

1. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang ketat, perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan, tetapi juga tanggung jawab sosial. *Corporate Social Responsibility* (CSR) kini semakin penting, mencakup kontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan. Di Indonesia, regulasi CSR telah diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 dan Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012. Bisnis kini tidak hanya mengutamakan keuntungan finansial, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan, menciptakan pendekatan yang lebih holistik dan bertanggung jawab. (Nirino et al., 2020)

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang memberikan manfaat bagi masyarakat, memungkinkan mereka untuk membuat keputusan tidak hanya berdasarkan produk, tetapi juga berdasarkan cara perusahaan dikelola. Saat pelanggan memiliki pandangan positif terhadap perusahaan, mereka cenderung tetap loyal terhadap produk yang ditawarkan dan berkontribusi pada peningkatan citra perusahaan, yang pada gilirannya dapat mendorong perbaikan kinerja keuangan perusahaan. (Ahyani & Puspitasari, 2019)

Penelitian tentang pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan telah banyak dilakukan. Luthan et al (2018) menemukan bahwa CSR berdampak positif pada kinerja keuangan 45 perusahaan manufaktur di BEI, sementara Pondrinal (2021) mengungkapkan hal serupa pada perusahaan pertambangan di BEI. Nyeadi et al (2018) juga menunjukkan dampak positif CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan investasi publik di Afrika. Penelitian-penelitian ini menyimpulkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan, yang diukur dengan ROA. Namun, di sektor keuangan, CSR tidak berpengaruh signifikan, meskipun terbukti berdampak positif pada kinerja keuangan di industri ekstraktif melalui tata kelola dan perilaku lingkungan yang bertanggung jawab.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, Parengkuan (2017) menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur, begitu pula dengan Radiman (2019) yang menemukan bahwa CSR tidak berpengaruh pada kinerja keuangan perusahaan pertambangan, serta Krisdamayanti (2020) yang mengungkapkan hal serupa di sektor manufaktur pertambangan. Penelitian diatas menyimpulkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan karena dua alasan: pertama, rasio *Return on Asset* sudah mencerminkan laba perusahaan secara maksimal, sehingga CSR tidak berpengaruh pada laba jangka pendek; kedua, meskipun CSR dilaporkan dalam laporan keberlanjutan, para investor menganggapnya sebagai upaya untuk "menyembunyikan" kinerja keuangan yang buruk. (Radiman, 2019)

Dalam sektor kesehatan, CSR dapat mencakup program-program kesehatan masyarakat, dukungan untuk penelitian medis, dan inisiatif lingkungan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Fenomena terbaru 2024 dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di sektor kesehatan adalah program inovatif yang dilakukan oleh berbagai perusahaan untuk meningkatkan kesehatan masyarakat. Misalnya, perusahaan seperti PT. Kalbe Farma Tbk telah meluncurkan program peningkatan kesehatan ibu dan anak yang berfokus pada edukasi kesehatan reproduksi, gizi, dan imunisasi. Dengan program CSR tersebut, maka PT. Kalbe Farma dapat memperkuat reputasi perusahaan sebagai entitas yang bertanggung jawab sosial, meningkatkan hubungan dengan masyarakat, serta mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan. (<https://www.kalbe.co.id/en>)

Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan kinerja keuangan perusahaan menjadi perhatian penting dalam dunia bisnis, di mana kedua hal tersebut saling memengaruhi dan mendukung satu sama lain. Perusahaan yang menunjukkan komitmen tinggi terhadap tanggung jawab sosialnya sering kali mampu membangun reputasi positif di mata konsumen, investor, dan pemangku kepentingan lainnya. Reputasi yang baik ini dapat berujung pada peningkatan loyalitas pelanggan, penurunan biaya modal, dan bahkan peningkatan penjualan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan.

Kinerja keuangan perusahaan adalah ukuran untuk menilai pencapaian tujuan perusahaan, terutama dalam hal keuangan, yang sering diukur dengan indikator seperti ROA, ROE, dan TATO. Penelitian oleh Dinar (2014) menyatakan bahwa kinerja keuangan yang baik berkaitan dengan nilai perusahaan yang lebih tinggi. Perusahaan dengan kinerja keuangan lebih tinggi cenderung memiliki pengungkapan CSR yang lebih besar, karena keuntungan yang lebih tinggi memungkinkan investasi lebih banyak dalam program CSR, seperti pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan yang sukses secara finansial cenderung meningkatkan tanggung jawab sosial mereka untuk memperbaiki citra dan reputasi.

Kinerja keuangan perusahaan menggambarkan bagaimana bisnis dikelola dan sejauh mana tujuan perusahaan tercapai. Menurut Luh et al (2017), keberhasilan bisnis dapat dilihat dari laba yang diperoleh, yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Jayati (2016) menekankan bahwa laba adalah parameter penting dalam mengukur kinerja keuangan karena bisnis memerlukan laba untuk bertahan dan berkembang. Perusahaan yang dikelola dengan baik cenderung menghasilkan keuntungan yang besar, yang pada gilirannya menarik investor dan kreditor. Peningkatan penjualan dan laba perusahaan dapat mempengaruhi keputusan investasi, baik dari investor maupun calon investor, serta kreditor yang memberikan pinjaman kepada perusahaan. (Widhi & Prajitno, 2011)

