

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Intellectual Capital* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia


Nama : **FERA SAFITRI**

NPM : 17.833.0148

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :
Komisi Pembimbing


(Drs. Ali Usman Siregar, M.Si)
Pembimbing

Mengetahui :



(Drs. Usman Efendi, SE., M.Si)
Dekan


(Sari Nuzullina Rahmadhani, SE., Ak., M.Acc)
Ka. Prodi Akuntansi

15/1021

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus : 30/Agustus/2021

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Intellectual Capital* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**, yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 30 Agustus 2021
Yang Membuat Pernyataan,



FERA SAFITRI
NPM. 17.833.0148

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fera Safitri
NPM : 17.833.0148
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh *Intellectual Capital* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**. Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada Tanggal : 30 Agustus 2021
Yang menyatakan,



FERA SAFITRI
NPM. 17.833.0148

**PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN
PADA PERUSAHAAN SUBSEKTOR KOSMETIK
DAN KEPERLUAN RUMAH TANGGA
YANG TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA**

SKRIPSI

OLEH:

FERA SAFITRI

178330148



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

2021

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 13/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)13/12/21

**PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN
PADA PERUSAHAAN SUBSEKTOR KOSMETIK
DAN KEPERLUAN RUMAHTANGGA
YANG TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA**

SKRIPSI

OLEH:

FERA SAFITRI

178330148



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

2021

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 13/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)13/12/21

**PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN
PADA PERUSAHAAN SUBSEKTOR KOSMETIK
DAN KEPERLUAN RUMAH TANGGA
YANG TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area

OLEH:

FERA SAFITRI

178330148

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

2021

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 13/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)13/12/21

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi: Pengaruh Intellectual Capital dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Nama : FERA SAFITRI
NPM : 17.833.0148
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing

(Drs. Ali Usman Siregar, M.Si)
Pembimbing

Mengetahui

(Dr. Ihsan Effendi, M.Si.)(Sari Nuzullina Rahmadhani, SE, Ak, M.Acc)
Dekan K.a Prodi Akuntansi

Tanggal Lulus : 30 Agustus 2021

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTIGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : FERA SAFITRI
NPM : 17.833.0148
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Akuntansi
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul Pengaruh Intellectual Capital dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada Tanggal : 30 Agustus 2021
Yang menyatakan

FERA SAFITRI
17.833.0148

RIWAYAT HIDUP

Peneliti dilahirkan di Taratak Nagodang pada tanggal 18 Juli 2000 dari Ayah Panut Ar. dan Ibu Murtik. Peneliti merupakan putri ke-4 (empat) dari 5 (lima) bersaudara. Pada tahun 2017 Peneliti lulus dari SMA Negeri 1 Ujung Padang dan pada tahun 2017 terdaftar sebagai Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area..



HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 30 Agustus 2021

FERA SAFITRI

17 833 0148

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Intellectual Capital* Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Jenis penelitian yang digunakan ialah dengan asosiatif, penelitian asosiatif ini mempunyai hubungan kausal. Sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 5 perusahaan Subsektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia dengan tahun penelitian 2014-2019. Jenis data dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Sumber data penelitian ini menggunakan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan Teknik dokumentasi. Pada penelitian ini, teknis analisis data dilakukan dengan aplikasi SPSS for Windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *Intellectual Capital* (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan (Y). Artinya Apabila *Intellectual Capital* semakin tinggi atau rendah nilainya maka tidak akan mempengaruhi baik tidaknya kinerja dari suatu perusahaan. Sedangkan *Corporate Social Responsibility* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan (Y). Maka apabila *Corporate Social Responsibility* yang dilaksanakan pada perusahaan semakin bagus dan sesuai dengan indikator dari GRI maka akan semakin baik pula nilai kinerja perusahaan 5 Perusahaan Subsektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2019. Secara simultan menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* (X1) dan *Corporate Social Responsibility* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan (Y) pada 5 Perusahaan Subsektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2019.

Kata Kunci: *Intellectual Capital*, *Corporate Social Responsibility*, Kinerja Perusahaan

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of intellectual capital and corporate social responsibility on company performance in cosmetic and household subsector companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The type of research used is associative, this associative research has a causal relationship. The samples in this study were as many as 5 companies in the cosmetic and household subsector listed on the Indonesia Stock Exchange with the 2014-2019 research year. The type of data in this research is quantitative data. The data source of this research uses secondary data sources. Data collection techniques used documentation techniques. In this study, technical data analysis was carried out with the SPSS for Windows application. The results showed that partially, Intellectual Capital (X1) had no significant effect on Company Performance (Y). This means that if the Intellectual Capital is higher or lower in value, it will not affect the performance of a company. Meanwhile, Corporate Social Responsibility (X2) has a positive and significant effect on Company Performance (Y). So if the Corporate Social responsibility carried out in the company is getting better and in accordance with the indicators from GRI, the better the performance value of the company will be the 5 Cosmetics and Household Goods Subsector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2014-2019. Simultaneously it shows that Intellectual Capital (X1) and Corporate Social Responsibility (X2) have a positive and significant effect on Company Performance (Y) in 5 Cosmetics and Household Subsector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2014-2019.

Keywords: *Intellectual Capital, Corporate Social Responsibility, and Company Performance*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala karuniaNya sehingga proposal ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian ini ialah modal intelektual dan kinerja manajemen dengan judul “Pengaruh *Intellectual Capital* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”.

Terima kasih peneliti sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc. Selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Ihsan Effendi, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Sari Nuzullina Rahmadhani, SE, Ak, M.Acc selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area
4. Bapak Drs. Ali Usman Siregar, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan saran kepada peneliti.
5. IbuKarlonta Nainggolan, SE., MSA., Ak., selaku Doesn Pembanding yang telah banyak memberikan saran kepada peneliti.
6. Ibu Aditya Amanda Pane., SE., MSi., selaku Dosen Sekretaris yang telah memberikan peneliti saran.
7. Seluruh Dosen dan Staf Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

8. Ungkapan terimakasih juga disampaikan kepada ayah Panur Ar dan Ibu Murtik, serta seluruh keluarga atas segala doa, dukungan dan perhatiannya kepada peneliti

Peneliti menyadari bahwa proposal ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan proposal ini. Peneliti berharap proposal ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih.



Peneliti, 30 Agustus 2021

FERA SAFITRI
178330148

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Kinerja Perusahaan	8
2.1.1. Pengertian Kinerja Perusahaan	8
2.1.2. Pengukuran Kinerja Perusahaan	9
2.2. <i>Intellectual Capital</i>	10
2.2.1. Pengertian <i>Intellectual Capital</i>	10
2.2.2. Pengukuran <i>Intellectual Capital</i>	12
2.3. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	14
2.3.1. Pengertian <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	14
2.3.2. Pengukuran <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	17
2.4. Penelitian Terdahulu	17
2.5. Kerangka Konseptual.....	19

2.5.1. Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Terhadap Kinerja Perusahaan	19
2.5.2. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Perusahaan	20
2.5.3. Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Perusahaan.....	20
2.6. Hipotesis	21
BAB III : METODE PENELITIAN.....	22
3.1. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	22
3.1.1. Jenis Penelitian.....	22
3.1.2. Lokasi Penelitian.....	22
3.1.3. Waktu Penelitian	22
3.2. Populasi dan Sampel	23
3.2.1. Populasi.....	23
3.2.2. Sampel.....	23
3.3. Definisi Operasional	24
3.3.1. Variabel Devenden.....	25
3.3.2. Variabel Independen	25
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	26
3.4.1. Jenis Data	26
3.4.2. Sumber Data.....	26
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6. Teknik Analisis Data.....	27
3.6.1. Uji Statistik Deskriptif	27
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	27
3.6.2.1. Uji Normalitas.....	27
3.6.2.2. Uji Autokorelasi.....	28
3.6.2.3. Uji Multikolinearis.....	29
3.6.2.4. Uji Heteroskedastisitas.....	29
3.6.3. Uji Regresi Linear Berganda.....	29
3.6.4. Uji Hipotesis	30
3.6.4.1. Uji Signifikansi t (Uji secara Parsial)	30
3.6.4.2. Uji Signifikansi F (Uji secara Simultan).....	31
3.6.4.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	31
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
4.1. Hasil Penelitian	32
4.1.1. Gambaran Umum Bursa Efek Indonesia	32
4.1.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	39
4.2. Pembahasan.....	42

4.2.1. Uji Statistik Deskriptif	42
4.2.2. Uji Asumsi Klasik.....	42
4.2.3. Uji Regresi Linear Berganda	46
4.2.4. Uji Hipotesis	47
BAB V : SIMPULAN DAN SARAN	52
5.1. Simpulan	52
5.2. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN.....	57



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1. Waktu Penelitian	22
Tabel 3.2. Definisi Operasional	25
Tabel 3.3. Pengambilan Keputusan <i>Durbin Watson</i>	28
Tabel 4.1. Data Tabulasi Variabel Penelitian	39
Tabel 4.2. Data Tabulasi yang digunakan	41
Tabel 4.3. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	42
Tabel 4.4. Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	44
Tabel 4.5. Uji Autokorelasi	44
Tabel 4.6. Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4.7. Uji Regresi Linear Berganda	46
Tabel 4.8. Uji t (Uji Parsial)	47
Tabel 4.9. Uji F (Uji Simultan)	50
Tabel 4.10. Uji Koefisien Determinasi	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual.....	21
Gambar 4.1. Grafik <i>Scatterplot</i>	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Tabulasi Variabel	58
Lampiran 2 Data Tabulasi dengan variabel X1 telah di Logaritma Naturalkan	59
Lampiran 3 Hasil Perhitungan Variabel IC (X1)	60
Lampiran 4 Hasil Perhitungan VACA	61
Lampiran 5 Hasil Perhitungan VAHU	62
Lampiran 6 Hasil Perhitungan STVA	64
Lampiran 7 Hasil Perhitungan Variabel CSR (X2)	66
Lampiran 8 Uji Statistik Deskriptif	68
Lampiran 9 Uji Asumsi Klasik	69
Lampiran 10 Uji Hipotesis	72
Lampiran 11 Surat Keterangan Pengambilan Data / Riset	73

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi (TI) di Indonesiadan ekonomi telahberkembang sangat pesat pada era globalisasi saat ini. Perusahaan-perusahaan yang ada pada negara berkembang seperti di Indonesia sekarang tidak hanya bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang ada di dalam negeri, namun juga harus siap menghadapi pesaing baru dari perusahaan asing. Hal ini menyebabkan persaingan di dunia usaha semakin ketat dan memungkinkan perdagangan antarnegara semakin mudah dilakukan sehingga mendorong setiap perusahaan agar saling inovasi di dalam meningkatkan kinerja perusahaanya.

Menurut Izati dan Margaretha (2014:23), Kinerja perusahaan merupakan salah satu aspek yang dapat menilai kemampuan perusahaan untuk menghadapi pesaingnya. Pada umumnya, menganalisis kinerja perusahaan dilakukan dengan memakairasio-rasio keuangan, guna melihat baik atau buruk dari suatu kondisi keuangan dalam perusahaan yang menjadi cerminan prestasi kerja pada suatu periode yang telah ditentukan. Pengukuran profitabilitas yang digunakan *Return on Euity* (ROE). Brigham & Houston (2011:133), ROE ialah rasio yang mengukur laba bersih bagi pemegang saham di bagi dengan totalekuitas pemegang saham.

