

SKRIPSI

**PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL, CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY*, DAN *SALES GROWTH*
TERHADAP *FIRM VALUE* PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA TAHUN 2014-2016**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : VALENSIA

NIM : 125140139

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2018

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : VALENSIA
NO. MAHASISWA : 125140139
JURUSAN : AKUNTANSI
BIDANG KONSENTRASI : AKUNTANSI KEUANGAN MENENGAH
JUDUL SKRIPSI : **PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL*,
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY,
DAN *SALES GROWTH* TERHADAP *FIRM*
VALUE PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2014-
2016**

Jakarta, 20 Desember 2017

Pembimbing,



(Drs. I Cenik Ardana M.M., Ak., CA)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

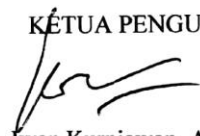
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : VALENSIA
NPM : 125140139
PROGRAM JURUSAN : AKUNTANSI
KONSENTRASI : AKUNTANSI KEUANGAN MENENGAH
JUDUL SKRIPSI : **PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL*,
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY,
DAN *SALES GROWTH* TERHADAP *FIRM VALUE* PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2014-
2016**

Tanggal : 9 Januari 2018

KETUA PENGUJI:


(Drs. Iwan Kurniawan, Ak., CPA.)

Tanggal : 9 Januari 2018

ANGGOTA PENGUJI:


(Drs. I Cenik Ardana, M.M., Ak., CA.)

Tanggal : 9 Januari 2018

ANGGOTA PENGUJI:


(Vidyarto Nugroho, S.E., M.M., Ak., CA.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

ABSTRAK

PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL*, *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, DAN *SALES GROWTH* TERHADAP *FIRM VALUE* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2014-2016

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris pengaruh *intellectual capital*, *corporate social responsibility*, dan *sales growth* terhadap *firm value* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014–2016. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 93 data sampel yang dipilih dengan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variable independen secara simultan dapat memprediksi *firm value* (Tobin's Q) (uji F). Hasil uji t menunjukkan bahwa *intellectual capital* (VAIC) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *firm value*, sedangkan *corporate social responsibility* (CSRI) dan *sales growth* (Growth of Sales) tidak berpengaruh signifikan terhadap *firm value*.

The purpose of this research is to obtain empirical evidence about the effects of intellectual capital, corporate social responsibility, and sales growth on firm value of the manufacturing companies listed in the Indonesia Stock Exchange in the period of 2014-2016. The research is conducted by taking 93 samples using purposive sampling method. The result of this research shows that all the independent variables have effects on firm value (Tobin's Q) simultaneously (F test). The t test results showed that intellectual capital (VAIC) has a significant positive effect on firm value, while corporate social responsibility (CSRI) and sales growth (Growth of Sales) have no significant effect on firm value.

Keywords: Firm Value, Tobin's Q, Intellectual Capital, Corporate Social Responsibility, Sales Growth

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat yang dilimpahkan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya. Penulisan ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.

Penyusunan skripsi ini dapat terlaksana berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. I Cenik Ardana M.M., Ak., CA. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis selama pembuatan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Hendro Lukman, S.E., M.M., CPMA., CA., CPA (Aust.) selaku Ketua Jurusan S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
3. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., MBA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara atas kesempatan yang telah diberikan untuk menyelesaikan skripsi.
4. Para dosen dan staf pengajar Universitas Tarumanagara yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan dan membantu penulis selama kuliah di Universitas Tarumanagara.

5. Papa, Mama, Cece Sisca, Cece Feli yang telah memberikan doa, semangat, dan kasih sayang, baik berupa moril maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat-sahabat penulis, Cyn, David, dan Wilson yang senantiasa mendukung penulis dalam menyusun skripsi.
7. Teman-teman seperjuangan kuliah dan skripsi: BABIES, BAKSO, BEM FE UNTAR, dan teman-teman lainnya yang telah setia mendampingi serta memberikan dorongan semangat dan bantuan kepada penulis.
8. Teman-teman satu bimbingan: Anak-Anak Pak I Cenik yang telah saling membantu, memotivasi, dan sama-sama berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang juga telah turut membantu sampai skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang berguna untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Terima kasih.