Menurut Andini (2019), penelitian terhadap 17 perusahaan kesehatan menggunakan rasio ROA pada 2021-2023 menunjukkan fluktuasi yang tidak stabil. ROA terendah selama periode tersebut ditemukan pada PT. Indonesia Farma Tbk (Indofarma), dengan nilai -1,9%, -30,5%, dan -95,5%, yang mencerminkan kerugian dan kinerja keuangan yang buruk. Pada 2023, PT. Kimia Farma Tbk mencatatkan ROA terendah sebesar -10,4%, disebabkan oleh peningkatan total aset dari kenaikan persediaan serta kas dan setara kas. Kesimpulannya, kinerja keuangan perusahaan sektor kesehatan pada periode tersebut masih tidak stabil dan belum menunjukkan peningkatan signifikan.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sektor kesehatan mencatatkan kenaikan pendapatan tertinggi pada kuartal II tahun 2024, dengan rata-rata kenaikan mencapai 11,7% dibandingkan tahun sebelumnya. Selain itu, laba bersih sektor kesehatan juga naik sebesar 3,34% atau Rp 8,91 triliun. Meskipun ada peningkatan profitabilitas, beberapa perusahaan seperti PT Kimia Farma Tbk mengalami penurunan laba bersih sebesar 15% pada 2023, yang disebabkan oleh peningkatan biaya operasional dan penurunan permintaan produk tertentu. (<https://katadata.co.id/>)

Faktor lain yang mempengaruhi kinerja keuangan adalah *Intellectual Capital*. Di era ekonomi saat ini, perusahaan tidak hanya fokus pada aset berwujud, tetapi juga menerapkan strategi yang mencakup inovasi, sistem informasi, manajemen organisasi, dan sumber daya manusia. Perusahaan mulai mengakui pentingnya elemen-elemen tidak berwujud seperti budaya organisasi, pengetahuan karyawan, sistem komunikasi internal, dan inovasi, yang meskipun tidak terhitung dalam bentuk fisik atau uang, memiliki dampak besar terhadap kinerja dan keberlanjutan perusahaan.

Intellectual Capital (IC) merupakan aset tak berwujud yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman yang dimiliki oleh karyawan perusahaan (Wang & Chang, 2005). IC dapat meningkatkan efisiensi operasional dan inovasi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Dalam bisnis yang sudah berbasis pengetahuan, sumber daya seperti sumber daya alam dan keuangan kurang penting daripada pengetahuan dan inovasi. Ilmu pengetahuan dan teknologi dapat menyebabkan pengguna modal lain lebih efisien dan efektif, sehingga mempengaruhi peningkatan kinerja. *Intellectual Capital* yang dikelola dengan baik akan menambah nilai bagi perusahaan. Nilai tambah ini menyebabkan diferensiasi dari perusahaan lain. Ini dapat memberi perusahaan keunggulan kompetitif dibandingkan yang lain. (Daud, 2008)

Melihat perkembangan teknologi informasi dan pengetahuan, yang pada prinsipnya menciptakan ekonomi baru, minat terhadap *Intellectual Capital* semakin meningkat, dengan fokus pada informasi, ide, dan inovasi, bukan hanya pada sumber daya alam atau barang fisik. Setelah diterbitkannya PSAK No. 19 (diperbarui tahun 2000) mengenai aset tidak berwujud, menurut PSAK No. 19, aset tidak berwujud adalah aset nonmoneter yang tidak dapat diidentifikasi, tidak memiliki bentuk fisik, dan dimiliki untuk menciptakan atau menyediakan barang atau jasa, menyewakannya kepada pihak ketiga, atau mengelolanya. Konsep *Intellectual Capital* mulai berkembang di Indonesia, meskipun tidak disebutkan secara spesifik, melainkan sebagai aset tidak berwujud (*intangible assets*), namun perhatian terhadap hal ini semakin besar di berbagai sektor, baik dari perusahaan, pemerintah, maupun akademisi. (Ulum, 2009)

Penelitian mengenai pengaruh *Intellectual Capital* terhadap kinerja keuangan perusahaan. Wijayani (2017) di perusahaan sektor manufaktur menyatakan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap kinerja keuangan, penelitian oleh Febriany (2019) perusahaan yang terdaftar dalam indeks Kompas 100 yang ada di BEI menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja keuangan, Yudha (2021) di perusahaan manufaktur menyatakan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Sedangkan penelitian oleh Wibisono (2019) di sektor manufaktur, Setiyowati (2020) di perusahaan perbankan Islam yang terdaftar di BEI, Dwijayanti et al (2021) di perusahaan manufaktur, menyatakan bahwa *Intellectual Capital* tidak mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan dikarenakan masih ada perusahaan dalam tahun penelitian tersebut yang masih belum memanfaatkan aset tak berwujud perusahaan secara efektif dan efisien, terjadinya perbedaan hasil penelitian dikarenakan perbedaan tahun dan sektor penelitian.

Dalam konteks kesehatan, *Intellectual Capital* (IC) meliputi pengetahuan medis, keterampilan teknis, dan inovasi layanan. Perusahaan kesehatan di Indonesia, seperti PT Mitra Keluarga Karyasehat Tbk (MIKA), semakin menyadari pentingnya IC untuk mendorong inovasi. MIKA mengembangkan human capital dengan mendirikan Jakarta Ear and Hearing Center untuk meningkatkan keterampilan medis dalam otologi dan audiologi. Mereka juga mengembangkan structural capital melalui pusat layanan one-stop service keliling, mencakup skrining, pengobatan, operasi, dan rehabilitasi. Hal ini meningkatkan nilai jangka panjang perusahaan, baik secara finansial maupun reputasi, serta keberlanjutan bisnis di sektor kesehatan. (<https://www.kontan.co.id/>)

Penelitian mengenai pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan dengan *Intellectual Capital* (IC) sebagai mediasi sudah banyak dilakukan, namun masih sedikit di sektor kesehatan. Penelitian Rossi et al (2021) menemukan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan yang dimediasi oleh IC pada perusahaan LQ45 di Bursa Efek Indonesia 2018-2022. