

Human Capital sebagai Pemoderasi Hubungan antara Corporate Social Responsibility dengan Nilai Perusahaan

Fitria Siskha Prastiwi¹, Siti Istikhoroh², Mutiara Rachma Ardiani³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2,3}

Email : fitriaskhap@gmail.com¹, mutiara@unipasby.ac.id³

Koresponden: istikhoroh_siti@unipasby.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of human capital as a moderator of the relationship between corporate social responsibility and firm value. The dependent variable used in this study is corporate social responsibility, while the independent variables used in this study are firm value, and human capital as a moderating variable. The population in this test are consumer goods companies in the food and beverage sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2015 – 2019. The sample was selected using a purposive examination method with established standards. The sample selected in this study were 11 of 30 companies. The statistical tool used in this research is SPSS 20.0. The results of this study indicate that corporate social obligations have no significant effect on firm value while human capital cannot moderate the relationship between CSR and firm value.

Keywords : *Corporate Social Responsibility, Human Capital, Firm Value*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *human capital* sebagai pemoderasi hubungan antara *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* sedangkan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan, dan *human capital* sebagai variabel pemoderasi. Populasi dalam pengujian ini adalah perusahaan barang konsumsi di sub sektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015 – 2019. Sampel tersebut dipilih dengan menggunakan metode pemeriksaan purposive dengan standar yang telah ditetapkan. Sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah 11 dari 30 perusahaan. Alat statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS 20.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kewajiban sosial perusahaan tidak berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan sementara sumber daya manusia (*human capital*) tidak dapat memoderasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

Kata kunci : *Corporate Social Responsibility, Human Capital, Nilai Perusahaan*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia menyebabkan persaingan di berbagai bidang. Kemajuan teknologi yang memicu timbulnya persaingan yang ketat dalam dunia bisnis, sehingga pelaku bisnis mulai memikirkan inovasi serta ide yang kreatif dalam menjalankan bisnisnya. Perusahaan mulai memikirkan agar usaha yang dibangun tetap bertahan bahkan tetap dapat bersaing dengan perusahaan – perusahaan lainnya. Menurut (Fariana 2014) agar perusahaan dapat bertahan maka perusahaan harus melakukan perubahan bisnis yang berdasarkan tenaga kerja menuju pada arah bisnis berdasarkan pengetahuan, sehingga ilmu pengetahuan sebagai tujuan utamanya.

Dalam jangka panjang, tujuan didirikannya perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan, karena peningkatan nilai perusahaan merupakan cerminan kinerja perusahaan yang baik. Jika perusahaan memiliki nilai perusahaan tinggi maka investor akan tertarik dan memberikan investasinya pada perusahaan. Untuk meningkatkan nilai perusahaan salah satu caranya yakni dengan tingginya harga saham. Harga saham yang tinggi membuat tingginya nilai perusahaan sehingga meningkatkan kepercayaan pasar kepada perusahaan di saat ini juga saat di masa mendatang.

Berbagai upaya dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuannya dari kegiatan itu muncul berbagai kerusakan pada lingkungan alam, hal ini mempengaruhi keberadaan manusia dan semua

makhluk hidup di bumi. Untuk menanggulangi hal tersebut pemerintah mengeluarkan aturan yang harus di patuhi oleh setiap perusahaan yakni ada pada UU no 40 tahun 2009 pasal 74. Penerapan kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang baik dapat mempererat komunikasi antara perusahaan dengan *stakeholder* sehingga dapat melaksanakan tujuan serta visi misi perusahaan dengan baik Istikhoroh & Suhardiyah (2016). Menurut Hamdani (2016:174) Kegiatan *corporate social responsibility* perusahaan merupakan dorongan untuk melaksanakan kewajiban perusahaan kepada mitranya, khususnya kepada lingkungan lokal atau daerah sekitar wilayah kerja dan kegiatannya.

