

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai Penguatan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Market Value Added* (MVA) melalui *Intellectual Capital*. Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI periode 2016-2018. Adapun pemilihan sampel ini menggunakan *purposive sampling* yang telah ditetapkan dengan beberapa kriteria. Pada penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah SPSS 20.0.

Tabel 4.1

No	Keterangan	Jumlah
1.	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018	174
2.	Perusahaan manufaktur yang <i>delisting</i> selama periode 2016-2018	(5)
3.	Perusahaan manufaktur yang pindah sektor selama periode 2016-2018	(6)
4.	Perusahaan manufaktur yang IPO dan <i>Relisting</i> selama periode 2016-2018	(24)
5.	Perusahaan manufaktur yang tidak menerbitkan laporan tahunan dan laporan keuangan lengkap secara berturut-turut periode 2016-2018	(6)
6.	Perusahaan manufaktur yang tidak menerbitkan laporan keuangan lengkap dengan menggunakan rupiah periode 2016-2018	(28)
7.	Perusahaan manufaktur yang mengalami kerugian selama periode 2016-2018	(30)

8.	Perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan beban gaji karyawan selama periode 2016-2018	(1)
	Total Sampel	74
	Total Sampel x 3	222

Sumber: Data sekunder diolah, 2020

Dari tabel 4.1 diatas dapat diketahui perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018 berjumlah 174. Perusahaan manufaktur yang *delisting* tahun 2016-2018 berjumlah 5. Perusahaan manufaktur yang pindah sektor tahun 2016-2018 berjumlah 7. Perusahaan manufaktur yang IPO tahun 2016-2018 berjumlah 24. Perusahaan manufaktur yang tidak menerbitkan laporan tahunan dan keuangan lengkap tahun 2016-2018 berjumlah 6. Perusahaan manufaktur yang tidak menerbitkan laporan keuangan dengan menggunakan rupiah berjumlah 28. Perusahaan manufaktur yang mengalami kerugian tahun 2016-2018 berjumlah 30. Perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan beban gaji karyawan tahun 2016-2018 berjumlah 1. Total sampel perusahaan dalam penelitian ini berjumlah 74 dengan periode 3 tahun sehingga total sampel perusahaan adalah 222.

4.1.2 Deskripsi Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini sampel dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan menggunakan kriteria yang telah ditentukan. Sampel dipilih dari perusahaan yang menyediakan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

4.2 Hasil Analisis Data

4.2.1 Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini, statistik deskriptif yang digunakan meliputi nilai minimum, nilai maksimum, mean dan standar deviasi. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), variabel kontrol terdiri dari *leverage* dan *size*, *Intellectual capital* sebagai variabel

moderating dengan variabel dependen *Market Value Added* (MVA). Hasil statistik deskriptif sebagai berikut:

Tabel 4.2
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	222	,022	,363	,14409	,074230
LEV	222	,028	56,197	,86758	4,415712
SIZE	222	18,733	33,474	28,48652	1,794245
IC	222	-,555	895,907	8,52632	60,066481
MVA	222	21,134	33,877	28,23243	2,431681
Valid N (listwise)	222				

Sumber : Hasil Olah Data Melalui SPSS ver. 20, 2020

Berdasarkan tabel 4.2 dijelaskan sebagai berikut :

1. Jumlah pengamatan dalam penelitian ini adalah 222 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dalam periode 3 tahun yaitu tahun 2016-2018. Variabel dependen untuk *Market Value Added* (MVA) diperoleh nilai minimum 21,134 dan nilai maksimum sebesar 33,877. Nilai rata-rata (mean) dalam perusahaan dari 222 responden sebesar 28,23243 dengan standar deviasi sebesar 2,431681
2. Jumlah pengamatan dalam penelitian ini adalah 222 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dalam periode 3 tahun yaitu tahun 2016-2018. Variabel independen untuk Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diperoleh nilai minimum 0,022 dan nilai maksimum sebesar 0,363 . Nilai rata-rata (mean) dalam perusahaan dari 222 responden sebesar 0,14409 dengan standar deviasi sebesar 0,074230.
3. Jumlah pengamatan dalam penelitian ini adalah 222 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dalam periode 3 tahun yaitu tahun 2016-2018. Variabel kontrol untuk *Leverage* diperoleh nilai minimum 0,028 dan nilai maksimum sebesar 56,197. Nilai rata-rata (mean) dalam perusahaan dari 222 responden sebesar 0,86758 dengan standar deviasi sebesar 4,415712.

