1,600 < 1,802 < 2,400$).

Pengujian II memperoleh nilai DW sebesar 1,714 yang berarti terletak diantara $d_U < d < 4 - d_U$ ($1,659 < 1,714 < 2,341$). Hal ini berarti model regresi baik persamaan I dan II tidak terdapat masalah autokorelasi.

d. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas data yang diuji dapat ditentukan dengan *One Sample Kolmogorov Smirnov Test* (Santoso, 2012).

Tabel 5.3 Hasil Uji Normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov Test*

Pengujian	Nilai <i>Kolmogorov Smirnov</i>	Sig	Keterangan
PROFITABILITAS	0,599	0,866	Berdistribusi Normal
NILAI_PERUSAHAAN	0,987	0,284	Berdistribusi Normal

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan hasil pengujian normalitas data sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 5.3, dapat dinyatakan bahwa nilai *unstandardized residual* yang diperoleh dari analisis regresi memiliki angka signifikansi lebih besar dari 0,05. Sehingga, model regresi layak dipakai karena telah memenuhi asumsi normalitas.

5.1.3 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Pengujian analisis jalur dengan pendekatan regresi linear berganda berguna untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang terdiri dari Tata Kelola Perusahaan (X_1), Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (X_2), dan *Intellectual Capital* (X_3) terhadap variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan (Y) dengan Profitabilitas (Z) sebagai variabel *intervening*. Berdasarkan pengujian diperoleh hasil yang dapat disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 5.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel Independen	Variabel Dependen	Koef. Regresi	t_{hitung}	Sig.
PROFITABILITAS	Konstanta	3,845	1,079	0,287
	GCG	2,059	1,575	0,123 ^{TS}
	CSR	0,186	0,023	0,982 ^{TS}
	IC	0,496	2,090	0,043 ^{**}
NILAI_PERUSAHAAN	Konstanta	0,746	0,680	0,500
	GCG	-0,132	-0,322	0,749 ^{TS}
	CSR	-2,614	-1,056	0,297 ^{TS}
	IC	0,173	2,287	0,028 ^{**}
	PROFITABILITAS	0,138	2,869	0,007 ^{**}

Berdasarkan Tabel 5.4, diperoleh persamaan regresi yang pertama sebagai berikut:

$$\text{PROFITABILITAS} = 3,845 + 2,059 \text{ GCG} + 0,186 \text{ CSR} + 0,496 \text{ IC}$$

Adapun interpretasi dari persamaan tersebut adalah:

1. Konstanta sebesar 3,845, menunjukkan besarnya Profitabilitas pada saat Tata Kelola Perusahaan (X_1), Tanggug Jawab Sosial Perusahaan (X_2), dan *Intellectual Capital* (X_3) sama dengan nol yaitu sebesar 3,845%.
2. $b_1 = 2,059$, artinya apabila variabel Tanggug Jawab Sosial Perusahaan (X_2) dan *Intellectual Capital* (X_3) sama dengan nol, maka meningkatnya variabel Tata Kelola Perusahaan (X_1) sebesar 1 orang akan meningkatkan Profitabilitas sebesar 2,059%.
3. $b_2 = 0,186$, artinya apabila variabel Tata Kelola Perusahaan (X_1) dan *Intellectual Capital* (X_3) sama dengan nol, maka meningkatnya variabel Tanggug Jawab Sosial Perusahaan (X_2) sebesar 1 satuan akan meningkatnya Profitabilitas sebesar 0,186%.
4. $b_3 = 0,496$, artinya apabila variabel Tata Kelola Perusahaan (X_1) dan Tanggug Jawab Sosial Perusahaan (X_2) sama dengan nol, maka meningkatnya variabel *Intellectual Capital* (X_3) sebesar 1 satuan akan meningkatkan Profitabilitas sebesar 0,496%.

Persamaan regresi yang kedua sebagai berikut:

$$\text{Nilai_Perusahaan} = 0,746 - 0,132 \text{ GCG} - 2,614 \text{ CSR} + 0,173 \text{ IC} + 0,138 \text{ Profitabilitas}$$

Adapun interpretasi dari persamaan tersebut adalah:

1. Konstanta sebesar 0,746, menunjukkan besarnya Nilai Perusahaan pada saat Tata Kelola Perusahaan (X_1), Tanggug Jawab Sosial Perusahaan (X_2), dan *Intellectual Capital* (X_3), dan Profitabilitas (Z) sama dengan nol yaitu sebesar 0,746.
2. $b_1 = - 0,132$, artinya apabila variabel Tanggug Jawab Sosial Perusahaan (X_2) *Intellectual Capital* (X_3), dan Profitabilitas (Z) sama dengan nol, maka meningkatnya variabel Tata Kelola Perusahaan (X_1) sebesar 1 orang akan menurunkan Nilai Perusahaan sebesar 0,132 kali.
3. $b_2 = - 2,614$, artinya apabila variabel Tata Kelola Perusahaan (X_1), *Intellectual Capital* (X_3), dan Profitabilitas (Z) sama dengan nol, maka meningkatnya variabel Tanggug Jawab Sosial Perusahaan (X_2) sebesar 1 satuan akan menurunkan Nilai Perusahaan sebesar 2,614 kali.
4. $b_3 = 0,173$, artinya apabila variabel Tata Kelola Perusahaan (X_1), Tanggug Jawab Sosial Perusahaan (X_2), dan Profitabilitas (Z) sama dengan nol, maka meningkatnya variabel *Intellectual Capital* (X_3) sebesar 1 satuan akan meningkatkan Nilai Perusahaan sebesar 0,173 kali.
5. $b_4 = 0,138$, artinya apabila variabel Tata Kelola Perusahaan (X_1), Tanggug Jawab Sosial

Perusahaan (X_2), dan *Intellectual Capital* (X_3) sama dengan nol, maka meningkatnya variabel Profitabilitas (Z) sebesar 1% satuan akan meningkatkan Nilai Perusahaan sebesar 0,138 kali.

5.1.4 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji kemampuan seluruh variabel independen secara bersama-sama dalam menjelaskan perilaku variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$).

Tabel 5.5 Hasil Uji F

Variabel Independen	Variabel Dependen	R ²	F _{hitung}	Sig.
PROFITABILITAS	Konstanta	0,240	4,221	0,011**
	GCG			
	CSR			
	IC			
NILAI_PERUSAHAAN	Konstanta	0,376	5,872	0,001*
	GCG			
	CSR			
	IC			
	PROFITABILITAS			

Berdasarkan Tabel 5.5 dapat dilihat bahwa untuk pengujian terhadap profitabilitas diperoleh F_{hitung} sebesar 4,221 dan nilai signifikansi sebesar 0,011. Karena diperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil 0,05, maka model secara bersama-sama Tata Kelola Perusahaan, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, dan *Intellectual Capital* berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas.

Pengujian kedua, pengujian terhadap nilai perusahaan diperoleh F_{hitung} sebesar 5,872 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Karena diperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil 0,05, maka model secara bersama-sama Tata Kelola Perusahaan, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, *Intellectual Capital*, dan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

5.1.5 Analisis Koefisien Determinasi Berganda (R²)

Nilai koefisien determinasi berganda (R²) dimaksudkan untuk mengetahui besarnya sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi terletak antara 0 dan 1. Apabila R *square* atau R² = 1, maka garis regresi dari model tersebut memberikan sumbangan sebesar 100% terhadap perubahan variabel terikat. Apabila R² = 0, maka model tersebut tidak bisa mempengaruhi atau tidak bisa memberikan sumbangan

terhadap perubahan variabel terikat. Kecocokan model akan semakin lebih baik apabila mendekati satu.

Berdasarkan hasil analisis yang bisa dilihat pada Tabel 5.5, untuk pengujian terhadap profitabilitas diperoleh hasil koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,240. Hal ini berarti 24,0% variasi perubahan Profitabilitas dipengaruhi oleh variabel Tata Kelola Perusahaan, Tanggug Jawab Sosial Perusahaan, dan *Intellectual Capital* sedangkan sisanya sebesar 76,0% disebabkan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam persamaan regresi yang dibuat.