Menurut Apridhoni (2017:7), Penilaian kinerja merupakan efektifitas operasional perusahaan untuk meningkatkan kinerja yang mencakup kinerja bagian operasional maupun pada karyawan perusahaan tersebut berdasarkan standar kriteria yang diterapkan dalam perusahaan, sehingga banyak yang meyakini bahwa aset yang nlainya paling berharga didalam menunjang kinerja dari

suatu perusahaan adalah SDM (Sumber Daya Manusia), terutama di dalam modal intelektual/ *Intellectual capital*.

Menurut Steward dalam Ariantini, Yuniarta dan Sujana, (2017:2), *Intellectual capital* dapat dipandang sebagai pengetahuan, dalam pembentukan, kekayaan intelektual dan juga pengalaman-pengalaman yang bisa dipergunakan dalam mewujudkan kekayaan. Komponen yang paling utama disampaikan dalam *intellectual capital*/modal intelektual adalah *structural capital*, *human capital*, dan *customer capital*. Setiap komponen yang dimaksud memiliki peran tersendiri dalam mewujudkan *intellectual capital*/modal intelektual dalam perusahaan yang pada akhirnya nanti meningkatkan kinerja dari setiap perusahaan.

Menurut Dabas (2011:19), *corporate social responsibility (CSR)* telah muncul dan berkembang pesat sebagai bahan penelitian. CSR muncul sebagai pendekatan dan kerangka kerja penting untuk menangani peran bisnis dalam masyarakat, menjadi pengaturan standar perilaku yang harus dimiliki perusahaan guna mempengaruhi masyarakat secara positif dan efektif dengan cara yang sama seperti mematuhi nilai-nilai serta mengesampingkan pencarian keuntungan dengan biaya berapa pun. Bukti empiris menunjukkan bahwa tindakan CSR mempengaruhi kinerja perusahaan menjadi lebih unggul.

Rusdianto (2013:7), *corporate social responsibility (CSR)* merupakan suatu komitmen dari perusahaan yang berguna secara terus-menerus untuk bertindak bermoral, melakukan kegiatan operasional secara legal dan ikut berkontribusi dalam meningkatkan nilai dari kualitas komunitas lokal pada banyak orang/masyarakat lebih luas lagi. Menurut Dabas (2011:61), CSR menjadi bagian

integral dari strategi bisnis untuk banyak organisasi di dalam menangani sosial dan dampak lingkungan dari kegiatan perusahaan. Widodo (2018:2), Tanggung jawab sosial baik dilakukan dalam perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya kepada masyarakat dan khususnya para investor.

Setiap perusahaan mempunyai metode masing-masing dalam pengimplementasian *corporate social responsibility*. *Corporate social responsibility* tidak dapat dipisah dari suatu bisnis. Salah satunya perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia yang aktif di dalam melaksanakan program *corporate social responsibility* yaitu PT. Unilever Indonesia. Melalui Yayasan Unilever Indonesia, PT Unilever memberlakukan beberapa program sosialnya, yang biasa disebut dengan *corporate social responsibility (CSR)*. Selaku unit yang berperan dalam implementasi CSR, Yayasan tersebut bekerja sama dengan banyak mitra, diantaranya 20 (dua puluh) LSM (lembaga swadaya masyarakat) yang ada di Indonesia. PT. Unilever Indonesia mewujudkan *corporate social responsibility* dengan menciptakan *Unilever Sustainable Living Plan*. USLP mempunyai tiga pilar. Pertama diantaranya kesehatan, sanitasi, dan nutrisi; kedua yaitu mengurangi timbulnya dampak lingkungan, dan yang ketiga meningkatkan nilai kesejahteraan antar mitra yang ada tergabung dalam segala produksi Unilever, terkhusus para pemasok bahan baku dimana petani juga termasuk di dalamnya.

Sumber: <https://www.merdeka.com/khas/unilever-mau-tiap-brand-punya-brand-social-mission-atau-brand-purpose.html>

Perusahaan-perusahaan kosmetik menjadi perhatian karena menggunakan kata-kata yang diduga sebagai rasisme, seperti *fair*, *whitening*, dan *lightening*. Satu diantara produk PT Unilever ialah *Fair and*

Lovely. Darikata-kata yang dianggap “mencerahkan” menjadi pusat perhatian. Unilever telah mengambil sejumlah Langkah untuk mengatasi masalah social tersebut, diantaranya menghapus kata yang menyebabkan rasis pada produknya, menampilkan wanita dari semua warna kulit dalam kampanye-kampanye iklan di masa depan, meluncurkan Crown Fund UK sebagai sebuah inisiatif yang bertujuan untuk menghentikan diskriminasi seputar gaya rambut hitam dengan total donasi sebesar 170.000 pounsterling. Selama isu rasisme berkembang dan merembet pada bisnis kosmetik, saham UNVR tercatat menurun yang menyebabkan turunnya kinerja perusahaan. *Corporate Social Responsibility*(CSR) menjadisebuahstrategi yangtepat dalammenguatkan reputasi suatu perusahaan.

Sumber:<https://www.solopos.com/terdampak-isu-rasisme-apa-kabar-emiten-perusahaan-kosmetik-1068318>

Berikut kinerja perusahaan pada perusahaan sub sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di BEI:

Tabel 1.1
Kinerja Perusahaan sub sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di BEI tahun 2014-2019

No	Perusahaan	Tahun					
		2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	Akasha Wira International	11.00	10.00	15.00	9.00	11.00	15.00
2	Martina Berto Tbk	0.95	-3.24	2.00	-5.98	-37.98	-28.47
3	Mustika Ratu Tbk.	1.90	0.30	-1.50	-0.35	-0.62	0.04
4	Mandom Indonesia Tbk	14.00	31.80	9.10	9.60	8.80	7.20
5	Unilever Indonesia Tbk	134.50	122.20	134.10	141.80	144.60	116.70

Sumber: Laporan keuangan perusahaan

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai kinerja perusahaan di atas memiliki nilai yang fluktuatif sepanjang tahun 2014-2019, tiga dari lima perusahaan yaitu Akasha Wira International, Mandom Indoneseia Tbk, dan Unilever Indonesia memiliki nilai kinerja yang positif, sedangkan dua perusahaan lainnya yaitu Martina Berto Tbk dan Mustika Ratu Tbk sempat mengalami kinerja

dengan nilai negatif, artinya perusahaan mengalami kerugian selama beberapa tahun. Pada perusahaan Martina Berto Tbk, hal tersebut terjadi dikarenakan tingginya beban penjualan, beban pemasaran, beban umum dan beban administrasi perusahaan, hal tersebut berdampak kerugian pada perusahaan yang pada akhirnya menyebabkan kinerja perusahaan menyentuh angka negatif. Fluktuasi yang terjadi pada kinerja keuangan perusahaan setiap tahunnya menunjukkan kurang baiknya kondisi keuangan yang tidak stabil.

Berdasarkan beberapa permasalahan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga memiliki beberapa fenomena diantaranya: isu rasisme yang timbul dikarenakan adanya sentiment negatif dari para customer Unilever Indonesia Tbk pada salah satu produknya yang sempat menurunkan kinerja perusahaan selama beberapa waktu, diiringi dengan fluktuasi yang terjadi pada kinerja keuangan Perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga terutama pada Martina Berto Tbk dan Mustika Ratu Tbk yang sempat menyentuh kinerja pada angka negatif dikarenakan perusahaan mengalami rugi pada beberapa tahun penelitian. Pada beberapa penelitian sebelumnya juga terjadi inkonsistensi hasil penelitian.

Dalam penelitian Dewi dan Widagdo (2012:95) dan Basouny, Elseidi dan Mohamed (2014:772) bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Dalam penelitian Iqbal (2016:17) didapat bahwa variabel *intellectual capital*/modal intelektual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan namun *corporate social responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Dalam penelitian Widodo dan Priyadi (2018:20), *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, dan pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dibahas, didapat bahwa kinerja perusahaan (ROE), dipengaruhi oleh dua faktor diantaranya *intellectual capital* dan *corpote socialresponsibility*. Atas dasar fenomena dan hasil penelitian yang tidak konsisten tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang “**Pengaruh Intellectual Capital dan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah penelitian adalah:

1. Apakah *intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah tangga yang terdaftar di BEI?
2. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah tangga yang terdaftar di BEI?
3. Apakah *intellectual capital* dan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah tangga yang terdaftar di BEI?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari peneitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah tangga yang terdaftar di BEI.
2. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah tangga yang terdaftar di BEI.
3. Untuk mengetahui pengaruh *intellectual capital* dan *corporate social responsibility* terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah tangga yang terdaftar di BEI.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Bagi peneliti berguna untuk menambah pengetahuan dan referensi dalam memperkaya ilmu pengetahuan dalam bidang akuntansi, terutama dalam hal-hal yang mempengaruhi kinerja perusahaan seperti modal intelektual dan tanggung jawab sosial perusahaan kepada stakeholder hingga kepada lingkungan sekitar.

2. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada manajemen dalam mengambil keputusan dan kebijakan yang akan diambil.

3. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber bacaan yang bermanfaat dan dapat dijadikan bahan kajian sebagai sumber informasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kinerja Perusahaan

2.1.1 Pengertian Kinerja Perusahaan

Menurut Afandi (2018:83) Kinerja dapat dikatakan hasil kerja yang bisa diraih seorang (individu) maupun banyak orang (kelompok) pada suatu perusahaan yang dimana hasil tersebut telah sesuai dengan wewenang serta tanggung jawab dari setiap usaha di dalam mencapai tujuan organisasi atau perusahaan secara legal, tidak bertentangan dengan moral dan etika serta tidak melanggar hukum.

Menurut Izati dan Margaretha (2014:23), kinerja perusahaan adalah gambaran tentang suatu kondisi keuangan perusahaan kemudian dianalisis menggunakan alat-alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui tentang baik dan buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang merupakan cerminan dari prestasi kerja setiap perusahaan dalam periode tertentu.

Moerdiyanto (2010:2), kinerja perusahaan merupakan hasil serangkaian dari proses-proses dalam bisnis dengan memaksimalkan berbagai sumber daya yang ada didalamnya. Kinerja perusahaan yang meningkat dapat dilihat pada kemaksimalan peningkatan kegiatan perusahaan terus menerus dalam menciptakan laba sebanyak-banyaknya. Laba dalam setiap perusahaan tentu memiliki hasil yang berbeda-beda, sesuai dengan ukuran perusahaan yang dijalankan.

Menurut Brigham dan Houston (2010:133), kinerja perusahaan dapat dikatakan berupa inti akhir dari setiap analisis laporan keuangan yang dimana hasil laporan dari seluruh kegiatan perusahaan dapat dipergunakan untuk mengantisipasi keadaan perusahaan pada masa mendatang.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli di atas, maka kinerja perusahaan dapat disimpulkan sebagai suatu penilaian atas hasil kerja yang berasal dari proses-proses kegiatan perusahaan terutama pada laporan keuangannya.

2.1.2. Pengukuran Kinerja Perusahaan

Menurut Cahyono (2011) ada dua penilaian dalam menilai kinerja perusahaan. Pertama, kinerja keuangan perusahaan dilihat dari nilai *profitabilitas*. *Profitabilitas* dapat diartikan hasil keputusan dari manajemen suatu perusahaan secara bijaksana di dalam menciptakan laba bagi perusahaan tersebut. Pengukuran profitabilitas satu diantaranya yakni dengan memakai *Return On Asset (ROA)*. Kemudian juga bisa diukur dengan *Return on Euity (ROE)*. *Return on Euity (ROE)* dapat dikatakan hasil dari pengembalian dari sebuah investasi yang bersifat pengembalian kas serta kenaikan jumlah dari nilai investasi yang telah dilakukan investor.

Dalam penelitian kali ini, peneliti menggunakan analisis rasio keuangan untuk mengukur kinerja dalam perusahaan. Pada analisis ini terinci secara jelas tentang kinerja yang sudah tercapai pada perusahaan serta tentang kondisi keuangan yang ada di perusahaan. Pengukuran kinerja perusahaan pada penelitian kali ini menggunakan analisis *Return on Equity (ROE)*.

Brigham dan Houston (2010:149), ROE berfungsi untuk menilai besar pengembalian terhadap investasi kepada para pemegang saham. Angka-angka yang ada memberi tanda seberapa baik manajemen dalam pemanfaatan investasi para pemilik saham. Rendahnya suatu rasio perusahaan manandakan bahwa investor bisa mendapatkan lebih banyak keuntungan berinvestasi di perusahaan yang lain.

Menurut Brigham dan Houston (2010:149), *Return on Equity (ROE)* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih (Net Income)}}{\text{Equitas}} \times 100$$

2.2. *Intellectual Capital*

2.2.1. *Pengertian Intellectual Capital*

Sangkala (2010:3), *Intellectual capital* adalah materi intelektual berbentuk informasi, inovasi, pengetahuan serta pengalaman intelektual yang bisa digunakan dalam proses memperoleh aset yang dapat menciptakan nilai tambah dan keunggulan dalam bersaing. Stewart dalam Ulum (2013:189), *intellectual capital* dapat dikatakan materi intelektual yang bersifat pengetahuan, hak kepemilikan dari intelektual, informasi, dan pengalaman yang bisa dipergunakan di dalam menciptakan kekayaan.

Apridhoni (2017:4), *Intellectual capital* dapat diartikan sumberdaya yang berdasarkan pada pengetahuan yang mempunyai kontribusi dalam menciptakan dan meningkatkan nilai keunggulan kompetitif dari suatu perusahaan (*competitive advantage*), dikarenakan dengan adanya penerapan dari *intellectual capital* tersebut maka suatu perusahaan yang dimaksud akan mampu menggunakan sumberdaya perusahaan secara efisien, efektif serta ekonomis.

Kartika dan Hartane (2013:17) *Intellectual capital* dapat dikatakan aset yang utama di dalam suatu perusahaan selain dari aset yang bersifat fisik dan bersifat finansial. Sehingga di dalam melakukan pengelolaan aset yang bersifat fisik dan bersifat finansial diperlukan suatu kemampuan handal dari *intellectual capital* itu sendiri, selain dari pada hal tersebut diperlukan kemampuan serta daya pikir dari setiap karyawan perusahaan tersebut, serta sifat bagaimana melaksanakan pengelolaan suatu perusahaan atau organisasi dan bagaimana menjalin hubungan baik dengan para pihak eksternal.

Menurut Moehariono (2012:305), *intellectual capital* mempunyai elemen utama dimana elemen utama tersebut terbagi atas 3 (tiga) bagian, yaitu *human capital* atau biasa disebut dengan modal manusia, *structural capital* atau *organizational capital* (modal organisasi), dan *relational capital* atau *customer capital* (modal pelanggan).

1. Moehariono (2012:305), *Human capital* dapat dikatakan sebagai sesuatu yaitu berupa pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan juga suatu kompetensi yang mampu menggambarkan tingkat kemampuan secara kolektif dari suatu perusahaan maupun suatu organisasi di dalam memberi

solusi terbaik atas dasar pengetahuan yang ada pada orang-orang di perusahaan tersebut.

2. Moeheriono (2012:306), *Structural capital* atau biasa disebut dengan *organizational capital* dapat berupa suatu kemampuan dari suatu perusahaan atau organisasi di dalam melengkapi proses operasional dan struktur dari perusahaan tersebut yang mendukung upaya karyawan dalam menghasilkan kinerja intelektual maksimal dan juga kinerja keseluruhan bisnis.
3. Moeheriono (2012:306), *Relational capital* dapat dikatakan berupa hubungan harmonis yang ada pada suatu perusahaan dengan mitra-mitra perusahaan tersebut, baik mitra yang berasal dari pemasok handal dan mempunyai kualitas, juga berasal dari pelanggan loyal dan merasa cukup puas dalam menerima pelayanan dari perusahaan tersebut, serta berasal dari suatu hubungan perusahaan dan pemerintah atau masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan tersebut.

Berdasarkan pengertian *Intellectual Capital* di atas, maka dapat dikatakan bahwa *Intellectual Capital* adalah suatu *asset* yang biasanya disebut sebagai aset tidak berwujud yang berisikan sumber daya informasi dan sumber pengetahuan dimana sumber daya tersebut berfungsi di dalam meningkatkan kemampuan bersaing perusahaan dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

2.2.2 Pengukuran Intellectual Capital

Alat ukur *intellectual capital* yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah dengan Metode *Value Added Intellectual Coefficient (VAIC)*.

Menurut Menurut Tan, Plowman, dan Hancock dalam Apridhoni (2017:16), Tahun 1997 VAIC dikembangkan oleh Public yang dibuat untuk menampilkan informasi tentang *value creation efficiency* yang berasal dari aset berwujud dan aset tak berwujud perusahaan tersebut. Pendekatan *Value Added Intellectual Coefficient (VAIC)* termasuk memungkinkan untuk bisa dipakai karena telah dikonstruksi dari akun-akun dari dalam laporan keuangan suatu perusahaan seperti pada neraca dan laba/rugi. Diawali dengan kemampuan dari suatu perusahaan tersebut dalam menggambarkan *Value Added (VA)* dimana *Value added (VA)* dapat dikatakan indikator yang bersifat paling objektif guna memberi penilaian keberhasilan dalam suatu bisnis serta memperlihatkan kemampuan perusahaan di dalam *value creation*.

Menurut Menurut Tan, Plowman, dan Hancock dalam Apridhoni (2017:16), VA dihitung antara selisih *output* dengan *input*. *Output* (OUT) memperlihatkan nilai dari revenue yang termasuk pada semua jenis produk dan jasa yang diperjualbelikan di pasar, sedangkan untuk *input* (IN) dapat dikatakan sebagai semua beban yang dipergunakan untuk meraih *revenue*. Hal yang dianggap paling penting di dalam model *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC) yaitu beban karyawan (*labour expenses*) disini tidak termasuk di dalam nilai *input* (IN), hal tersebut karena peran aktif dari nilai tersebut di proses hingga mencapai penciptaan nilai perusahaan dimana nilai *intellectual potential* (nilai yang nantinya direpresentasikan bersamaan dengan *labour expenses*) tidak bisa dihitung sebagai biaya (*cost*) dan tidak masuk dalam komponen *input* (IN). Oleh karena itu, bagian rahasia dalam model Public adalah memperlakukan tenaga kerja sebagai entitas penciptaan nilai (*value creating entity*).

Menurut Menurut Tan, Plowman, dan Hancock dalam Apridhoni (2017:17), VA dipengaruhi oleh efisiensi *Human Capital* (HC) dan *Structural Capital* (SC). Hubungan lain dari VA adalah *Capital Employed* (CE), dinamakan dengan VACA.

Menurut Menurut Tan, Plowman, dan Hancock dalam Apridhoni (2017:17), VACA merupakan suatu hubungan yang baik antara perusahaan dengan mitra, baik dari hubungan perusahaan dengan pemasok yang berkualitas, andal dan loyalitas serta merasakan puas atas pelayanan yang berhubungan dengan perusahaan atau pun hubungan baik antara perusahaan dengan pemerintah dan juga masyarakat sekitar.

Menurut Menurut Tan, Plowman, dan Hancock dalam Apridhoni (2017:17), Suatu perusahaan yang memanfaatkan *Capital Employed* (CE) dengan lebih baik, maka *return* yang dihasilkan jauh lebih besar dari perusahaan lainnya. Dengan begitu, *Capital Employed* (CE) yang dimanfaatkan lebih baik merupakan komponen dalam *intellectual capital* sebuah perusahaan. Mengukur VACA dapat dilakukan dengan membandingkan *Value Added* (VA) dengan *capital employed* (CE). *Value Added* (VA) bersumber dari penjualan dikurangi dengan beban-beban perusahaan kecuali beban karyawan, sementara *Capital Employed* (CE) didapatkan dari ekuitas ditambah dengan laba bersih.

Menurut Menurut Tan, Plowman, dan Hancock dalam Apridhoni (2017:17), VACA rumuskan sebagai berikut:

$$VACA = VA/CE$$

Menurut Menurut Tan, Plowman, dan Hancock dalam Apridhoni (2017:17), Hubungan berikutnya yaitu *Value Added* (VA) dan *Human Capital*

(HC), dinamakan dengan VAHU. *Value Added Human Capital* (VAHU) merupakan kompetensi dari individu suatu perusahaan dalam bentuk *skill*, *knowledge*, dan *innovativeness* dalam menjalankan tugasnya dan menghasilkan sebuah nilai untuk setiap perusahaan. Di penjumlahannya, VAHU memperlihatkan jumlah *Value Added* (VA) yang didapatkan dengan dana dan dikeluarkan untuk tenaga kerja. Di antara hubungan *Value Added* (VA) dan *Human Capital* (HC) menunjukkan kesanggupan *Human Capital*(HC) dalam pembentukan nilai disuatu perusahaan. *Value Added Human Capital* (VAHU) bersumber dari perbandingan antara *Value Added*(VA) dan *Human Capital* (HC). *VallueAdded* (VA) bersumber dari menghitung penjualan dikurang dengan beban-beban perusahaan selain beban karyawan, sementara *Human Capital*(HC) bersumber dari beban yang dikeluarkan perusahaan untuk karyawannya.

Menurut Menurut Tan, Plowman, dan Hancock dalam dalam Apridhoni (2017:17), maka VAHU dapat di rumuskan sebagai berikut:

$$VAHU = VA/HC$$

Menurut Menurut Tan, Plowman, dan Hancock dalam Apridhoni (2017:18), Hubungan terakhir adalah *Structural Capital Coefficient* (STVA). *Structural Capital Coefficient* (STVA) merupakan kompetensi suatu organisasi dalam memfasilitasi seluruh karyawan dengan budaya organisasi, sistem informasi dan infrastruktur yang bertujuan untuk memperoleh intelektual yang maksimum untuk menciptakan nilai perusahaan. *Structural Capital Coefficient* (STVA) bersumber dari perbandingan antara *Value Added*(VA) dengan *Structural Capital* (SC). *Vallue Added* (VA) bersumber dari penjualan dikurangi dengan beban-beban perusahaan selain beban karyawan, sementara *Structural Capital* (SC) bersumber dari selisih *Vallue Addes* (VA) dengan beban karyawan.

Menurut Menurut Tan, Plowman, dan Hancock dalam Apridhoni (2017:18), STVA dapat di rumuskan sebagai berikut:

$$STVA = SC/VA$$

Menurut Tan, Plowman, dan Hancock dalam Apridhoni (2017:18), Berikutnya adalah penghitungan dari rasio intelektual perusahaan melalui penjumlahan koefisien-koefisien yang sebelumnya sudah dihitung. Hasil dari penghitungan diformulasikan dengan indikator yang tersendiri, yaitu VAIC;

$$VAIC = VACA + VAHU + STVA$$

Dimana:

VAIC = Instrumen untuk mengukur kinerja *Intellectual Capital* perusahaan.

VACA = VA/CE

VAHU = VA/HC

STVA = (VA-HC)/VA

2.3. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

2.3.1. *Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)*

Rusdianto (2013:7), mendefinisikan *Corporate Social Responsibility (CSR)* menjadi suatu komitmen dari suatu perusahaan maupun organisasi dimana komitmen tersebut bertindak secara terus-menerus, beroperasi secara legal dan mempunyai kontribusi dalam meningkatkan kualitas dari komunitas lokal kepada publik secara lebih luas lagi.

Widodo (2018:5), *Corporate social responsibility (CSR)* dapat diartikan sebagai suatu kegiatan berupa kepedulian dari suatu perusahaan kepada pihak yang selama ini berkontribusi terhadap lancarnya berbagai aktivitas serta kemajuan perusahaan tersebut dimana jika kegiatan tersebut dilakukan secara konsisten di dalam perusahaan tersebut maka nantinya akan dapat memperkuat dan memperbaiki hubungan perusahaan dan para *stakeholder* (pemegang saham) perusahaan.

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) dalam Rusdianto (2013:7), mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan sebuah prinsip berkepanjangan di dunia usaha untuk berperan secara etis serta berkontribusi dalam perluasan ekonomi dari masyarakat setempat mau pun masyarakat luas, serentak dengan peningkatan taraf hidup karyawan beserta anggota keluarga. Selain meningkatkan taraf hidup masyarakat, *Corporate Social Responsibility (CSR)* juga merupakan usaha yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan citra perusahaan di masyarakat melalui program-program yang memperlihatkan perhatian sosial kepada masyarakat.

Menurut Prastowo dan Huda (2011:17), *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat dikatakan mekanisme yang bersifat alami dari suatu

perusahaan guna ‘membersihkan’ keuntungan-keuntungan yang bernilai besar yang diraih oleh suatu perusahaan tersebut. Sebagaimana seharusnya, perusahaan mempunyai cara-cara tersendiri dalam mendapatkan keuntungan dimana terkadang dapat merugikan pihak lainnya, baik itu dengan tidak disengaja maupun disengaja. Dikatakan sebagai mekanisme alami karena *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan konsekuensi dari dampak atas keputusan atas kegiatan-kegiatan yang dijalankan oleh perusahaan, sehingga kewajiban perusahaan tersebut adalah membalikkan keadaan masyarakat yang mengalami dampak tersebut kepada keadaan yang lebih baik.

Menurut ISO 26000 dalam Prastowo dan Huda (2011:101), *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah tanggung jawab organisasi kepada konsekuensi-konsekuensi atas ketetapan-ketetapan dan tindakan-tindakannya terhadap masyarakat dan lingkungan, serta diwujudkan ke bentuk tindakan transparan dan etis yang searah dengan pengembangan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, dengan memikirkan ambisi serta penghargaan terhadap pemangku kepentingan, searah dengan hukum yang telah ditentukan dan norma-norma perilaku internasional, dan juga selaras secara keseluruhan organisasi dan penghargaan kepada HAM.

Global Reporting Initiative (2013:8), Pada umumnya perusahaan memakai konsep *Global Reporting Initiative* (GRI) sebagai tumpuan dalam terbentuknya laporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan.

Global Reporting Initiative (2013:8), Konsep *sustainability report* merupakan konsepsi dari konsep laporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang digagaskan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) karena ada sebagai akibat dari konsep *sustainability development*. Dalam *sustainability report* menggunakan konsep *triple bottom line*, dimana konsep *triple bottom line* (tiga prinsip dasar), yaitu:

1. *Global Reporting Initiative* (2013:8), *Profit*, yang berarti orientasi dalam setiap perusahaan harus tetap dilakukan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi yang maksimal supaya tetap dapat beroperasi dalam jangka panjang dan mengalami pengembangan.
2. *Global Reporting Initiative* (2013:8), *People*, yang berarti rasa kepedulian harus dimiliki perusahaan demi mensejahterahkan setiap manusia.

3. *Global Reporting Initiative*(2013:8), *Planet*, yang berarti rasa kepedulian perusahaan terhadap keberlangsungan beraneka ragam hayati dan lingkungan hidup perusahaan.

Dengan bertumpu pada ketiga prinsip dasar diatas, perusahaan sebaiknya tidak cukup hanya melaporkan suatu hal yang hanya dinilai pada sisi ekonomi saja, tetapi juga harus menilai dari sisi lain selain sisi ekonomi, yaitu lingkungan dan sosial.

Berdasarkan beberapa pengertian *Corporate Social Responsibility*(CSR)di atas, maka *Corporate Social Responsibility*(CSR)dapat diartikan sebagai suatu kegiatan organisasi atau perusahaandalam segala aspek operasional perusahaan terhadap masalah-masalah yang berdampak pada lingkungan seperti limbah,polusi,tenaga kerja dan keamanan produk dimana perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, komunitas, lingkungan dan pemegang saham.

2.3.2. Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Di penelitian kali ini *Corporate Social Responsibility*(CSR) dihitung dengan memakai *Corporate Social Disclosure Index* (CDSI).

Menurut Haniffa dan Cooke dalam Widodo (2018:10), instrumen pengukuran CSRI dilakukan dengan menggunakan pendekatan kelompok, yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Kemudian, keseluruhan skor setiap item dihitung guna mendapatkan keseluruhan total skor pada setiap perusahaan.

Menurut Haniffa dan Cooke dalam Widodo (2018:10), dapat dirumuskan perhitungan CSDI sebagai berikut:

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

Dimana:

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* Perusahaan j

n_j : Jumlah item untuk perusahaan j , $n_j \leq 91$

X_{ij} : *Dummy* variabel, 1 jika item i diungkapkan, 0 jika item i tidak diungkapkan

2.4. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Retno Kusuma Dewi dan Bambang Widagdo (2012)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Kinerja Perusahaan	<i>Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Kinerja Perusahaan</i>	<i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Perusahaan. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Perusahaan
2	Muhamad Iqbal (2016)	Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Dan <i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Intellectual Capital, Corporate Social Responsibility, Kinerja</i>	<i>Intellectual capital</i> berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan. <i>Corporate social responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap kinerja

		Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris : Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Periode 2012-2014)	Perusahaan	perusahaan
3	Edwin Widodo dan Maswar Patu Priyadi (2018)	Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Perusahaan	<i>Intellectual Capital, Corporate Social Responsibility</i> , Kinerja Perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>intellectual capital</i> berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan
4	Hamdani Arifulsyah, dan Suci Nurulita (2020)	Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perkebunan	<i>Intellectual Capital</i> , Kinerja Keuangan	ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sementara variabel lain, yaitu <i>Intellectual Capital</i> tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.
5	Mohamed A. K. Basuony, Reham I. Elseidi, Ehab K. A. Mohamed (2014)	<i>The Impact Of Corporate Social Responsibility On Firm Performance: Evidence From A Mena Country</i>	<i>Corporate Social Responsibility, Organization Performance</i>	<i>CSR dimensions have significant relationship with firm financial performance.</i>

Sumber: Data diolah Peneliti (2021)

2.5. Kerangka Konseptual

Berdasarkan landasan teori dan beberapa penelitian terdahulu, penelitian ini menguji pengaruh *Intellectual Capital* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini menggunakan variabel dependen dan

independen. Variabel dependen yang digunakan adalah kinerja perusahaan, sedangkan variabel independennya adalah *intellectual capital* dan *corporate social responsibility*.

2.5.1. Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Kinerja Perusahaan

Menurut Ulum dalam Arifulsyah dan Nurulita (2020), dari segi perspektif strategik, maka *Intellectual Capital* dapat digunakan dalam menciptakan dan menggunakan pengetahuan untuk memperluas kinerja keuangan perusahaan. Apabila dilihat dari sisi pengukuran, maka fokus pada bagaimana suatu mekanisme pelaporan yang baru dapat dibangun dengan mengukur informasi non keuangan, kualitas, dan elemen-elemen *Intellectual Capital*, dalam proses ini, sering disampaikan bahwa akuntansi tradisional dan pelaporan keuangan telah menjadi semakin kurang bermanfaat.

Arifulsyah dan Nurulita (2020), *Intellectual Capital* tersebut jelas merupakan upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam mengelola manajemen perusahaannya baik dalam bentuk pengelolaan sumber daya manusia perusahaan tersebut, maupun pengelolaan strategi dan manajemen produksi yang nantinya bisa bermanfaat dalam menunjang kinerja keuangan perusahaan tersebut.

2.5.2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan

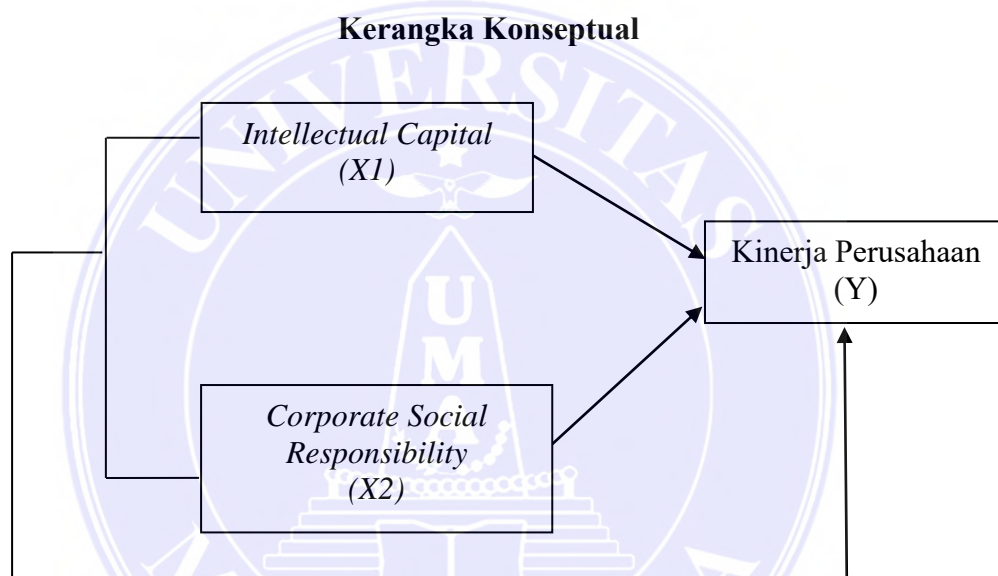
Menurut Almilia dan Wijayanti dalam Dewi dan Widagdo (2012), Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Asimetri informasi (*opportunity*) dapat dikurangi dengan *Corporate Social Responsibility* yang diungkapkan dalam CSR-disclosure. Perusahaan dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif guna meningkatkan kinerja perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga direspon negatif melalui penurunan harga saham.

2.5.3. Pengaruh *Intellectual Capital* Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan

Berdasarkan penjelasan mengenai pengaruh intellectual capital dan corporate social responsibility terhadap kinerja perusahaan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa intellectual capital dan corporate social responsibility berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Beberapa teori di atas menjelaskan hubungan antar variabel penelitian, maka kerangka konseptual dalam penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 2.5



Sumber: Data diolah Peneliti (2021)

2.6. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:95) hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: *Intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah tangga yang terdaftar di BEI

- H2: *Corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah tangga yang terdaftar di BEI
- H3: *Intellectual capital* dan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah tangga yang terdaftar di BEI



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2017 : 57) Penelitian dengan jenis asosiatif dapat dikatakan penelitian yang dilaksanakan guna melihat suatu hubungan di antara dua variabel (variabel independent dan dependen) atau lebih.

Penelitian dengan jenis asosiatif ini nantinya akan digunakan hubungan kausal yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat, dimana didalamnya terdapat *variabel independen* dan *variabel dependen*. Penelitian ini digunakan untuk melihat pengaruh *intellectual capital* dan *corporate social responsibility* terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan subsektor kosmetik dan peralatan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2019.

3.1.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah perusahaan subsektor kosmetik dan peralatan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2019.

3.1.3 Waktu Penelitian

Adapun perencanaan waktu dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1.
Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	2020			2021								
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agust	
1	Pengajuan Judul Skripsi	■											
2	Pembuatan Proposal		■										
3	Bimbingan Proposal		■	■	■								
4	Seminar Proposal					■							
5	Pengumpulan dan Analisis Data						■						
6	Penyusunan dan Bimbingan Skripsi						■	■					
7	Seminar Hasil										■		
8	Pengajuan Berkas Sidang										■	■	
9	Sidang Meja Hijau												■

Sumber: Data diolah Peneliti (2021)

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80), Populasi dapat dikatakan sebagai suatu wilayah generalisasi yang pada dasarnya terdiri atas objek maupun subjek yang memiliki nilai kualitas dan karakteristik yang sebelumnya sudah ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari kemudian ditarik kesimpulan dari hasil penelitian tersebut.

Pada penelitian yang dilakukan saat ini populasi yang dipakai merupakan seluruh laporan keuangan yang ada pada perusahaan subsektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Adapun

seluruh perusahaan yang terdaftar pada subsektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI adalah:

1. Akasha Wira International Tbk.
2. Kino Indonesia Tbk.
3. Cottonindo Ariesta Tbk.
4. Martina Berto Tbk.
5. Mustika Ratu Tbk.
6. Mandom Indonesia Tbk.
7. Unilever Indonesia Tbk.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81), sampel dapat dikatakan bagian yang merupakan jumlah dan nilai karakteristiknya ada pada populasi di dalam penelitian tersebut. Karenaketerbatasan dari dana yang ada, tenaga maupun waktu, maka peneliti bisamemakaisampel yang diambil dari populasi yang ada dan sudah ditentukan.

Teknik yang digunakan gunamemilih sampel penelitian pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2017:85), Teknik *purvosive sampling* dapat dikatakan suatu teknik di dalam membuat penentuan pada sampel dengancara memberi pertimbangan tertentu saat memilih sampel tersebut.

Peneliti memilih sampel ini berdasarkan atas dasar kriteria-kriteria yang telah dipertimbangkan oleh peneliti dalam menentukan sampel. Makakriteria-kriteria dalam pemilihan sampel adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan telah terdaftar pada Sektor industri barang konsumsi Sub Sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga di Bursa Efek Indonesia.
2. Perusahaan menyajikan laporan keuangan dalam rupiah setiap tahun secara berturut-turut selama periode 2014-2019.
3. Perusahaan memiliki kelengkapan data penelitian.

Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh sampel sebanyak 5 perusahaan (Akasha Wira International Tbk., Martina Berto Tbk., Mustika Ratu Tbk., Mandom Indonesia Tbk., Unilever Indonesia Tbk.) dengan tahun penelitian 2014-2019, sehingga data sampel 5 perusahaan x 6 tahun = 30 data sampel.

3.3 Definisi Operasional Variabel

Menurut Indriantoro dan Bambang (2014:96), definisi operasional ialah variabel yang memiliki penjelasan sebuah arti dan gambaran tentang seperti apa cara pengukuran dalam sebuah variabel. Pada penelitian ini ada dua variabel, pertama variabel independen dan kedua variabel dependen.

3.3.1 Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel dependen dikatakan suatu variabel yang dipengaruhi dimana variabel yang dimaksud menjadi akibat karena adanya variabel independen. Variabel dependen yang dipakai dalam penelitian ini yaitu variabel Kinerja Perusahaan atau disebut variabel Y.

3.3.2 Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2017:61) variabel independen dapat dikatakan variabel stimulus, variabel *antecedent*, atau variabel *predictor* yaitu variabel yang memiliki pengaruh atau variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen.

Variabel Independen yang dipakai dalam penelitian ini adalah *Intellectual Capital*(variabel X1) dan *Corporate Social Responsibility (CSR)*(variabel X2).

Tabel 3.2.
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Rumus	Skala
1	Kinerja Perusahaan (Y)	Tingkat pencapaian perusahaan dalam melaksanakan kegiatan atau aktivitas yang menjadi tanggung jawabnya dalam mengoptimalkan pencapaian visi, misi, dan tujuan yang telah ditetapkan perusahaan yang dapat dinilai dengan cara membandingkan pencapaian dengan target atau dengan kinerja beberapa perusahaan di industri yang sama.	$ROE = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Ekuitas}} \times 100$ <p>Sumber: Brigham dan Houston (2010:149)</p>	Rasio
2	<i>Intellectual Capital</i> (X1)	Aset tidak berwujud namun dapat memberikan nilai tambah dalam sebuah organisasi atau perusahaan.	$VAIC = VACA + VAHU + STVA$ <p>Sumber: Tan, Plowman, dan Hancock dalam Apridhoni (2017:18)</p>	Rasio
3	<i>Corporate Social Responsibility</i> (X2)	Suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi yang diikuti dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.	$CSRI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$ <p>Sumber: Menurut Haniffa dan Cooke dalam Widodo (2018:10)</p>	Ordinal

Sumber: Data diolah Peneliti (2021)

3.4. Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang dipergunakan oleh peneliti bersifat kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:8), jenis data kuantitatif diartikan dengan jenis data yang bersifat dan bernilai angka namun bisa juga disebut dengan data kualitatif yang kemudian diangkakan sehingga disebut data kuantitatif..

3.4.2. Sumber Data

Sumber data yang dipergunakan di dalam penelitian ini yaitu data sekunder. Menurut Sugiyono (2017:137), sumber data sekunder diartikan dengan sumber data yang tidak langsung memberi data-datanya kepada para peneliti dimana peneliti sebagai pengumpul data namun data sekunder berupa data pendukung keperluan dari data primer yang ada dimana data tersebut mampu menunjang penelitian dan berkaitan dengan penelitian yang akan dilaksanakan.

Data yang dipakai di dalam penelitian ini berupa laporan tahunan perusahaan berbentuk data laporan keuangan dari perusahaan subsektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data laporan keuangan nantinya didapat dari *websiteresmi* oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui www.idx.co.id

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti memakai teknik pengumpulan data dokumentasi. Menurut Sugiyono (2017:240), teknik pengumpulan data dokumentasi dapat dikatakan suatu Teknik dimana data yang didapat berupa catatan akan suatu peristiwa berbentuk dokumen yang dihasilkan perusahaan guna

keperluan dari perusahaan tersebut. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan dokumen laporan tahunan perusahaan.

3.6. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini Teknik analisis data yang dipakai menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Uraian langkah dalam menganalisis data yang dimaksudkan dalam metode analisis kali ini adalah sebagai berikut:

3.6.1. Uji Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2011:19), uji statistik deskriptif dikatakan sebagai suatu uji yang memberi gambaran berupa deskripsi dari suatu data yang diperlihatkan dari nilai maksimum, minimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi.

3.6.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik di dalam penelitian dilaksanakan sebelum uji regresi linier berganda, dimana beberapa bagian dari uji asumsi klasik yang dilakukan diantaranya uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

3.6.2.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011:173), Uji normalitas yang dilakukan guna menguji apakah pada model regresi, nilai dari variabel terikat dan variabel bebas dimana keduanya memiliki nilai yang berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal.

Uji normalitas yaitu dengan melihat uji *One Sample K-S (Kolmogorov Smirnov)*.

Menurut Ghozali (2011:173), Dasar pengambilan keputusan di dalam uji normalitas yaitu:

1. Ghozali (2011:173), jika nilai signifikansinya ataupun probabilitasnya $>0,05$ maka dapat dikatakan bahwa residual dari data pada penelitian mempunyai nilai distribusi yang normal.
2. Ghozali (2011:173), jika nilai signifikansinya ataupun probabilitasnya $<0,05$ maka dapat dikatakan residual idari data dalam penelitian tersebut tidak mempunyai nilai distribusi yang normal.

3.6.2.2. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2011:110), Uji autokorelasi mempunyai tujuan untuk menguji bagaimana suatu model regresi linier mempunyai korelasi atau hubungan antara kesalahan dari pengganggu pada tahun t penelitian dengan kesalahan dari pengganggu pada tahun $t-1$ (tahun sebelum tahun t). Apabila terjadi korelasi, maka dapat dikatakan ada masalah autokorelasi di penelitian tersebut.

Pada penelitian ini uji autokorelasi yang dipakai yaitu uji *durbin watson*. Maka pengambilan keputusan atas uji durbin Watson tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3.

Pengambilan Keputusan Durbin Watson

No	Hipotesis Nol	Apabila	Keputusan
1	Tidak ada autokorelasi positif	$0 < d < dl$	tolak
2	Tidak ada autokorelasi positif	$dl \leq d \leq du$	tidak ada keputusan
3	Tidak ada korelasi negatif	$4 - du < d < 4$	tolak
4	Tidak ada korelasi negatif	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$	tidak ada keputusan
5	Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	$du < d < 4 - du$	tidak ditolak

Sumber: Ghozali (2011:110)

3.6.2.3. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2011: 105), ujimultikolinieritas pada umumnya dipakai untuk melakukan pengujian dalam melihat apakah model regresi ditemukan ada dan terjadinya korelasi diantara variabel bebas (independen). Untuk melakukan pengujian multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala.

3.6.2.4. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011:139), Uji heteroskedastisitas pada dasarnya dilakukan untuk melakukan pengujian untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Ada cara-cara yang bisa diuji untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji white.

Pengujian pada penelitian ini memakai uji Grafik Plot. Menurut Ghozali (2011:142), Grafik yang terjadi antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Di dalam uji grafik plot disebut tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

3.6.3. Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2011:105) Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pada analisis regresi linier berganda terdapat lebih dari satu variabel independen yang akan diuji.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah intellectual capital dan corporate social responsibility, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja perusahaan.

Maka dapat dituliskan dengan persamaan sebagai berikut:

$$ROE = \alpha + \alpha_1 ICDScore + \alpha_2 CSR + \varepsilon$$

Dimana:

ROE = Kinerja Perusahaan

α = Konstanta

ICD Score = Intellectual Capital

CSR = *Corporate Social Responsibility*

ε = *Error*

3.6.4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang akan digunakan pada penelitian ini adalah Uji signifikansi t (Uji secara Parsial), Uji Signifikansi F (Uji secara Simultan), dan Uji Koefisien Determinasi.