Jakarta, 20 Desember 2017

Penulis

Valensia

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
 BAB I PENDAHULUAN	
A. PERMASALAHAN.....	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah	5
3. Batasan Masalah.....	5
4. Rumusan Masalah	5
B. TUJUAN DAN MANFAAT.....	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Manfaat Penelitian	6
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Gambaran Umum Teori	7
1. Teori Keagenan (<i>Agency Theory</i>).....	7
2. Teori Sinyal (<i>Signaling Theory</i>).....	7
3. Teori Pemangku Kepentingan (<i>Stakeholder Theory</i>).....	8
4. Teori Sumber Daya (<i>Resource-Based Theory</i>).....	9
B. Definisi Konseptual Variabel	9
1. Modal Intelektual (<i>Intellectual Capital</i>).....	9

2. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (<i>Corporate Social Responsibility</i>)	11
3. Pertumbuhan Penjualan (<i>Sales Growth</i>).....	12
4. Nilai Perusahaan (<i>Firm Value</i>).....	13
C. Kaitan antara Variabel-Variabel	13
1. Hubungan antara <i>Intellectual Capital</i> dan <i>Firm Value</i>	13
2. Hubungan antara <i>CSR</i> dan <i>Firm Value</i>	14
3. Hubungan antara <i>Sales Growth</i> dan <i>Firm Value</i>	15
D. Penelitian Terdahulu	15
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	19
1. Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap <i>Firm Value</i>	20
2. Pengaruh <i>CSR</i> terhadap <i>Firm Value</i>	20
3. Pengaruh <i>Sales Growth</i> terhadap <i>Firm Value</i>	21

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian	22
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel	22
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen Penelitian	24
D. Analisis Data	27
1. Uji Statistik Deskriptif	27
2. Uji Asumsi Klasik	27
a. Uji Normalitas	27
b. Uji Multikolonieritas	28
c. Uji Autokorelasi	29

d. Uji Heteroskedastisitas	30
E. Asumsi Analisis Data	30
1. Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji Statistik f)	31
2. Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji Statistik t)	31
3. Uji Koefisien Determinasi (Uji <i>Adjusted R²</i>)	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Subjek Penelitian	33
B. Deskripsi Objek Penelitian	35
C. Hasil Uji Asumsi Analisis Data	38
1. Uji Normalitas	39
2. Uji Multikolonieritas	41
3. Uji Autokorelasi	42
4. Uji Heterokedastisitas	43
D. Hasil Analisis Data	44
1. Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji Statistik F)	44
2. Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji Statistik t)	45
3. Uji Koefisien Determinasi (Uji <i>Adjusted R²</i>)	48
E. Pembahasan	52
1. Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Terhadap <i>Firm Value</i>	52
2. Pengaruh <i>CSR</i> Terhadap <i>Firm Value</i>	53
3. Pengaruh <i>Sales Growth</i> Terhadap <i>Firm Value</i>	55
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	59

B. Keterbatasan dan Saran	61
DAFTAR BACAAN	63
LAMPIRAN.....	66
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Fluktuasi dan Standar Deviasi Nilai Perusahaan.....	2
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1	Matriks Operasionalisasi Variabel	25
Tabel 3.2	Pengambilan Keputusan Autokorelasi	29
Tabel 4.1	Subjek Penelitian.....	33
Tabel 4.2	Prosedur Pemilihan Sampel Penelitian	34
Tabel 4.3	Statistik Deskriptif <i>Intellectual Capital</i>	36
Tabel 4.4	Statistik Deskriptif <i>Corporate Social Responsibility</i>	36
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif <i>Sales Growth</i>	37
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif <i>Firm Value</i>	38
Tabel 4.7	Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> (102 sampel).....	39
Tabel 4.8	Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> (93 sampel).....	40
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolonieritas	41
Tabel 4.10	Hasil Uji Autokorelasi.....	42
Tabel 4.11	Hasil Uji Heteroskedastisitas	43
Tabel 4.12	Hasil Uji Statistik F	45
Tabel 4.13	Hasil Uji Statistik t.....	46
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>).....	49
Tabel 4.15	Hasil Analisis Regresi Berganda.....	50
Tabel 4.16	Rangkuman Hasil Uji Hipotesis.....	52
Tabel 4.17	Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Penelitian.....
------------	------------------------------------