Untuk pengujian terhadap nilai perusahaan diperoleh hasil koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,376. Hal ini berarti 37,6% variasi perubahan Nilai Perusahaan dipengaruhi oleh variabel Tata Kelola Perusahaan, Tanggug Jawab Sosial Perusahaan, dan *Intellectual Capital*, dan Profitabilitas sedangkan sisanya sebesar 62,4% disebabkan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam persamaan regresi yang dibuat.

5.1.6 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t ini dilakukan untuk melihat pengaruh antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dan apakah pengaruh tersebut signifikan atau tidak. Pengujian dilakukan untuk mengetahui pengaruh Tata Kelola Perusahaan (X_1), Tanggug Jawab Sosial Perusahaan (X_2), dan *Intellectual Capital* (X_3) secara parsial terhadap variabel Profitabilitas (Z), serta pengaruh Tata Kelola Perusahaan (X_1), Tanggug Jawab Sosial Perusahaan (X_2), *Intellectual Capital* (X_3), dan Profitabilitas (Z) secara parsial terhadap variabel Nilai Perusahaan (Y).

Pengambilan keputusan dalam uji t ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai probabilitas dengan besarnya nilai alpha (α). H_0 ditolak jika nilai probabilitas lebih kecil dari nilai α (0,05).

Berdasarkan Tabel 5.4 terlihat bahwa untuk pengujian terhadap Profitabilitas nilai probabilitas *Intellectual Capital* (X_3) lebih kecil daripada probabilitas yang disyaratkan (5%). Dari hasil uji t ditunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan *Intellectual Capital* secara parsial terhadap Profitabilitas. Untuk pengujian terhadap Nilai Perusahaan, nilai probabilitas *Intellectual Capital* (X_3) dan Profitabilitas (Z) lebih kecil daripada probabilitas yang disyaratkan (5%). Dari hasil uji t ditunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan *Intellectual Capital* dan Profitabilitas secara parsial terhadap Nilai Perusahaan.

Analisis lebih lanjut terhadap hasil estimasi regresi sebagaimana dikemukakan sebelumnya akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Tata Kelola Perusahaan (X_1) terhadap Profitabilitas (Z)

Berdasarkan Tabel 5.4 variabel Tata Kelola Perusahaan (X_1) mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Profitabilitas, nilai koefisien beta sebesar 2,059 dan didapat nilai t hitung sebesar 1,575 dimana nilai signifikansi (P) $>$ 0,05 yaitu 0,123. Secara statistik nilai koefisien beta positif menunjukkan adanya pengaruh yang searah yang berarti semakin besar nilai Tata Kelola Perusahaan semakin besar Profitabilitas. Sehingga tidak ditemukan bukti secara statistik signifikan bahwa besarnya Tata Kelola Perusahaan berpengaruh terhadap Profitabilitas (H_1 ditolak).

2. Pengaruh Tanggug Jawab Sosial Perusahaan (X_2) terhadap Profitabilitas (Z)

Berdasarkan Tabel 5.4 variabel Tanggug Jawab Sosial Perusahaan (X_2) mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Profitabilitas, nilai koefisien beta sebesar 0,186 dan didapat nilai t hitung sebesar 0,023 dimana nilai signifikansi (P) $>$ 0,05 yaitu 0,982. Secara statistik nilai koefisien beta positif menunjukkan adanya pengaruh yang searah yang berarti semakin besar Tanggug Jawab Sosial Perusahaan semakin besar Profitabilitas. Sehingga tidak ditemukan bukti secara statistik signifikan bahwa besarnya Tanggug Jawab Sosial Perusahaan berpengaruh terhadap Profitabilitas (H_2 ditolak).

3. Pengaruh *Intellectual Capital* (X_3) terhadap Profitabilitas (Z)

Berdasarkan Tabel 5.4 variabel *Intellectual Capital* (X_3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas, nilai koefisien beta sebesar 0,496 dan didapat nilai t hitung sebesar 2,090 dimana nilai signifikansi (P) $<$ 0,05 yaitu 0,043. Secara statistik nilai koefisien beta positif menunjukkan adanya pengaruh searah yang berarti semakin besar *Intellectual Capital* semakin besar Profitabilitas. Sehingga ditemukan bukti secara statistik signifikan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap Profitabilitas (H_3 diterima).