3.6.4.1. Uji signifikansi t (Uji secara Parsial)

Menurut Ghozali (2011:98) Uji signifikansi t (Uji secara Parsial) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.

Menurut Ghozali (2011:98) Hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut :

1. Apabila tingkat signifikansi $< \alpha$ (0,05) dan t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Apabila apabila tingkat signifikansi $> \alpha$ (0,05) dan t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.6.4.2. Uji Signifikansi F (Uji secara Simultan)

Menurut Ghozali (2011:98), Uji F atau sering disebut *goodness of fit* merupakan pengujian yang digunakan dalam menguji fit model regresi. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05.

Menurut Ghozali (2011:98), Kriteria uji F adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai F signifikan $< (0.05)$ tingkat signifikansi 5% maka model regresi memiliki *goodness of fit*.
2. Jika nilai F signifikan $> (0.05)$ tingkat signifikansi 5% maka model regresi memiliki tidak memenuhi kriteria *goodness of fit*.

3.6.4.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2011:97), Uji Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya dilakukan guna melakukan pengukuran seberapa jauh kemampuan suatu model dalam menjelaskan variasi pada variabel terikat (variabel dependen). Nilai koefisien determinasi biasanya bernilai antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang kecil artinya kemampuan variabel-variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen sangat amat terbatas. Nilai yang mendekati angka satu artinya variabel-variabel independen memberi hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Pada penelitian ini koefisien determinasi dilihat dengan nilai *adjusted R^2* dimana untuk menginterpretasikan besarnya nilai koefisien determinasi harus diubah ke dalam bentuk persentase.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Simpulan pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Secara parsial menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan (Y) pada 5 (lima) perusahaan sub sektor kosmetik keperluan rumah tangga Yang terdaftar di bursa Efek indonesia tahun 2014-2019. Artinya jika *Intellectual Capital* semakin baik dalam pelaksanaannya maka tidak akan memberikan pengaruh sebesar apapun pada kinerja perusahaan.
2. Secara parsial menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan (Y) pada 5 (lima) perusahaan sub sektor kosmetik keperluan rumah tangga Yang terdaftar di bursa Efek indonesia tahun 2014-2019. Artinya jika *Corporate Social Responsibility* semakin baik dalam pelaksanaannya maka kinerja perusahaan yang telah dilakukan semakin baik pula, begitu juga sebaliknya.
3. Secara simultan menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* (X1) dan *Corporate Social Responsibility*(X2) berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan (Y) pada 5 (lima) perusahaan sub sektor kosmetik keperluan rumah tangga yang terdaftar di bursa Efek indonesia tahun 2014-2019. Koefisien determinasi dengan nilai *adjusted R²* adalah sebesar 0,248 yang artinya sebesar 24,8% variabel kinerja perusahaan dipengaruhi oleh *intellectual capital* dan *corporate social responsibility*,

sedangkan sisanya 75,2 % dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dilakukan dalam penelitian ini yaitu *Good Corporate Governance*.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan peneliti pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, kegiatan *Corporate Social Responsibility*(CSR) masih tidak sesuai dengan proses perencanaan nasional, terutama mengenai strategi pembangunan sosial dan pengurangan kemiskinan. Oleh karena itu perlu dibuat program-program yang dapat memberikan manfaat bagi kelangsungan lingkungan dan masyarakat. Hal ini dilakukan agar tanggung jawab sosial dapat memberikan manfaat bukan hanya kepada perusahaan semata tetapi juga kepada lingkungan dan masyarakat sekitar sehingga tetap menjaga nilai *Corporate Social Responsibility*(CSR) agar tetap dapat meningkatkan kinerja perusahaan kedepannya.
2. Bagi peneliti selanjutnya, Diharapkan pada penelitian selanjutnya menggunakan lebih banyak sampel perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia atau dengan menambahkan jumlah variabel independent seperti (*Good Corporate Governance*) agar hasil penelitian yang diperoleh lebih beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Pekanbaru: Zanafa Publishing.
- Apridhoni, M. (2017). *Pengaruh Intellectual Capital dan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan*. Universitas Islam Indonesia.
- Ariantini, G. A., Yuniarta, G. A., & Sujana, E. (2017). Pengaruh Intellectual Capital, Corporate Social Responsibility, Dan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi UNDIKSHA*, 7(1).
- Arifulsyah, H., & Nurulita, S. (2020). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perkebunan. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 13(1), 31–43.
- Arum, T S. 2020. Terdampak Isu Rasisme, Apa Kabar Emiten Perusahaan Kosmetik?. <https://www.solopos.com/terdampak-isu-rasisme-apa-kabar-emiten-perusahaan-kosmetik-1068318>. (Di akses Januari 2021)
- Basuony, M. A. K., Elseidi, R. I., & Mohamed, E. K. A. (2014). The impact of corporate social responsibility on firm performance: Evidence form a mena country. *Corporate Ownership and Control*, 12(1), 761–774. <https://doi.org/10.22495/cocv12i1c9p1>
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2011). *Fundamentals of Financial Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Cahyono, B. (2011). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan dengan Kepemilikan Asing sebagai Variabel Moderating*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Dabas, C. S. (2011). *Doing well by doing good or doing smart? antecedents and outcomes of corporate social performance*. Michigan State University.
- Dewi, R. K., & Widagdo, B. (2012). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1).
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrianto, N., & Supomo, B. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen* (1st ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Initiative, G. R. (2013). G4 Sustainability Reporting Guidelines.
- Iqbal, M. (2016). Pengaruh Intellectual Capital Dan Corporate Social

- Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris : Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Periode 2012-2014). *E-Journal UNP*, 4(1).
- Izati, C., & Margaretha, F. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Basic Industry And Chemicals Di Indonesia. *E-Journal Manajemen*, 1(2), 21–43.
- Marta, K., & Hartane, H. (2013). Pengaruh Intellectual Capital Pada Profitabilitas Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2007-2011. *Journal Business Accounting Review*, 1(2).
- Moeheriono, M. (2012). *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Moerdiyanto, M. (2010). Tingat Pendidikan Manajer dan Kinerja Perusahaan Go-Public (Hambatan atau Peluang?).
- Prastowo, J., & Huda, M. (2011). *Corporate Social Responsibility Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Rusdianto, U. (2013). *CSR Communications A Framework for PR Practitioners*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sangkala, S. (2010). *Intellectual Capital Management: Strategi Membangun Daya Saing Perusahaan*. Jakarta: Yapensi.
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Ulum, I. (2013). Model Pengukuran Kinerja Intellectual Capital Dengan IB-VAIC Di Perbankan Syariah. *Inferensi*, 7(1), 185–206.
- Usman, S. 2017. Unilever mau tiap brand punya brand social mission atau brand purpose. <https://www.merdeka.com/khas/unilever-mau-tiap-brand-punya-brand-social-mission-atau-brand-purpose.html>. (Di akses Januari 2021)
- Widodo, E., & Priyadi, M. P. (2018). Pengaruh Intellectual Capital Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 7(6).



Lampiran 1: Data Tabulasi Variabel

No	Perusahaan	Tahun	ROE (Y)	IC(X1)	CSR (X2)
1	Akasha Wira International Tbk	2014	11	58.922	0.505
2	Akasha Wira International Tbk	2015	10	72.576	0.505
3	Akasha Wira International Tbk	2016	15	106.179	0.505
4	Akasha Wira International Tbk	2017	9	104.358	0.505
5	Akasha Wira International Tbk	2018	11	134.127	0.505
6	Akasha Wira International Tbk	2019	15	123.919	0.637
7	Martina Berto Tbk	2014	0.95	6.887	0.242
8	Martina Berto Tbk	2015	-3.24	7.255	0.275
9	Martina Berto Tbk	2016	2	6.783	0.363
10	Martina Berto Tbk	2017	-5.98	6.166	0.264
11	Martina Berto Tbk	2018	-37.98	3.652	0.308
12	Martina Berto Tbk	2019	-28.47	5.343	0.505
13	Mustika Ratu Tbk.	2014	1.9	19.210	0.385
14	Mustika Ratu Tbk.	2015	0.3	16.689	0.187
15	Mustika Ratu Tbk.	2016	-1.5	11.126	0.154
16	Mustika Ratu Tbk.	2017	-0.35	9.799	0.769
17	Mustika Ratu Tbk.	2018	-0.62	10.321	0.769
18	Mustika Ratu Tbk.	2019	0.04	10.063	0.769
19	Mandom Indonesia Tbk	2014	14	17.374	0.374
20	Mandom Indonesia Tbk	2015	31.8	15.236	0.462
21	Mandom Indonesia Tbk	2016	9.1	12.058	0.462
22	Mandom Indonesia Tbk	2017	9.6	5.466	0.462
23	Mandom Indonesia Tbk	2018	8.8	10.055	0.538
24	Mandom Indonesia Tbk	2019	7.2	9.713	0.538
25	Unilever Indonesia Tbk	2014	134.5	30.822	0.626
26	Unilever Indonesia Tbk	2015	122.2	22.317	0.659
27	Unilever Indonesia Tbk	2016	134.1	23.999	0.659
28	Unilever Indonesia Tbk	2017	141.8	23.585	0.626
29	Unilever Indonesia Tbk	2018	144.6	23.167	0.736
30	Unilever Indonesia Tbk	2019	116.7	22.984	0.824

Lampiran 2: Data Tabulasi dengan variabel X1 telah di Logaritma Naturalkan

No	Perusahaan	Tahun	ROE (Y)	Ln IC (X1)	CSR (X2)
1	Akasha Wira International Tbk	2014	11	4.076214	0.505
2	Akasha Wira International Tbk	2015	10	4.284635	0.505
3	Akasha Wira International Tbk	2016	15	4.66513	0.505
4	Akasha Wira International Tbk	2017	9	4.647831	0.505
5	Akasha Wira International Tbk	2018	11	4.898789	0.505
6	Akasha Wira International Tbk	2019	15	4.81963	0.637
7	Martina Berto Tbk	2014	0.95	1.929628	0.242
8	Martina Berto Tbk	2015	-3.24	1.981717	0.275
9	Martina Berto Tbk	2016	2	1.914355	0.363
10	Martina Berto Tbk	2017	-5.98	1.819007	0.264
11	Martina Berto Tbk	2018	-37.98	1.29527	0.308
12	Martina Berto Tbk	2019	-28.47	1.675701	0.505
13	Mustika Ratu Tbk.	2014	1.9	2.955437	0.385
14	Mustika Ratu Tbk.	2015	0.3	2.814731	0.187
15	Mustika Ratu Tbk.	2016	-1.5	2.409255	0.154
16	Mustika Ratu Tbk.	2017	-0.35	2.28223	0.769
17	Mustika Ratu Tbk.	2018	-0.62	2.334211	0.769
18	Mustika Ratu Tbk.	2019	0.04	2.308829	0.769
19	Mandom Indonesia Tbk	2014	14	2.854972	0.374
20	Mandom Indonesia Tbk	2015	31.8	2.723652	0.462
21	Mandom Indonesia Tbk	2016	9.1	2.489709	0.462
22	Mandom Indonesia Tbk	2017	9.6	1.69851	0.462
23	Mandom Indonesia Tbk	2018	8.8	2.308078	0.538
24	Mandom Indonesia Tbk	2019	7.2	2.273437	0.538
25	Unilever Indonesia Tbk	2014	134.5	3.428222	0.626
26	Unilever Indonesia Tbk	2015	122.2	3.105335	0.659
27	Unilever Indonesia Tbk	2016	134.1	3.178013	0.659
28	Unilever Indonesia Tbk	2017	141.8	3.160607	0.626
29	Unilever Indonesia Tbk	2018	144.6	3.142722	0.736
30	Unilever Indonesia Tbk	2019	116.7	3.134784	0.824