4. Jumlah pengamatan dalam penelitian ini adalah 222 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dalam periode 3 tahun yaitu tahun 2016-2018. Variabel kontrol untuk *Size* diperoleh nilai minimum 18,733 dan nilai maksimum sebesar 33,474. Nilai rata-rata (mean) dalam perusahaan dari 222 responden sebesar 28,48652 dengan standar deviasi sebesar 1,794245.
5. Jumlah pengamatan dalam penelitian ini adalah 222 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dalam periode 3 tahun yaitu tahun 2016-2018. Variabel *moderating* untuk *Intellectual Capital* diperoleh nilai minimum - 0,555 dan nilai maksimum sebesar 895,907 yang. Nilai rata-rata (mean) dalam perusahaan dari 222 responden sebesar 8,52632 dengan standar deviasi sebesar 60,066481.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.2.1 Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat di tabel berikut ini :

Tabel 4.3

Hasil Uji One –Sample Kolgorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		222
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,68994270
	Absolute	,051
Most Extreme Differences	Positive	,040
	Negative	-,051
Kolmogorov-Smirnov Z		,762
Asymp. Sig. (2-tailed)		,607

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Olah Data Melalui SPSS ver. 20, 2020

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat besarnya nilai K-Z sebesar 0,762 dengan tingkat *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,607. Dari nilai tersebut dapat dilihat bahwa nilai untuk variabel dependen diperoleh Sig ($0,607 > 0,05$), yang berarti bahwa data berdistribusi normal dan model regresi dapat digunakan sebagai pengujian berikutnya.

4.2.2.2 Uji Multikolinieritas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel saling berkorelasi, maka variabel-variabel tidak ortogonal yaitu variabel independen yang nilai korelasi antara sesama variabel independen sama dengan nol. Tol $> 0,010$ dan Variance Inflation Factor (VIF) < 10 .

Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 CSR	,799	1,251
LEV	,947	1,056
SIZE	,762	1,313

a. Dependent Variable: MVA

Sumber : Hasil Olah Data Melalui SPSS ver. 20, 2020

Berdasarkan hasil uji tabel diatas diketahui bahwa nilai Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan hasil perhitungan *tolerance* sebesar 0,789 dan nilai VIF sebesar 1,251. Nilai *Leverage* menunjukkan hasil perhitungan *tolerance* sebesar 0,947 dan nilai VIF sebesar 1,056. Nilai *Size* menunjukkan hasil perhitungan *tolerance* sebesar 0,762 dan nilai VIF sebesar 1,313. Dari hasil diatas diperoleh kesimpulan bahwa seluruh nilai VIF di semua variabel penelitian lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1. Hal ini menunjukkan bahwa tidak

terdapat korelasi antara variabel bebas atau tidak terjadi masalah multikolinieritas diantara variabel independen dalam model regresi.

4.2.2.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Beberapa cara dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi salah satunya adalah Uji *Runs Test*.

Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.5
Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	,15456
Cases < Test Value	111
Cases >= Test Value	111
Total Cases	222
Number of Runs	110
Z	-,269
Asymp. Sig. (2-tailed)	,788

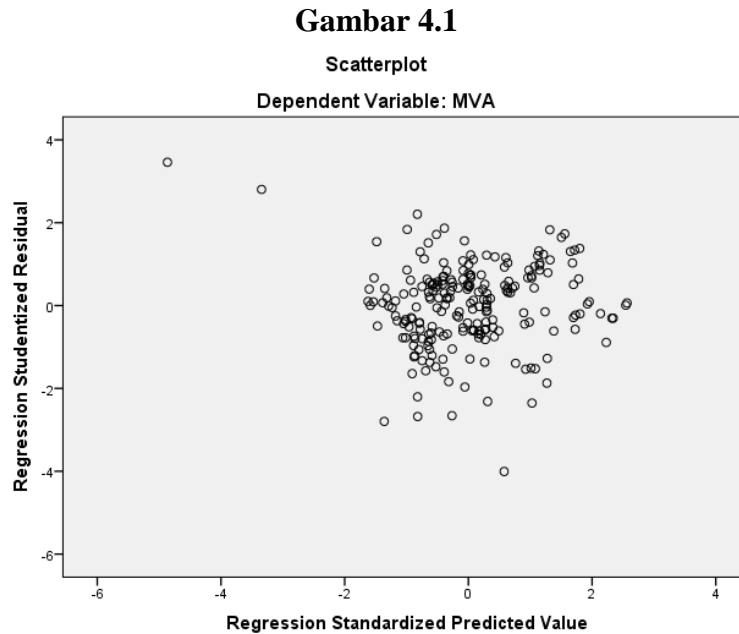
a. Median

Sumber : Hasil Olah Data Melalui SPSS ver. 20, 2020

Dari tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa nilai Asymp.Sig.(2-tailed) sebesar 0,788 yang berarti lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi. Dengan demikian masalah autokorelasi yang tidak dapat terselaikan dengan Durbin Watson dapat teratasi melalui Uji *Runs Test*.

4.2.2.4 Uji Heterokedastisitas

Adapun uji ini menggunakan model scatterplot dengan hasil sebagai berikut:



Sumber : Hasil Olah Data Melalui SPSS ver. 20, 2020

Berdasarkan gambar 4.1 diatas menunjukkan bahwa hasil pengujian heteroskedastisitas pada tampilan grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik tidak berkumpul dan menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi memenuhi syarat terhindar dari heteroskedastisitas.

4.3 Pengujian Hipotesis

4.3.1 Analisis Regresi Berganda Linier

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik, maka *Moderated Regression Analysis* dapat dilakukan pada penelitian ini. Adapun hasil analisis regresi moderating menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.6
Hasil Uji Regresi Moderating

Coefficients ^a			
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	3,889	1,999	
1 CSR	7,471	1,729	,228
LEV	,085	,027	,154
SIZE	,815	,073	,601
IC	-,002	,002	-,039

a. Dependent Variable: MVA

Sumber : Hasil Olah Data Melalui SPSS ver. 20, 2020

$$Y = \alpha + \beta_1 CSR + \beta_2 Leverage + \beta_3 Size + \beta_4 CSR.IC + \varepsilon$$

$$Y = 3,889 + 7,471 + 0,085 + 0,815 - 0,002 + \varepsilon$$

Dari hasil persamaan tersebut dapat dilihat hasil sebagai berikut :

1. Konstanta (α) yang diperoleh sebesar 3,889 artinya dengan dipengaruhi oleh Pengungkapan CSR, *Leverage*, *Size*, dan diperkuat oleh *Intellectual Capital* akan terjadi peningkatan MVA sebesar 3,889.
2. Variabel Pengungkapan CSR diperoleh nilai koefisien sebesar 7,471. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan CSR sebesar satu satuan maka variabel MVA akan meningkat sebesar 7,471 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
3. Variabel *Leverage* diperoleh nilai koefisien sebesar 0,085. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan *Leverage* sebesar satu satuan maka variabel MVA akan meningkat sebesar 0,085 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