4. Pengaruh Tata Kelola Perusahaan (X_1) terhadap Nilai Perusahaan (Y)

Berdasarkan Tabel 5.4 variabel Tata Kelola Perusahaan (X_1) mempunyai pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, nilai koefisien beta sebesar -0,132 dan didapat nilai t hitung sebesar -0,322 dimana nilai signifikansi (P) $>$ 0,05 yaitu 0,749. Secara statistik nilai koefisien beta negatif menunjukkan adanya pengaruh yang berlawanan arah yang berarti semakin besar nilai Tata Kelola Perusahaan semakin kecil Nilai Perusahaan. Sehingga tidak ditemukan bukti secara statistik signifikan bahwa besarnya tingkat Tata Kelola Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (H_4 ditolak).

5. Pengaruh Tanggug Jawab Sosial Perusahaan (X_2) terhadap Nilai Perusahaan (Y)

Berdasarkan Tabel 5.4 variabel Tanggug Jawab Sosial Perusahaan (X_2) mempunyai pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, nilai koefisien beta sebesar -2,614 dan didapat nilai t hitung sebesar -1,056 dimana nilai signifikansi (P) > 0,05 yaitu 0,297. Secara statistik nilai koefisien beta negatif menunjukkan adanya pengaruh yang berlawanan arah yang berarti semakin besar Tanggug Jawab Sosial Perusahaan semakin kecil Nilai Perusahaan. Sehingga tidak ditemukan bukti secara statistik signifikan bahwa besarnya Tanggug Jawab Sosial Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (H_5 ditolak).

6. Pengaruh *Intellectual Capital* (X_3) terhadap Nilai Perusahaan (Y)

Berdasarkan Tabel 5.4 variabel *Intellectual Capital* (X_3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, nilai koefisien beta sebesar 0,173 dan didapat nilai t hitung sebesar 2,287 dimana nilai signifikansi (P) < 0,05 yaitu 0,028. Secara statistik nilai koefisien beta positif menunjukkan adanya pengaruh searah yang berarti semakin besar *Intellectual Capital* semakin besar Nilai Perusahaan. Sehingga ditemukan bukti secara statistik signifikan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (H_6 diterima).

7. Pengaruh Profitabilitas (Z) terhadap Nilai Perusahaan (Y)

Berdasarkan Tabel 5.4 variabel Profitabilitas (Z) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, nilai koefisien beta sebesar 0,138 dan didapat nilai t hitung sebesar 2,869 dimana nilai signifikansi (P) < 0,05 yaitu 0,007. Secara statistik nilai koefisien beta positif menunjukkan adanya pengaruh searah yang berarti semakin besar Profitabilitas semakin besar Nilai Perusahaan. Sehingga ditemukan bukti secara statistik signifikan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (H_6 diterima).

5.2 Pembahasan

Setelah dilakukan pengujian statistik secara parsial (individu) dengan menggunakan uji t, maka analisis lebih lanjut dari hasil analisis regresi adalah:

5.2.1 Pengaruh Tata Kelola Perusahaan terhadap Profitabilitas

Hasil uji regresi menunjukkan variabel Tata Kelola Perusahaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Profitabilitas dengan koefisien regresi sebesar 2,059. Hal ini berarti semakin besar Tata Kelola Perusahaan, maka Profitabilitas juga semakin besar. Diperolehnya hasil yang tidak signifikan pengaruh Tata Kelola Perusahaan terhadap Profitabilitas disebabkan tinggi atau rendahnya jumlah komite audit sebagai proksi dari Tata Kelola Perusahaan dalam suatu perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Jumlah komite audit tidak dapat menjamin keefektifan kinerja komite audit

dalam melakukan pengawasan terhadap profitabilitas perusahaan. Pembentukan dari komite audit dalam suatu perusahaan hanya atas dasar untuk pemenuhan regulasi yang mensyaratkan bahwa perusahaan harus membentuk komite audit.