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Sampel Penelitian.....	66
Lampiran 2	Hasil Perhitungan <i>Sales Growth</i> 2014-2016	67
Lampiran 3	Hasil Perhitungan <i>VACE</i> 2014-2016.....	69
Lampiran 4	Hasil Perhitungan <i>VAHU</i> 2014-2016	72
Lampiran 5	Hasil Perhitungan <i>STVA</i> 2014-2016.....	75
Lampiran 6	Hasil Perhitungan <i>VAIC</i> 2014-2016.....	78
Lampiran 7	Standar Pengungkapan Item <i>CSR</i> menurut GRI-G4	81
Lampiran 8	Hasil Perhitungan <i>CSRI</i> 2014-2016	85
Lampiran 9	Hasil Perhitungan Nilai Perusahaan.....	88
Lampiran 10	Hasil Output SPSS 20.0	92

BAB I

PENDAHULUAN

A. PERMASALAHAN

1. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi sekarang ini, kegiatan ekonomi berbagai negara di seluruh dunia menjadi terintegrasi tanpa hambatan dan semakin terbuka luas pasarnya, termasuk pula bagi berbagai perusahaan di Indonesia. Perusahaan-perusahaan terutama perusahaan *go public* mulai melakukan berbagai terobosan baru guna memaksimalkan nilai perusahaannya ditengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Memaksimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan utama bagi setiap perusahaan. Bagi perusahaan yang belum *go public*, nilai perusahaan akan terealisasi pada harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual sedangkan bagi perusahaan *go public*, nilai perusahaan mereka tercermin pada harga saham yang diperdagangkan di bursa efek.

Peningkatan nilai perusahaan dapat memberikan sinyal positif kepada investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan. Sebaliknya jika terjadi penurunan pada nilai perusahaan, maka memungkinkan investor mengurungkan niatnya untuk berinvestasi. Tidak hanya penurunan, bahkan ketidakstabilan nilai perusahaan pun dapat menjadi *concern* dari para investor ketika ingin berinvestasi pada suatu perusahaan. Sehingga, adanya ketidakstabilan nilai perusahaan akan menjadi salah satu permasalahan yang mempengaruhi keberlangsungan usaha perusahaan.

Adanya ketidakstabilan nilai perusahaan terjadi hampir pada semua sektor industri di Indonesia. Hal ini tercermin pada tabel di bawah ini dimana berisi data fluktuasi dan standar deviasi nilai perusahaan yang terdaftar di BEI selama tahun 2014-2016:

Tabel 1.1

Data Fluktuasi dan Standar Deviasi Nilai Perusahaan di Indonesia

sumb
er:
data
diolah
, data
statist
ik
tahun
an
BEI
2014-
2016)

INDUSTRI	NILAI PERUSAHAAN			STANDAR DEVIASI NILAI PERUSAHAAN (2014-2016)
	2014	2015	2016	
1. INDUSTRI UTAMA :				
a. <i>Agriculture</i>	4,7	3,6	3,02	7,64046
b. <i>Mining</i>	2,09	1,16	1,76	3,12672
RATA-RATA	3,395	2,38	2,39	
2. INDUSTRI MANUFAKTUR :				
a. <i>Basic Industry and Chemicals</i>	0,6	2,01	5,83	20,55098
b. <i>Miscellaneous Industry</i>	1,12	1,32	1,24	1,72204
c. <i>Consumer Goods Industry</i>	5,38	2,22	5,58	15,4002
RATA-RATA	2,36667	1,85	4,21667	
3. INDUSTRI JASA :				
a. <i>Property, Real Estate, and Building Construction</i>	2,36	2,04	1,78	1,82749
b. <i>Infrastructure, Utilities, and Transportation</i>	1,36	1,93	4,17	8,87791
c. <i>Finance</i>	1,55	1,65	1,97	2,00315
d. <i>Trade, Services, and Investment</i>	2,2	2,17	6,43	13,32599
RATA-RATA	1,8675	1,9475	3,5875	