Pada akhir tahun 2010, ISO 26000 dirilis ISO ini berisi tentang *International Guidance for Social Responsibility*, perilsan ISO tersebut membuat banyak pihak tersadar bahwa kegiatan Tanggung jawab sosial bukan hanya menjadi kewajiban korporat, tetapi kegiatan ini juga menjadi tanggung jawab bersama termasuk perusahaan. ISO 26000 berisi “Tanggung jawab organisasi terkait dengan dampak, keputusan dan kegiatan di masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis yang memberikan kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan, kesehatan dan sejalan dengan norma – norma perilaku internasional dan terintegrasi di seluruh organisasi serta dipraktikkan dalam hubungannya”. Untuk mengungkapkan kegiatan *corporate social responsibility* pada perusahaan, peneliti menggunakan pedoman GRI G4 yang diterbitkan tahun 2013 sebagai indicator pengungkapan CSR.

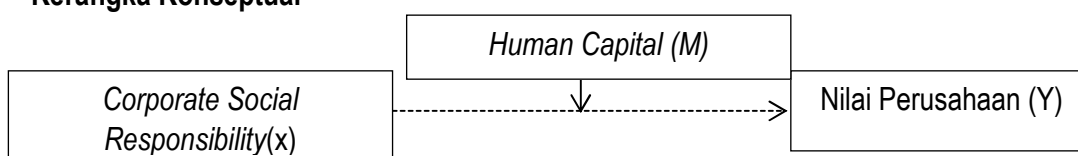
Keberhasilan kegiatan *corporate social responsibility* tidak akan berhasil tanpa adanya karyawan atau orang – orang yang melaksanakannya. Keahlian dan keterampilan yang dimiliki oleh karyawan sangat dibutuhkan perusahaan sebagai upaya pemenuhan terlaksananya tujuan perusahaan perlu adanya *human capital*. Menurut Gaol (2014:696) menyatakan bahwa “*human capital* adalah informasi, penguasaan, kapasitas, dan kemampuan yang menjadikan orang atau pekerja sebagai modal atau sumber daya organisasi”. Hal ini sejalan dengan pendapat dari Lestari & Sapitri (2016) yang menyampaikan bahwa *human capital* merupakan cerminan suatu kemampuan kolektif agar mendapatkan pengaturan terbaik tergantung pada informasi yang dipindahkan oleh individu dalam perusahaan untuk menambah nilai perusahaan tersebut.

Human capital berhubungan dengan bakat, sikap hingga keahlian karyawan secara luas. Didalam *human capital* terdapat pengetahuan, sumber informasi, keahlian hingga keterampilan yang tentunya dimiliki oleh karyawan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai pada *human capital* dengan cara menambah pengetahuan pada karyawan dapat melalui cara pendidikan formal maupun informal yang diterapkan di dalam kegiatan – kegiatan mereka.

Hasil penelitian terdahulu terkait dengan pengaruh CSR dengan nilai perusahaan serta human capital memoderasi hubungan CSR dan nilai perusahaan diperoleh temuan yang berbeda – beda dan tidak konsisten. Dalam penelitian Karina & Setiadi (2020) menghasilkan bahwa CSR berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut Badarudin & Wuryani (2018) dalam penelitiannya bahwa CSR berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini & Hariyati (2021) menyatakan bahwa *Intellectual capital* tidak dapat memoderasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Adanya ketidaksesuaian hasil penelitian tersebut, diperlukan pengamatan lebih lanjut untuk mengetahui kesesuaian hasil temuan apabila dilakukan penerapan pada kondisi yang berlainan.

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan menambahkan *human capital* sebagai variable moderasi pada perusahaan barang konsumsi sub makanan dan minuman pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2015 – 2019.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sejumlah 30 perusahaan yang merupakan populasi dari penelitian ini adalah pada perusahaan barang konsumsi sub makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dari populasi tersebut dilakukan pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sehingga hanya 11 perusahaan yang digunakan sebagai sampel. Periode pengamatan penelitian ini adalah tahun 2015 – 2019. Data penelitian merujuk pada data sekunder dengan teknik dokumentasi dari website resmi BEI berupa *annual report*. Variable yang digunakan antara lain CSR, *human capital* dan nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni uji asumsi klasik, uji MRA, dan uji hipotesis (uji-f dan uji-t).