Lampiran 3: Hasil Perhitungan Variabel IC (X1)**Dimana VAIC = VACA +VAHU + STVA**

No	Perusahaan	Tahun	IC (X1)	VACA	VAHU	STVA
1	Akasha Wira International Tbk	2014	58.921	1.148	57.773	2.92862E-06
2	Akasha Wira International Tbk	2015	72.576	1.170	71.406	2.56708E-06
3	Akasha Wira International Tbk	2016	106.179	1.324	104.85	1.94484E-06
4	Akasha Wira International Tbk	2017	104.358	1.057	103.301	2.21453E-06
5	Akasha Wira International Tbk	2018	134.127	1.043	133.084	1.97447E-06
6	Akasha Wira International Tbk	2019	123.919	0.969	122.95	1.80193E-06
7	Martina Berto Tbk	2014	6.886	0.921	5.965	2.03976E-06
8	Martina Berto Tbk	2015	7.255	0.933	6.322	2.07774E-06
9	Martina Berto Tbk	2016	6.782	0.965	5.817	1.94607E-06
10	Martina Berto Tbk	2017	6.165	1.018	5.146	1.91614E-06
11	Martina Berto Tbk	2018	3.651	0.772	2.879	2.81346E-06
12	Martina Berto Tbk	2019	5.342	1.346	3.996	2.3683E-06
13	Mustika Ratu Tbk.	2014	19.210	0.689	18.520	3.62104E-06
14	Mustika Ratu Tbk.	2015	16.688	0.67	16.015	3.69659E-06
15	Mustika Ratu Tbk.	2016	11.125	0.567	10.558	4.32339E-06
16	Mustika Ratu Tbk.	2017	9.798	0.596	9.202	4.07675E-06
17	Mustika Ratu Tbk.	2018	10.321	0.541	9.780	4.50956E-06
18	Mustika Ratu Tbk.	2019	10.062	0.539	9.523	4.50096E-06
19	Mandom Indonesia Tbk	2014	17.373	1.420	15.953	5.26898E-07
20	Mandom Indonesia Tbk	2015	15.235	1.038	14.197	5.219E-07
21	Mandom Indonesia Tbk	2016	12.057	1.097	10.959	4.64166E-07
22	Mandom Indonesia Tbk	2017	5.465	0.627	4.838	6.80588E-07
23	Mandom Indonesia Tbk	2018	10.055	1.099	8.955	4.09571E-07
24	Mandom Indonesia Tbk	2019	9.712	1.157	8.554	3.77713E-07
25	Unilever Indonesia Tbk	2014	30.821	5.553	25.268	3.64346E-08
26	Unilever Indonesia Tbk	2015	22.316	5.680	16.636	3.42746E-08
27	Unilever Indonesia Tbk	2016	23.999	6.378	17.620	3.14354E-08
28	Unilever Indonesia Tbk	2017	23.584	6.248	17.336	3.01199E-08
29	Unilever Indonesia Tbk	2018	23.166	4.728	18.438	2.70879E-08
30	Unilever Indonesia Tbk	2019	22.983	6.245	16.738	2.85051E-08

Lampiran 4: Hasil Perhitungan VACA, Dimana $VACA = VA / CE$

No	Perusahaan	Tahun	VACA	VA = out - in	OUT	IN	CE
1	Akasha Wira	2014	1.148	335,548	578,784	243,236	292,145
2	Akasha Wira	2015	1.170	384,093	669,725	285,632	328,269
3	Akasha Wira	2016	1.324	509,278	887,663	378,385	384,388
4	Akasha Wira	2017	1.057	447,191	814,490	367,299	423,011
5	Akasha Wira	2018	1.043	502,659	804,302	301,643	481,914
6	Akasha Wira	2019	0.969	550,447	834,330	283,883	567,937
7	Martina Berto	2014	0.921	408,074	671,399	263,325	442,892
8	Martina Berto	2015	0.933	405,164	694,783	289,619	434,214
9	Martina Berto	2016	0.965	425,526	685,444	259,918	440,927
10	Martina Berto	2017	1.018	420,487	731,577	311,090	412,743
11	Martina Berto	2018	0.772	232,015	502,518	270,503	300,500
12	Martina Berto	2019	1.346	316,586	537,568	220,982	235,171
13	Mustika Ratu	2014	0.689	261,253	434,747	173,494	378,955
14	Mustika Ratu	2015	0.67	253,629	428,093	174,464	377,026
15	Mustika Ratu	2016	0.567	209,393	344,361	134,968	369,089
16	Mustika Ratu	2017	0.596	218,638	344,679	126,041	366,731
17	Mustika Ratu	2018	0.541	199,078	300,573	101,495	367,974
18	Mustika Ratu	2019	0.539	198,845	305,225	106,380	368,642
19	Mandom Indonesia	2014	1.420	1,778,934	2,308,204	529,270	1,252,171
20	Mandom Indonesia	2015	1.038	1,781,114	2,314,890	533,776	1,714,871
21	Mandom Indonesia	2016	1.097	1,957,828	2,526,776	568,948	1,783,159
22	Mandom Indonesia	2017	0.627	1,165,648	1,706,395	540,747	1,858,326
23	Mandom Indonesia	2018	1.099	2,168,942	2,648,754	479,812	1,972,463
24	Mandom Indonesia	2019	1.157	2,338,033	2,804,152	466,119	2,019,144
25	Unilever Indonesia	2014	5.553	26,360,217	34,511,000	8,150,783	4,746,514
26	Unilever Indonesia	2015	5.680	27,422,366	36,484,000	9,061,634	4,827,360
27	Unilever Indonesia	2016	6.378	30,005,890	40,054,000	10,048,110	4,704,258
28	Unilever Indonesia	2017	6.248	31,285,581	41,205,000	9,919,419	5,007,180
29	Unilever Indonesia	2018	4.728	34,914,600	41,802,000	6,887,400	7,383,667
30	Unilever Indonesia	2019	6.245	32,985,633	42,923,000	9,937,367	5,281,862

Lampiran 5: Hasil Perhitungan VAHU

Dimana VAHU = VA / HC

No	Perusahaan	Tahun	VA = out - in	HC	VAHU
1	Akasha Wira International Tbk	2014	335,548	5,808	57.773
2	Akasha Wira International Tbk	2015	384,093	5,379	71.406
3	Akasha Wira International Tbk	2016	509,278	4,857	104.854
4	Akasha Wira International Tbk	2017	447,191	4,329	103.301
5	Akasha Wira International Tbk	2018	502,659	3,777	133.084
6	Akasha Wira International Tbk	2019	550,447	4,477	122.950
7	Martina Berto Tbk	2014	408,074	68,405	5.966
8	Martina Berto Tbk	2015	405,164	64,087	6.322
9	Martina Berto Tbk	2016	425,526	73,146	5.817
10	Martina Berto Tbk	2017	420,487	81,696	5.147
11	Martina Berto Tbk	2018	232,015	80,564	2.880
12	Martina Berto Tbk	2019	316,586	79,219	3.996
13	Mustika Ratu Tbk.	2014	261,253	14,106	18.521
14	Mustika Ratu Tbk.	2015	253,629	15,836	16.016
15	Mustika Ratu Tbk.	2016	209,393	19,832	10.558
16	Mustika Ratu Tbk.	2017	218,638	23,759	9.202
17	Mustika Ratu Tbk.	2018	199,078	20,355	9.780
18	Mustika Ratu Tbk.	2019	198,845	20,880	9.523
19	Mandom Indonesia Tbk	2014	1,778,934	111,509	15.953
20	Mandom Indonesia Tbk	2015	1,781,114	125,455	14.197
21	Mandom Indonesia Tbk	2016	1,957,828	178,637	10.960

22	Mandom Indonesia Tbk	2017	1,165,648	240,909	4.839
23	Mandom Indonesia Tbk	2018	2,168,942	242,192	8.955
24	Mandom Indonesia Tbk	2019	2,338,033	273,301	8.555
25	Unilever Indonesia Tbk	2014	26,360,217	1,043,217	25.268
26	Unilever Indonesia Tbk	2015	27,422,366	1,648,366	16.636
27	Unilever Indonesia Tbk	2016	30,005,890	1,702,890	17.621
28	Unilever Indonesia Tbk	2017	31,285,581	1,804,581	17.337
29	Unilever Indonesia Tbk	2018	34,914,600	1,893,600	18.438
30	Unilever Indonesia Tbk	2019	32,985,633	1,970,633	16.739

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 13/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)13/12/21

Lampiran 6: Hasil Perhitungan STVA**Dimana $STVA = ST / VA$**

No	Perusahaan	Tahun	ST	VA = out - in	STVA
1	Akasha Wira International Tbk	2014	0.983	335,548	2.92862E-06
2	Akasha Wira International Tbk	2015	0.986	384,093	2.56708E-06
3	Akasha Wira International Tbk	2016	0.990	509,278	1.94484E-06
4	Akasha Wira International Tbk	2017	0.990	447,191	2.21453E-06
5	Akasha Wira International Tbk	2018	0.992	502,659	1.97447E-06
6	Akasha Wira International Tbk	2019	0.992	550,447	1.80193E-06
7	Martina Berto Tbk	2014	0.832	408,074	2.03976E-06
8	Martina Berto Tbk	2015	0.842	405,164	2.07774E-06
9	Martina Berto Tbk	2016	0.828	425,526	1.94607E-06
10	Martina Berto Tbk	2017	0.806	420,487	1.91614E-06
11	Martina Berto Tbk	2018	0.653	232,015	2.81346E-06
12	Martina Berto Tbk	2019	0.750	316,586	2.3683E-06
13	Mustika Ratu Tbk.	2014	0.946	261,253	3.62104E-06
14	Mustika Ratu Tbk.	2015	0.938	253,629	3.69659E-06
15	Mustika Ratu Tbk.	2016	0.905	209,393	4.32339E-06
16	Mustika Ratu Tbk.	2017	0.891	218,638	4.07675E-06
17	Mustika Ratu Tbk.	2018	0.898	199,078	4.50956E-06
18	Mustika Ratu Tbk.	2019	0.895	198,845	4.50096E-06
19	Mandom Indonesia Tbk	2014	0.937	1,778,934	5.26898E-07
20	Mandom Indonesia Tbk	2015	0.930	1,781,114	5.219E-07
21	Mandom Indonesia Tbk	2016	0.909	1,957,828	4.64166E-07