5.2.2 Pengaruh Tanggug Jawab Sosial Perusahaan terhadap Profitabilitas

Hasil uji regresi menunjukkan variabel Tanggug Jawab Sosial Perusahaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Profitabilitas dengan koefisien regresi sebesar 0,186. Hal ini berarti semakin besar Tanggug Jawab Sosial Perusahaan, maka Profitabilitas juga semakin besar. Pengaruh yang tidak signifikan Tanggug Jawab Sosial Perusahaan terhadap Profitabilitas disebabkan bahwa belum banyak perusahaan yang mengembangkan program CSR secara berkelanjutan. Hal ini dapat dilihat dari jumlah perusahaan yang memiliki struktur organisasi dan SDM yang mengelola CSR. Sehingga tak jarang program-program CSR lebih banyak yang jangka pendek dan tidak meminimalkan risiko operasi perusahaan, tetapi lebih banyak pada charity dan pencitraan 'secuil' kegiatan santunan atau bakti sosial. Pencitraan memang perlu dilakukan oleh perusahaan, dan telah menjadi bagian strategi bisnis. Namun pencitraan saja belum menjamin keberlanjutan bisnis. Selain itu, masih kurangnya tingkat kepedulian masyarakat dalam menilai program CSR. Artinya, sekalipun pengusaha telah melakukan kepedulian terhadap lingkungannya, tetapi bilamana masyarakat konsumen sebagai pemakai produk perusahaan tidak memiliki kepedulian terhadap lingkungannya, maka usaha tersebut tidak akan mempunyai dampak yang positif terhadap kinerja keuangan (profitabilitas) perusahaan.

5.2.3 Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Profitabilitas

Hasil uji regresi menunjukkan variabel *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas dengan koefisien regresi sebesar 0,496. Hal ini berarti semakin besar *Intellectual Capital* yang ditunjukkan melalui *Return on Equity* yang dimiliki perusahaan, maka Profitabilitas juga semakin besar. Modal yang digunakan merupakan nilai aset yang berkontribusi pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan pendapatan. Sehingga apabila modal yang digunakan suatu perusahaan dalam jumlah yang relatif besar maka mengakibatkan total aset perusahaan tersebut juga relatif besar. Sehingga pendapatan perusahaan pun akan meningkat pula. Hal ini dapat meningkatkan laba atas sejumlah ekuitas yang dimiliki perusahaan yang diukur dengan ROE. Perusahaan telah berhasil meningkatkan produktivitas aset yang ada didalamnya, dimana total aset tersebut merupakan bagian dari *intellectual capital* yang merupakan *intangible asset* yang memiliki peran penting dalam

kemajuan kinerja perusahaan. Jika semakin baik perusahaan mengelola komponen *intellectual capital*, menunjukkan semakin baik perusahaan mengelola aset. Bila perusahaan mampu mengelola aset dengan baik dan dapat menekan biaya operasional maka dapat meningkatkan nilai tambah dari hasil kemampuan intelektual perusahaan.

5.2.4 Pengaruh Tata Kelola Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji regresi menunjukkan variabel Tata Kelola Perusahaan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan koefisien regresi sebesar -0,132. Hal ini berarti semakin besar Tata Kelola Perusahaan, maka Nilai Perusahaan semakin kecil. Adanya jumlah komite audit sebagai proksi dari Tata Kelola Perusahaan yang kurang signifikan dapat menurunkan nilai perusahaan. Hal ini dimungkinkan karena komite audit yang terdapat dalam perusahaan sampel juga merupakan anggota dari komisaris independen. Karena keterbatasan jumlah komite audit inilah maka komite audit belum mampu menjalankan perannya dalam mengawasi proses pelaporan keuangan perusahaan yang bertujuan mewujudkan laporan keuangan yang disusun melalui proses pemeriksaan dengan integritas dan objektivitas dari auditor, sehingga dapat menurunkan nilai perusahaan.

Pengaruh Tata Kelola Perusahaan yang tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan bisa disebabkan oleh praktek *Good Corporate Governance* (GCG) yang masih belum diterapkan secara penuh sesuai dengan prinsip-prinsip GCG atau hanya untuk formalitas saja sebagai pemenuhan kewajiban perusahaan pada peraturan yang ditetapkan pemerintah. Sehingga investor pun menganggap praktek GCG bukanlah faktor yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengapresiasi nilai perusahaan.