HASIL

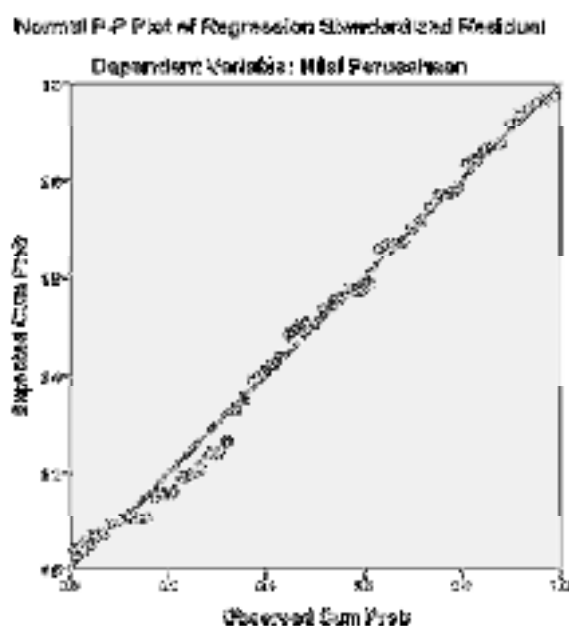
Tabel 1. Hasil Uji Output SPSS One Sample K-S Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
n		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2E-7
	Std. Deviation	.84690817
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.047
Kolmogorov-Smirnov Z		.888
Asymp. Sig. (2-tailed)		.917

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Output SPSS Versi 20 (data diolah)



One Sample K – S Test menunjukkan nilai signifikansi lebih dari 0,05 dan titik – titik mendekati garis normalitas, disimpulkan bahwa nilai residual dari variable CSR, HCE, dan Tobins Q memiliki distribusi normal.

Model Summary^b

Model	R ²	Adjusted R ²	Std. Error of Estimate	Durbin-Watson
1	.652 ^a	.657	2.294	1.93

b. **Dependent Variable: Nilai Perusahaan**

Berdasarkan table 2 di atas nilai Durbin Watson sebesar 0,892, pembandingan menggunakan nilai signifikansi sebesar 5%, jumlah sampel (T) = 55 (n), serta jumlah independen 2 ($k=2$), maka pada table *Durbin Watson* akan didapat nilai du sebesar 1,4903 sedangkan nilai dl sebesar 1,6406. Hasil dari pengambilan keputusan yakni $2,5097 > 0,892 < 1,6406$ sehingga mengindikasikan bahwa hasil terjadi autokorelasi pada data.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.979 ^a	.958	.934	9299.12	1.962

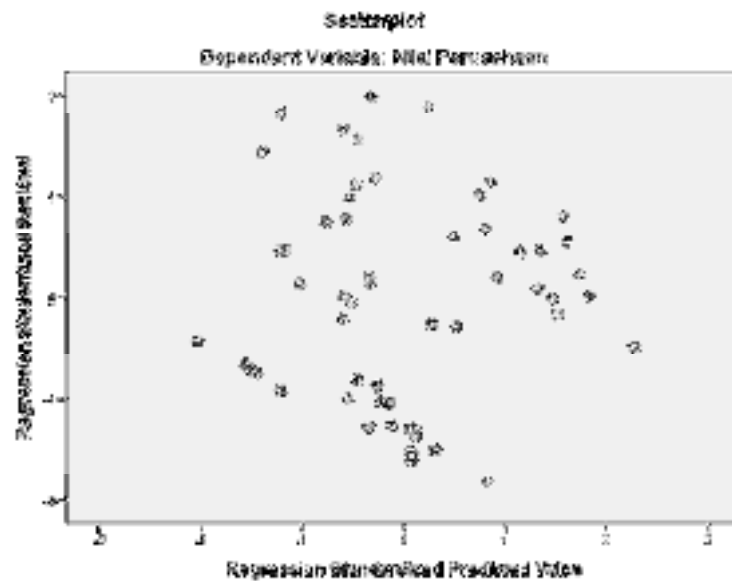
2. PROSTATEctomy, LEAD 3. Computerized Brain Scanning Machine (1990)