22	Mandom Indonesia Tbk	2017	0.793	1,165,648	6.80588E-07
23	Mandom Indonesia Tbk	2018	0.888	2,168,942	4.09571E-07
24	Mandom Indonesia Tbk	2019	0.883	2,338,033	3.77713E-07
25	Unilever Indonesia Tbk	2014	0.960	26,360,217	3.64346E-08
26	Unilever Indonesia Tbk	2015	0.940	27,422,366	3.42746E-08
27	Unilever Indonesia Tbk	2016	0.943	30,005,890	3.14354E-08
28	Unilever Indonesia Tbk	2017	0.942	31,285,581	3.01199E-08
29	Unilever Indonesia Tbk	2018	0.946	34,914,600	2.70879E-08
30	Unilever Indonesia Tbk	2019	0.940	32,985,633	2.85051E-08

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 13/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)13/12/21

Lampiran 7: Hasil Perhitungan Variabel CSR (X2)**Dimana CSR = jumlah pengungkapan/ total indikator**

No	Perusahaan	Tahun	Total Indikator Terpenuhi	Total indikator dari GRI	CSR
1	Akasha Wira International Tbk	2014	46	91	0.505495
2	Akasha Wira International Tbk	2015	46	91	0.505495
3	Akasha Wira International Tbk	2016	46	91	0.505495
4	Akasha Wira International Tbk	2017	46	91	0.505495
5	Akasha Wira International Tbk	2018	46	91	0.505495
6	Akasha Wira International Tbk	2019	58	91	0.637363
7	Martina Berto Tbk	2014	22	91	0.241758
8	Martina Berto Tbk	2015	25	91	0.274725
9	Martina Berto Tbk	2016	33	91	0.362637
10	Martina Berto Tbk	2017	24	91	0.263736
11	Martina Berto Tbk	2018	28	91	0.307692
12	Martina Berto Tbk	2019	46	91	0.505495
13	Mustika Ratu Tbk.	2014	35	91	0.384615
14	Mustika Ratu Tbk.	2015	17	91	0.186813
15	Mustika Ratu Tbk.	2016	14	91	0.153846
16	Mustika Ratu Tbk.	2017	70	91	0.769231
17	Mustika Ratu Tbk.	2018	70	91	0.769231
18	Mustika Ratu Tbk.	2019	70	91	0.769231
19	Mandom Indonesia Tbk	2014	34	91	0.373626
20	Mandom Indonesia Tbk	2015	42	91	0.461538
21	Mandom Indonesia Tbk	2016	42	91	0.461538

22	Mandom Indonesia Tbk	2017	42	91	0.461538
23	Mandom Indonesia Tbk	2018	49	91	0.538462
24	Mandom Indonesia Tbk	2019	49	91	0.538462
25	Unilever Indonesia Tbk	2014	57	91	0.626374
26	Unilever Indonesia Tbk	2015	60	91	0.659341
27	Unilever Indonesia Tbk	2016	60	91	0.659341
28	Unilever Indonesia Tbk	2017	57	91	0.626374
29	Unilever Indonesia Tbk	2018	67	91	0.736264
30	Unilever Indonesia Tbk	2019	75	91	0.824176

Lampiran 8: Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROE	30	-37.98	144.60	29.0817	54.12757
IC	30	1.30	4.90	2.8870	1.00715
CSR	30	.15	.82	.5039	.18204
Valid N (listwise)	30				



Lampiran 9: Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	45.27645063
Most Extreme Differences	Absolute	.112
	Positive	.112
	Negative	-.102
Test Statistic		.112
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

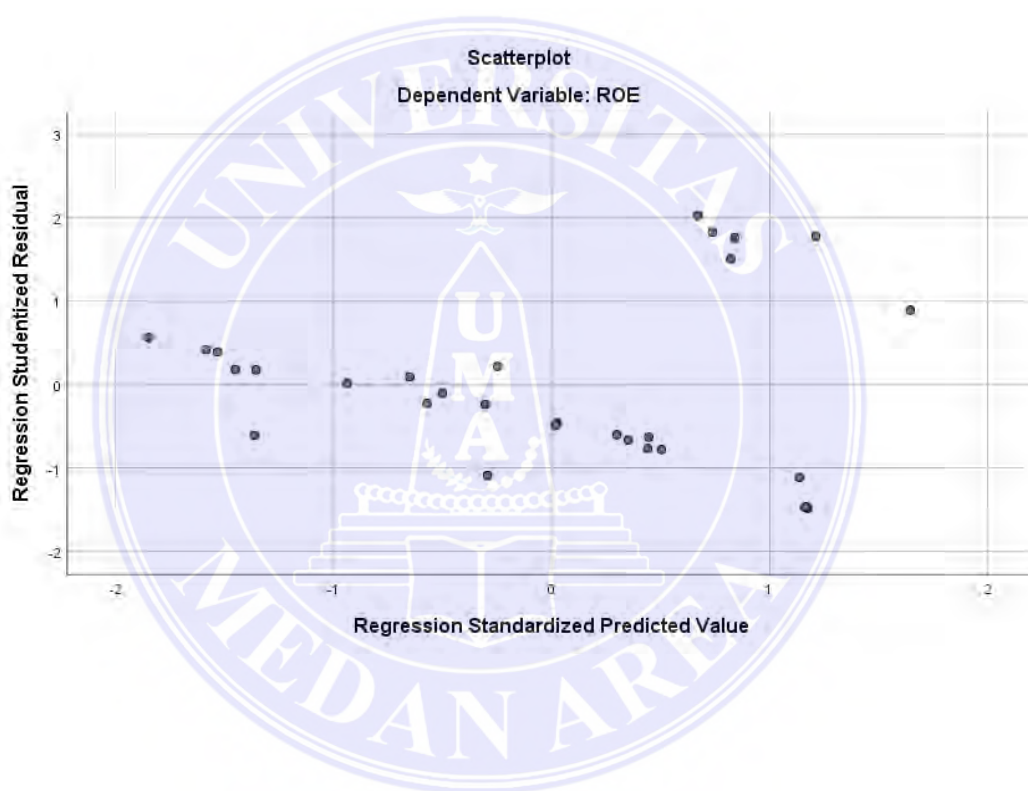
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.548 ^a	.300	.248	46.92340	.596

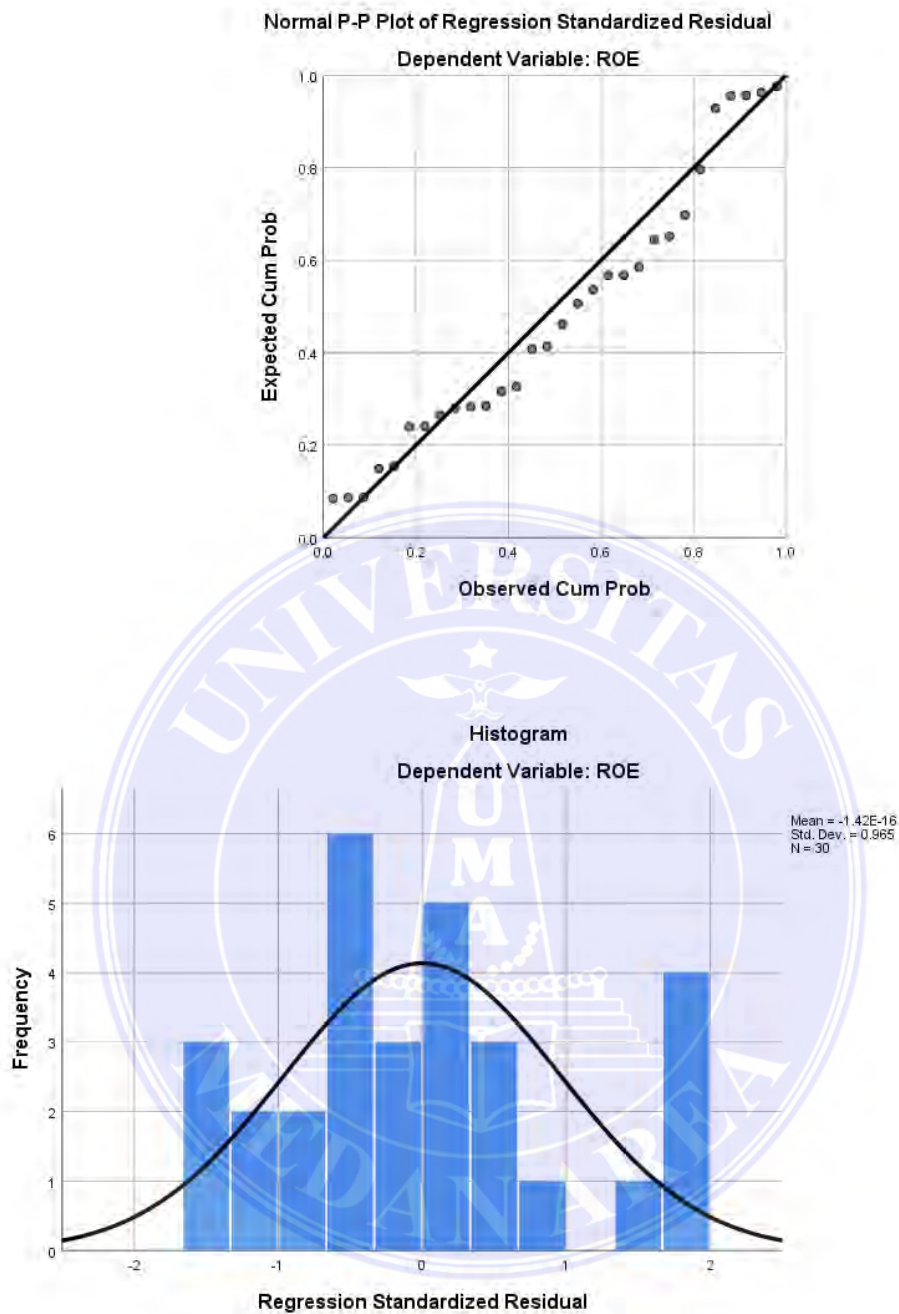
- a. Predictors: (Constant), CSR, IC
 b. Dependent Variable: ROE

Uji Multikolinearitas

Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	IC	.920	1.087
	CSR	.920	1.087

Uji Heterokedastisitas





Lampiran 10: Uji Hipotesis

Uji Regresi Linear Berganda dan Uji Secara Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-66.047	31.836		-2.075	.048
	IC	7.336	9.020	.137	.813	.423
	CSR	146.743	49.902	.494	2.941	.007

Uji Secara Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25515.268	2	12757.634	5.794	.008 ^b
	Residual	59448.752	27	2201.806		
	Total	84964.020	29			

a. Dependent Variable: ROE

b. Predictors: (Constant), CSR, IC

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.548 ^a	.300	.248	46.92340	.596	

a. Predictors: (Constant), CSR, IC

b. Dependent Variable: ROE

Lampiran 11: Surat Keterangan Pengambilan Data / Riset



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998
 Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331
 Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id akademik.feuma@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Nomor : 537/FEB.1/06.5/III/2021

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area dengan ini menerangkan :

Nama : Fera Safitri
 N P M : 178330148
 Program Studi : Akuntansi

Bahwa mahasiswa tersebut diatas telah melaksanakan pengambilan data / riset untuk penulisan skripsi dari jalur Internet yang berjudul

" Pengaruh Intellectual Capital Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia "

Surat keterangan ini dikeluarkan untuk mahasiswa memperoleh data.

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dipergunakan seperlunya.

A.n. Dekan , 01 Maret 2021

Program Studi Akuntansi


 A.n. Dekan, SE, M.ACC, Ak