5.2.5 Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji regresi menunjukkan variabel Tanggung Jawab Sosial Perusahaan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan koefisien regresi sebesar -2,614. Hal ini berarti semakin besar Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, maka Nilai Perusahaan semakin kecil. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak melakukan pengkomunikasian tanggung jawab sosial secara tepat sehingga belum ditangkap sebagai sesuatu yang perlu diperhatikan oleh pihak-pihak yang berkepentingan (*shareholder*). Arah hubungan yang negatif, memberikan gambaran bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan CSR akan membuat nilai perusahaan turun. Hal ini disebabkan oleh adanya peningkatan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, sehingga laba perusahaan turun dan direspon negatif oleh *shareholder*. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Nurlala dan Islahuddin (2008) serta Tjia dan Setiawati (2012) bahwa pengungkapan *Corporate Social*

Responsibility tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan kualitas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* rendah dan tidak mengikuti standar GRI.

5.2.6 Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji regresi menunjukkan variabel *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan koefisien regresi sebesar 0,173. Hal ini berarti semakin besar *Intellectual Capital* perusahaan, maka Nilai Perusahaan juga semakin besar. *Intellectual capital* terkait dengan keunggulan kompetitif, keunggulan kompetitif ini dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan seiring dengan meningkatnya kinerja *intellectual capital* yang dimiliki perusahaan. Modal intelektual (*intellectual capital*) dapat dikatakan baik jika perusahaan dapat mengembangkan kemampuan dalam memotivasi karyawannya agar dapat berinovasi dan dapat meningkatkan produktivitasnya, serta memiliki sistem dan struktur yang dapat mendukung perusahaan dalam mempertahankan bahkan meningkatkan profitabilitas dan nilai perusahaan.

Resource-Based Theory mengatakan perusahaan yang memiliki, menguasai dan memanfaatkan aset-aset strategis seperti modal intelektual yang baik akan unggul dalam persaingan usaha, dapat meningkatkan apresiasi pasar, dan mendapatkan kinerja keuangan yang baik serta membuat *value added* bagi perusahaan. Ulum (2009) melalui penelitiannya meyakini bahwa modal intelektual dapat berperan penting dalam peningkatan nilai perusahaan, sejalan dengan peningkatan tersebut maka investor akan memberikan nilai yang tinggi kepada perusahaan dengan berinvestasi lebih tinggi. *Value Added Intellectual Coeffition* (VAICTM) yang besar berarti bahwa perusahaan lebih banyak mengalokasikan dana yang besar untuk pembiayaan modal intelektual berupa SDM dan beberapa sumberdaya lainnya. Alokasi sumber daya intelektual tersebut dapat dinilai sebagai upaya peningkatan kemampuan perusahaan dalam bersaing. Kondisi demikian dapat menjadi indikasi yang sangat dinilai positif oleh investor dan akan meningkatkan nilai perusahaan.

5.2.7 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji regresi menunjukkan variabel Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan koefisien regresi sebesar 0,138. Hal ini berarti semakin besar Profitabilitas yang ditunjukkan melalui *Return on Equity* yang dimiliki perusahaan, maka Nilai Perusahaan juga semakin besar. Profitabilitas perusahaan adalah salah satu cara untuk menilai secara tepat sejauh mana tingkat pengembalian yang akan didapat dari aktivitas investasinya. Profitabilitas dapat mencerminkan keuntungan dari

investasi keuangan, artinya profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena sumber internal yang semakin besar. Semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan dimasa depan dinilai semakin baik, artinya nilai perusahaan juga akan dinilai semakin baik di mata investor. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat (Husnan, 2001).

Para investor melakukan *overview* suatu perusahaan dengan melihat rasio keuangan sebagai alat evaluasi investasi, karena rasio keuangan mencerminkan tinggi rendahnya nilai perusahaan. Jika investor ingin melihat seberapa besar perusahaan menghasilkan *return* atas investasi yang akan ditanamkan. Investor akan melihat rasio profitabilitas, terutama ROE. Hal ini karena rasio ini mengukur seberapa efektif perusahaan menghasilkan return bagi para investor. Semakin tinggi rasio ini, maka semakin besar nilai profitabilitas perusahaan, yang pada akhirnya dapat menjadi sinyal positif bagi investor dalam melakukan investasi untuk memperoleh return tertentu. Tingkat return yang diperoleh menggambarkan seberapa baik nilai perusahaan di mata investor. Apabila perusahaan berhasil membukukan tingkat keuntungan yang besar, maka hal ini akan memotivasi para investor untuk menanamkan modalnya pada saham, sehingga harga saham dan permintaan akan saham pun akan meningkat. Harga saham yang meningkat tentunya mencerminkan peningkatan nilai perusahaan.

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang telah diungkapkan pada pembahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai jawaban atas pokok permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Tata Kelola Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas.
2. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas.
3. *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas.
4. Tata Kelola Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas.
5. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
6. *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
7. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

6.2 Saran

Dari hasil penelitian ini kiranya peneliti dapat memberikan saran, diantaranya:

1. Hasil penelitian menyatakan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan. *Intellectual Capital* hendaknya menjadi perhatian khusus bagi pihak manajer sehingga dapat mewujudkan keunggulan kompetitif perusahaan. Selain itu, profitabilitas perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Manajemen perusahaan juga harus memperhatikan kinerja keuangannya untuk mampu meningkatkan profitabilitasnya sehingga investor akan berminat menginvestasikan dananya pada perusahaan.
2. Penelitian ini hanya menggunakan sampel pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang tersertifikasi halal *listed* di BEI, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi untuk seluruh perusahaan di Indonesia. Adanya keterbatasan ini, maka bagi penelitian yang akan datang dapat menggunakan sampel perusahaan pada industri lainnya misalnya sektor keuangan, industri dasar dan kimia, pertambangan, dan yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, EF and LC Gapenski. 2006. *Fundamental of financial management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dahlia dan Veronica. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2005 dan 2006). *Jurnal FE UNS.Semarang*.
- Ghozali, Imam. 2006. *Structural equation modeling. Metode alternative dengan partial least squares*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husnan, Suad. 2000. *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan Keputusan Jangka Pendek*. Badan Penerbit UGM : Yogyakarta.
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. Pengaruh Corporate Sosial Responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia). *Jurnal FE UNS.Semarang*.
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. Pengaruh Corporate Sosial Responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia). *Jurnal FE UNS.Semarang*.
- Martono dan Harjito, Agus. 2005. *Manajemen Keuangan Edisi Pertama*. Jakarta: Jala Sutia.
- Mak dan Kusnadi. 2002. Pengaruh Penerapan *Good Corporate Governance*, dan Manajemen laba terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan, *Jurnal Akuntansi Universitas Gunadarma*, 16 Apr 2010, 1-24.
- Mawarni, E. I. 2010. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Universitas Sumatera Utara: Medan*.
- Modigliani, F. and Miller, M.H 1958. The cost of capital, corporation finance and the theory of investment. *American Economic Review*. 47(3):261-297.
- Safrida, Eli.2008.” Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di BEI”, Universitas Sumatera Utara, Tesis, Medan.
- Suhendah. Rousilita. 2012. Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Profitabilitas, Produktivitas, Dan Penilaian Pasar Pada Perusahaan Yang Go Public Di Indonesia Pada Tahun 2005-2007. Laporan Penelitian Universitas Tarumanegara.

- Siallagan, H, dan M. Machfoedz. 2006. Mekanisme Corporate Governance, Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan. *Makalah*, Simposium Nasional Akuntansi IX : 1-23.
- Suwarno, Ade Puspito , Nurul Qomariah. 2016. “Studi Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Peluang Pertumbuhan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi Indonesia”. Prosiding Seminar Nasional FE Unmuh Jember.
- Untung, U. 2010. Pengaruh Implementasi *Good Corporate Governance* Terhadap Return Saham Melalui Profitabilitas dan Likuiditas. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Universitas Gunadarma. Jakarta.