4. Variabel *Size* diperoleh nilai koefisien sebesar 0,815. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan *Size* sebesar satu satuan maka variabel MVA akan meningkat sebesar 0,815 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
5. Variabel *Intellectual Capital* diperoleh nilai koefisien -0,002. Hasil ini menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* memperlemah sebesar satu satuan maka variabel Pengungkapan CSR dan MVA akan menurun sebesar -0,002 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

4.3.2 Uji Koefisien Determinasi R^2

Hasil dari koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.7
Hasil Uji R Square

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,720 ^a	,519	,510	1,702800

a. Predictors: (Constant), IC, LEV, CSR, SIZE

b. Dependent Variable: MVA

Sumber : Hasil Olah Data Melalui SPSS ver. 20, 2020

Dari tabel 4.7 SPSS V.20 menunjukkan bahwa *Adjusted R Square* untuk variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Market Value Added (MVA)*, *Intellectual Capita (IC)*, *leverage*, dan *size* diperoleh sebesar 0,510. Hal ini berarti bahwa 51% dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model tersebut, sedangkan sisanya sebesar 49% dijelaskan oleh variabel lain.

4.3.3 Uji Kelayakan Model (Uji F)

Hasil dari uji F dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.8
Hasil Uji F

ANOVA ^a		
Model	F	Sig.
1 Regression	58,423	,000 ^b
Residual		
Total		

a. Dependent Variable: MVA

b. Predictors: (Constant), IC, LEV, CSR, SIZE

Berdasarkan tabel 4.8 ANOVA diperoleh koefisien signifikan menunjukkan nilai signifikan 0,000. Artinya bahwa Sig 0,000 < 0,05 bermakna bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi MVA atau dapat dikatakan bahwa Pengungkapan CSR, *Leverage*, *Size*, dan *intellectual capital* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap MVA.

4.3.4 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk menjawab hipotesis yang disampaikan dalam penelitian.

Adapun kesimpulan jika:

Ha diterima dan Ho ditolak apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig < 0,05$

Ha ditolak dan Ho diterima apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig > 0,05$

Hasil dari uji T dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.9
Hasil Uji T

Coefficients ^a		
Model	t	Sig.
(Constant)	-2.268	.025
CSR	.398	.000
1 LEVERAGE	-3.512	.002
SIZE	2.567	.000
IC	-2.730	.009

a. Dependent Variable: MVA

Sumber : Hasil Olah Data Melalui SPSS ver. 20, 2020

1. Hipotesis pertama (H_{a1}) dalam penelitian ini adalah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) . Hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Sig $0,000 < 0,05$. Maka jawaban hipotesis yaitu H_{a1} diterima dan menolak H_{o1} yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Market Value Added* (MVA).
2. Hipotesis kedua (H_{a2}) dalam penelitian ini adalah *Leverage*. Hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Sig $0,002 < 0,05$. Maka jawaban hipotesis yaitu H_{a2} diterima dan menolak H_{o2} yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh *Leverage* terhadap *Market Value Added* (MVA).
3. Hipotesis ketiga (H_{a3}) dalam penelitian ini adalah *Size*. Hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Sig $0,000 < 0,05$. Maka jawaban hipotesis yaitu H_{a3} diterima dan menolak H_{o3} yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh *Size* terhadap *Market Value Added* (MVA).
4. Hipotesis keempat (H_{a4}) dalam penelitian ini adalah *Intellectual Capital* (IC). Hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Sig $0,009 < 0,05$. Maka jawaban hipotesis yaitu H_{a4} diterima dan menolak H_{o4} yang menyatakan

bahwa *Intellectual Capital (IC)* dapat memperkuat hubungan antara *CSR* dan *Market Value Added (MVA)*.

Hasil Uji T

Tabel 4.10

Hasil Penelitian

Hipotesis Penelitian	Hasil Uji
$H_1 =$ Pengungkapan <i>Corporate Sosial Responsibility (X1)</i> berpengaruh terhadap <i>Market Value Added (MVA)</i> .	Ha Diterima
$H_2 =$ <i>Leverage (X2)</i> berpengaruh terhadap <i>Market Value Added (MVA)</i> .	Ha Diterima
$H_3 =$ <i>Size (X3)</i> berpengaruh terhadap <i>Market Value Added (MVA)</i> .	Ha Diterima
$H_4 =$ <i>Intellectual Capital (M)</i> memperkuat hubungan Pengungkapan <i>CSR</i> dan <i>Market Value Added (MVA)</i> .	Ha Diterima

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Market Value Added* (MVA)

Berdasarkan hasil hipotesis pertama H_1 menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diproksikan dengan GRI-G4 terhadap *Market Value Added* (MVA). Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *stakeholder* bahwa perusahaan CSR sudah melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih banyak agar mempunyai pengaruh pada pihak-pihak internal maupun eksternal yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan. Hal ini dikarenakan tanggung jawab sosial perusahaan bukan lagi menjadi sekedar kegiatan, tetapi merupakan sebuah kewajiban bagi perusahaan yang berguna untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Dengan pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan sudah memberikan bukti nyata bahwa proses produksi yang dilakukan perusahaan tidak hanya berorientasi keuntungan, tetapi perusahaan memperhatikan isu sosial dan lingkungan, sehingga perusahaan tersebut dapat dipercaya oleh stakeholder, yang berdampak pada peningkatan nilai pasar perusahaan melalui peningkatan investasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Hijriah, 2019) dan (Novita, 2013) yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dapat meningkatkan nilai pasar perusahaan atau MVA. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang tertuang dalam laporan tahunan dapat menarik investor dalam hal investasi, maka dari itu pengungkapan CSR dapat meningkatkan nilai pasar perusahaan. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR (*social*) oleh perusahaan maka nilai pasar perusahaan juga semakin tinggi.

4.4.2 Pengaruh Leverage terhadap *Market Value Added* (MVA)

Berdasarkan hasil hipotesis kedua H_2 menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara Leverage yang menggunakan proksi *Debt Ratio* (DR) terhadap *Market Value Added* (MVA). Rasio *leverage* menggambarkan sumber dana operasi yang digunakan oleh perusahaan. *Debt Ratio* (DR) adalah rasio total kewajiban terhadap total aset. Rasio ini juga disebut dengan *leverage ratio* yang menilai batasan perusahaan dalam

meminjam uang. Rasio ini menekankan pentingnya pendanaan yang di dukung oleh hutang dan menunjukkan kemampuan perusahaan membayar semua hutang dengan aset perusahaan. Dalam penelitian ini penggunaan variabel kontrol ditunjukkan untuk memperkuat efek dari variabel bebas utama kepada variabel MVA. *Leverage* menunjukkan kapabilitas perusahaan dalam memenuhi kewajiban membayar utang yang dijamin dengan aset perusahaan. Para investor pada umumnya juga akan tertarik pada *Debt Ratio* (DR) karena dengan DR para investor akan dapat mengukur apakah dengan adanya hutang akan dapat mempertinggi efisiensi perusahaan atau sebaliknya akan menurunkan tingkat efisiensi perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Hijriah, 2019), dan (Sunarko, 2011). DR mengindikasikan bahwa pengelolaan dana pinjaman yang berasal dari pihak luar sudah dipergunakan secara baik, pinjaman tersebut digunakan untuk menambah aset untuk investasi maupun produksi sehingga perusahaan dapat memaksimalkan pendapatan atau laba. *Debt Ratio* salah satu indikator penilaian kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi nilai tambah pasar perusahaan (MVA).

4.4.3 Pengaruh *Size* terhadap *Market Value Added* (MVA)

Berdasarkan hasil hipotesis ketiga H_3 menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara *Size* terhadap *Market Value Added* (MVA). Salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dapat ditentukan dari jumlah aset yang dimiliki, laba yang diperoleh perusahaan dan kapasitas pasar. Semakin besar total aktiva perusahaan, laba yang diperoleh perusahaan dan kapasitas pasar maka semakin besar ukuran perusahaan tersebut (Sosiawan, 2012). Ukuran perusahaan akan mempengaruhi struktur pendanaan perusahaan. Perusahaan cenderung akan memerlukan dana yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang lebih kecil.

Tambahan dana tersebut bisa diperoleh dari penerbitan saham baru atau penambahan hutang, sehingga dengan pelaporan laba yang tinggi maka calon investor maupun kreditur akan tertarik untuk menanamkan dananya (Agustina, 2013). Besar kecilnya ukuran perusahaan juga akan berpengaruh terhadap struktur

modal dengan didasarkan pada kenyataan bahwa semakin besar suatu perusahaan mempunyai tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi. Dengan ukuran perusahaan yang semakin besar maka perusahaan mampu meningkatkan kekayaan pemegang saham perusahaan, sehingga dalam investasi ukuran perusahaan menjadi salah satu faktor untuk berinvestasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Hijriah, 2019), dan (Amin, 2016). Dalam penelitian ini penggunaan variabel kontrol ditunjukkan untuk memperkuat efek dari variabel bebas utama kepada variabel MVA. Hal ini dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi nilai tambah pasar perusahaan (MVA).

4.4.4 Pengaruh *Intellectual Capital* sebagai variabel *moderating* hubungan antara Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Market Value Added* (MVA)

Berdasarkan hasil hipotesis keempat H_4 menyatakan bahwa *intellectual capital* dapat memperkuat hubungan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Market Value Added* (MVA). Hasil ini menunjukkan bahwa *intellectual capital* dapat memperkuat pengungkapan CSR dan MVA. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *Resource Based View* (RBV), dalam menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan diperlukan mengembangkan asset yang berharga, jarang ditemui, tidak mudah diimitasi, dan tidak mudah digantikan. Teori RBV berasumsi bahwa tiap perusahaan mempunyai cara yang unik dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya miliknya, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Hijriah, 2019) dimana IC dapat memperkuat hubungan pengungkapan CSR dan MVA. Perusahaan yang memiliki *human capital* yang baik akan memiliki potensi untuk mengembangkan segala pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki perusahaan dalam menghadapi persaingan. Perusahaan yang memiliki pengetahuan yang bagus, serta pengalaman yang baik dalam industrinya akan lebih mudah untuk memenangkan persaingan. Hal tersebut akan mendorong investor untuk lebih banyak mengalokasikan dana investasinya pada perusahaan yang mampu mengelola *human capital* secara baik karena lebih menjanjikan untuk memberikan keuntungan yang lebih bagi investor. Investor akan lebih memandang perusahaan

dengan pengelolaan *human capital* yang baik mempunyai harapan untuk meningkatkan *Market value Added* (MVA).

Para investor dapat menggunakan informasi pengungkapan modal intelektual untuk pertimbangan dalam berinvestasi. Dalam pengungkapan kegiatan CSR menurut standar GRI-G4 terdapat informasi upaya perusahaan dalam meningkatkan keterampilan karyawan (*training*). Keterampilan ini pada akhirnya bertujuan agar karyawan mampu memaksimalkan sumber daya (teknologi) yang ada sehingga mampu meningkatkan produktivitasnya. Dengan perusahaan mampu mengelola serta meningkatkan modal intelektualnya dapat meningkatkan nilai pasar perusahaan atau MVA. Pengungkapan CSR akan mendapatkan respon positif apabila perusahaan terlebih dahulu berhasil dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya (modal intelektual). Implikasi praktis bagi investor adalah dapat menggunakan informasi pengungkapan modal intelektual sebagai pertimbangan dalam berinvestasi. Modal intelektual terbukti berhasil dalam memperkuat informasi CSR perusahaan dan dapat meningkatkan nilai tambah bagi pemegang saham.