Table 3 menunjukkan bahwa nilai *Durbin Watson* mengalami peningkatan nilai menjadi 1,683. Hasil dari pengambilan keputusan $2,5097 > 1,683 > 1,6406$ sehingga hasilnya tidak terjadi autokorelasi pada data.

		Collinearity	Statistics
Model		Tolerance	VIF
1	CSR	1.000	1.000
	HC	1.000	1.000

Berdasarkan tabel 4 diatas terlihat bahwa nilai *tolerance* memiliki angka lebih dari 0,1 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) lebih dari 10. Sehingga cenderung dinyatakan bahwa model regresi tidak

menemukan adanya hubungan antara variabel independen atau bebas multikolinearitas yang digunakan dalam pemeriksaan.



Gambar 2. Uji Heteroskadasitas
Sumber : Data Output SPSS Versi 20 (data diolah)

Dilihat dari diagram *scatterplot* pada Gambar 2, cenderung terlihat bahwa fokus menyebar di atas dan di bawah nol pada poros Y, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas pada model regresi

Tabel 5. Hasil *Moderated Regression Analysis*
Coefficients

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
Model 1 (constant)	1.039	.410		2.537	.014
Corporate Social Responsibility	1.581	2.526	.121	.626	.534
Human capital	.551	.251	.535	2.567	.013
CSR . HCE	-.312	1.452	-.055	-.215	.831

Sumber : data output SPSS versi 20

Pada table 5 dapat diperoleh rumus persamaan regresi sebagai berikut :
Tobins Q = 1,039 + 1,581 CSR + 0,551 HCE – 0,312 CSR * HCE

Persamaan regresi tersebut mempunyai arti sebagai berikut :

- Nilai Konstanta sebesar 1,039 menyatakan bahwa jika variable independen yaitu CSR , human capital dan perkalian antara CSR dengan *Human capital* dianggap konstant, maka nilai perusahaan yakni sebesar 103,9%.
- Nilai koefisiensi regresi CSR sebesar 1,581 bernilai positif yang berarti pada saat ini nilai CSR naik, maka nilai perusahaan juga mengalami kenaikan. Setiap penambahan CSR sebesar 100% akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 158,1% dengan asumsi variable yang lain konstan.
- Koefisien regresi *human capital* sebesar 0,551 bernilai positif artinya saat *human capital* naik, maka nilai perusahaan juga akan mengalami kenaikan. Setiap penambahan *human capital* 100% akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 55,1 % dengan asumsi variable yang lain konstan.
- Koefisien regresi CSR *human capital* sebesar -0.312 bernilai negative artinya pada saat interaksi CSR dengan *human capital* naik, maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan. Setiap penambahan interaksi CSR *human capital* sebesar 100% akan mengurangi nilai perusahaan sebesar -31,2% dengan asumsi variable yang lain konstan.