tabel di atas dapat disimpulkan bahwa perusahaan-perusahaan di sektor industri manufaktur memiliki nilai perusahaan yang paling fluktuatif atau tidak stabil. Hal ini tercermin jelas dimana nilai perusahaan di sektor industri manufaktur memiliki standar deviasi paling tinggi dibandingkan dengan sektor lainnya. Standar deviasi mencerminkan total risiko dari suatu investasi sehingga jika semakin tinggi standar deviasi nilai perusahaan pada suatu sektor industri, maka tentu akan menurunkan niat investor untuk berinvestasi pada sektor industri tersebut karena adanya risiko yang tinggi.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, diantaranya adalah pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, kebijakan hutang, *corporate social responsibility*, struktur modal, profitabilitas, kebijakan dividen, *intellectual capital*, dan yang lainnya. Namun, pada

penelitian ini hanya akan kembali menguji tiga faktor diantaranya, yakni modal intelektual (*intellectual capital*), tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*), dan pertumbuhan penjualan (*sales growth*). Pengujian pengaruh *corporate social responsibility (CSR)* dan *sales growth* terhadap nilai perusahaan bertujuan untuk memperkuat hasil-hasil penelitian terdahulu, terutama dikarenakan masih banyak terdapat pro-kontra. Sedangkan pengujian variabel *intellectual capital (IC)* dikarenakan masih sedikit penelitian tentang pengaruh variabel ini terhadap nilai perusahaan di Indonesia.

IC merupakan sumber daya berkelanjutan untuk dapat memperoleh dan mempertahankan suatu *competitive advantage* sehingga menjadi salah satu komponen penting di perusahaan. Perkembangan *IC* di Indonesia dimulai setelah munculnya PSAK No.19 (revisi 2000) tentang aset tidak berwujud. Namun dalam kenyataannya, perusahaan-perusahaan di Indonesia belum memberikan perhatian yang lebih terhadap ketiga komponen *IC*, yaitu *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital* (Randa & Solon, 2012). Padahal ketiga komponen *IC* tersebut sangat penting guna menciptakan nilai tambah bagi perusahaan di era persaingan bisnis sekarang ini. Penelitian Lestari & Sapitri (2016) menyatakan bahwa *IC* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, namun penelitian Luthan, Asniati, dan Yohana (2016) menemukan hasil berbeda dimana *IC* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu informasi yang harus tercantum di dalam laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan *CSR* dalam laporan tahunan dapat memperkuat citra perusahaan dan menjadi salah satu pertimbangan bagi investor dalam berinvestasi karena perusahaan tersebut dianggap tidak lagi hanya mengejar profit semata tetapi juga memperhatikan keadaan lingkungan dan masyarakat.

Semakin banyak pengungkapan aktivitas CSR oleh perusahaan, maka publik akan memberikan apresiasi positif yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan sehingga nilai perusahaan pun akan semakin meningkat. Pernyataan tersebut didukung dengan penelitian Fauzia & Amanah (2016), dimana CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian Luthan, Asniati, dan Yohana (2016) menyatakan hasil sebaliknya, yaitu CSR berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penjualan juga merupakan salah satu faktor penting yang menentukan kelangsungan hidup perusahaan. Jika tingkat penjualan perusahaan tinggi, berarti laba perusahaan juga akan meningkat, dengan meningkatnya laba maka akan berdampak positif pada nilai perusahaan pula. Sukaenah (2015) memperkuat pernyataan tersebut dengan hasil penelitiannya dimana pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Salempang, Sondakh, dan Pusung (2016) memiliki hasil kontradiksi dimana pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Luthan, Asniati, dan Yohana (2016) dengan subjek penelitian di *Indonesia Stock Exchange* mengenai “*A Correlation of CSR and Intellectual Capital, its Implication toward Company's Value Creation*”. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terdapat pada bagian variabel independen dan periode penelitiannya. Pada penelitian sebelumnya variabel independen yang digunakan adalah *Intellectual Capital*, *CSR*, *Company's Growth*, dan *Firm Size*, serta periode penelitiannya adalah tahun 2010-2014. Sedangkan dalam penelitian ini variabel independen yang kembali diuji adalah *Intellectual Capital* dan *CSR*, serta menambahkan satu variabel independen, yaitu *Sales Growth*. Selain itu, periode penelitian ini adalah tahun 2014-2016.

Penelitian ini termotivasi untuk menguji apakah ketiga variabel tersebut mempengaruhi nilai perusahaan sehingga nantinya dapat

digunakan sebagai bahan pertimbangan investor untuk berinvestasi secara tepat. Maka dari itu, penelitian ini diberi judul: **“PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, DAN SALES GROWTH TERHADAP FIRM VALUE PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2014-2016.”**

2. Identifikasi Masalah

Salah satu permasalahan yang dihadapi perusahaan-perusahaan di Indonesia saat ini adalah terjadinya fluktuasi nilai perusahaan, terutama di sektor industri manufaktur yang memiliki standar deviasi nilai perusahaan paling tinggi dibandingkan dengan sektor industri lainnya. Dengan adanya permasalahan tersebut, penelitian terhadap nilai perusahaan penting dilakukan kembali untuk menguji apakah *Intellectual Capital*, *Corporate Social Responsibility*, dan *Sales Growth* merupakan ketiga faktor diantaranya yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Batasan Masalah

Adanya batasan masalah dalam penelitian ini dibuat mengingat luasnya ruang lingkup permasalahan yang ada dan disamping itu terdapat keterbatasan waktu dan tenaga pula. Sehingga, batasan masalah dalam penelitian ini adalah subjek penelitian yang digunakan hanya mencakup perusahaan manufaktur yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2014-2016 dengan menggunakan tiga variabel independen, yaitu *Intellectual Capital*, *Corporate Social Responsibility*, dan *Sales Growth*.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah *intellectual capital* berpengaruh positif signifikan terhadap *firm value*?

- b. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap *firm value*?
- c. Apakah *sales growth* berpengaruh positif signifikan terhadap *firm value*?

B. TUJUAN DAN MANFAAT

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikansi *intellectual capital* terhadap *firm value*.
- b. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikansi *corporate social responsibility* terhadap *firm value*.
- c. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikansi *sales growth* terhadap *firm value*.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu:

- a. Bagi Investor
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai dasar pengambilan keputusan investasi di Pasar Modal.
- b. Bagi Manajemen Perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai dasar pengambilan keputusan dalam meningkatkan nilai perusahaannya.
- c. Bagi Pengembangan Penelitian
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi serta pertimbangan bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian tentang nilai perusahaan.
- d. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta ilmu pengetahuan bagi para pembaca mengenai nilai perusahaan dan variabel-variabel yang mempengaruhinya.

DAFTAR BACAAN

- Agoes, Sukrisno dan I Cenik Ardana. (2009). *Etika Bisnis dan Profesi*. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. (2011). *Etika Bisnis dan Profesi: Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya*. Edisi Revisi. Jakarta: Salemba Empat.
- Aritonang, Lerbin R. (2007). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Barney, J.B., & D. N. Clark. (2007). *Resource-Based Theory: Creating and Sustaining Competitive Advantage*. Oxford: Oxford University Press.
- Barton, Sidney L., Ned C. Hill & Sirinivasan Sundaran, (1989). "An Emprical Test of Stakeholder Theory Prediction of Capital Structure". Journey of The Financial Management Association, Spring Ratio Valution Models. *Journal of Finance & Accounting*, Vol. 26 (3), hal. 393-416.
- Belkaoui, Ahmed Riahi. (2003). Intellectual Capital and Firm Performance US Firm: A Study of The Resource Based and Stakeholders View. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 4 (2), hal. 215-226.
- Bukh, et al. (2001). "Constructing Intellectual Capital Statements", *Scandinavian Journal of Management*, Vol. 17 (1), hal. 87-108.
- Elkington, John. (1998). *Cannibals with Forks. The Triple Bottom Line of the 21st Century*. Oxford: Capstone.
- Fauzia, Norma & Lailatul Amanah. (2016). Pengaruh Intellectual Capital, Karakteristik Perusahaan, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 5 (4), hal. 1-22.
- Ghozali, Imam & Anis Chariri. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitman, Lawrence J. (2006). *Principles of Mangerial Finance*, Seventeenth Edition. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company.