Table 6. Hasil perhitungan Uji-t

Variable		T hitung	Sig.	Keterangan
Persamaan 1	CSR	0,662	0,51	Tidak berpengaruh
Persamaan 2	CSR	0,626	0,53	Tidak berpengaruh
	HCE	2,567	0,01	Tidak berpengaruh
	CSR*HCE	-0,215	0,83	Tidak berpengaruh

Sumber : data output SPSS versi 20

Berikut merupakan penjelasan hasil table 6 :

H1 yang diajukan yakni "*corporate social responsibility* berpengaruh terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan barang konsumsi sub makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 -2019". Dari hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung sebesar 0,662 dan sig. 0,511 sehingga CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Amanah (2018)

H2 yang diajukan yakni "*human capital* memoderasi *corporate social responsibility* terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 -2019". Dari hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung sebesar -0,215 dengan taraf signifikansi sebesar 0,831 sehingga variable interaksi tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan yang berarti *human capital* tidak dapat memoderasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Sehingga dapat dalam penelitian ini H2 tidak terbukti dan variable moderasi termasuk jenis predictor moderasi, dimana peran variable moderasi hanya sebagai variable predictor (independen). Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Anggraini & Hariyati (2021).

Tabel 7. Hasil pengujian hipotesis simultan (uji – f)

F hitung	Sig.	Keterangan
5.897	0.002	Baik

Sumber : Data output SPSS versi 20

Berdasarkan table 7 diatas, maka dapat dijelaskan bahwa F hitung sebesar 5,897 dan nilai signivikansi sebesar $0,002 < 0,05$ maka model regresi antara *human capital* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dinyatakan baik.

SIMPULAN

Simpulan penelitian "*Human capital* sebagai pemoderasi antara *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan" adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan *Corporate Social Responsibility* memiliki t-hitung sebesar 0,662 dengan signifikansi sebesar $0,511 > 0,05$ hal ini menunjukkan variable Independen (CSR) mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap variable dependennya (PBV).
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable CSR *HCE memiliki t-hitung sebesar -0,215 dengan signifikansi sebesar $0,831 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa CSR.HCE bukan merupakan variable *moderating*. *Human capital* bukan merupakan variable pemoderasi antara CSR terhadap nilai perusahaan

IMPLIKASI

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi implikasi kebijakan kepada pihak manajemen perusahaan, investor maupun calon investor dan juga pemerintah. Bagi perusahaan, perusahaan perlu merumuskan strategi dalam pelaksanaan *corporate social responsibility* sesuai dengan karakteristik perusahaan dan lingkungan bisnis yang dihadapi oleh perusahaan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variable. Penelitian selanjutnya dapat melakukan pengamatan dengan menambah variable lain agar dapat mengetahui apa saja yang memiliki pengaruh pada nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, Lailatul. 2018. "PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY." *Jurnal ilmu dan Riset Akuntansi* 7: 1–18.
- Anggraini, Eline, and Hariyati. 2021. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Intellectual Capital Sebagai Variabel Moderasi." *AKUNTANSI, BISNIS DAN EKONOMI* 1: 219–35.
- BADARUDIN, AFIS, and ENI WURYANI. 2018. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Akuntansi AKUNESA* 6(2): 1–26.
- Fariana, Rina. 2014. "PENGARUH VALUE ADDED CAPITAL EMPLOYED (VACA), VALUE ADDED HUMAN CAPITAL (VAHU) DAN STRUCTURAL CAPITAL VALUE ADDED (STVA) TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN JASA KEUANGAN YANG GO PUBLIC DI INDONESIA Oleh : Rina Fariana Email : Fareey_na@yahoo.Com (." *Majalah Ekonomi XVIII*(2): 79–108.
- Gaol, Jimmy L. 2014. *A to Z HUMAN CAPITAL*. Jakarta: PT. Gramedia Widia Sarana.
- Istikhoroh, Siti, and Martha Suhardiyah. 2016. "Peran Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Pengaruh Return on Equity Terhadap Nilai Perusahaan." 21(1411): 275–85.
- Karina, Desita, and Iwan Setiadi. 2020. "PEMODERASI CSR INFLUENCE ON CORPORATE VALUE WITH GCG AS MODERATORS." *JRAMB* 6(1): 37–49.
- Lestari, Nanik, Rosi Candra Sapitri, Jurusan Manajemen Bisnis, and Politeknik Negeri Batam. 2016. "Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan." 4(1): 28–33.