- Global Reporting Initiatives (GRI). (2014). Prinsip-Prinsip Pelaporan dan Pengungkapan Standar. Available at: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Bahasa-Indonesian-G4-Part-One.pdf>
- Hadi, Nor. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hartono. (2005). Hubungan Teori Signalling dengan Underpricing Saham Perdana di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 5 (1), hal. 35-50.
- Jensen, Michael C. & William H. Meckling. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*. Vol. 3 (4), hal. 305-360.
- Jogiyanto, Hartono. (2003). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, Edisi Ketiga, Yogyakarta: BPFE.
- Kujansivu, P & A. Lonnqvist. (2007). "How do investments in intellectual capital create profits?", *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, Vol. 8 (2), hal. 272-287.
- Kusumajaya, D. K. (2011). "Pengaruh Struktur Modal Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia". *Tesis*. Program Pasca Sarjana Universitas Udayana: Denpasar.
- Lestari, Nanik & Rosi Candra Sapitri. (2016). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, dan Manajemen Bisnis*, Vol. 4 (1). hal. 28-33.
- Luthan, Elvira, Asniati, & Deni Yohana. (2016). A Correlation of CSR and Intellectual Capital, its Implication toward Company's Value Creation, *International Journal of Business and Management Invention*, Vol. 5 (11), hal. 88-94.
- Messier, W. F., Glover, S. M., & Prawitt, D. F. (2006). *Auditing & Assurance Services*, Alih Bahasa Nuri Hinduan. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Moeljadi & Triningsih Sri Supriyati. (2014). Factors Affecting Firm Value: Theoretical Study on Public Manufacturing Firms in Indonesia. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, Vol. 5 (2), hal. 6-15.
- Noviana, Vidyanita Hesti, Suhadak & Siti Ragil Handayani (2013). The Influence of Profitability, Solvability, Asset Growth, and Sales Growth Towards Firm Value. *E-Journal of Administrative Science Brawijaya University*.

- Pantow, Mawar Sharon R., Sri Murni, & Irvan Trang. (2015). Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, *Return on Asset*, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat di Indeks LQ 45, *Jurnal EMBA*, Vol. 3 (1), hal. 961-971.
- Prasetyanto, Pramudityo. (2013). Pengaruh Struktur Kepemilikan Dan Kinerja Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Keuangan di BEI Periode Tahun 2009-2011), *E-Jurnal Universitas Diponegoro*.
- Pulic, A. (1998). Measuring The Performance of Intellectual Potential in Knowledge Economy. Available at: www.vaic-on.net
- Randa, F & S.A. Solon. (2012). Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Sistem Informasi Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 10 (1), hal. 24-47.
- Republik Indonesia. (2007). Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseoran Terbatas. Lembaran Negara RI Tahun 2007. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Rosiana, Gusti Ayu Made Ervina, Gede Juliarsa, & Maria M. Ratna Sari. (2013). Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 5 (3), hal. 723-738.
- Salempang, L. Elisabeth, Jullie J. Sondakh, & Rudy J. Pusung. (2016). Pengaruh ROA, Debt to Equity, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Real Estate dan Property yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2014, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol. 16 (3), hal. 813-824.
- Salvatore, Dominick. (2005). *Managerial Economics*, Fifth Edition. Singapore: Thomson Learning.
- Sekaran, Uma & Roger Bougie. (2013). *Research Method For Bussiness*, Sixth Edition. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd.
- Subramanyam, K.R. (2014). *Financial Statement Analysis*. Eleventh Edition. Singapore: Mc Graw Hill.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: CV Alfabeta.
- Sukaenah. (2015). Pengaruh Earning Per Share (EPS), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan Pada

Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2013, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Pandanaran Semarang*.

Wardoyo & Theodora Martina Veronica. (2013). Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, & Kinerja Keuangan, *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol. 4 (2), hal 132-149.

Weston, J. F, & Brigham. (1998). *Manajemen Keuangan*, Edisi Kesembilan, Alih Bahasa Kirbrandoko, Jakarta: Erlangga.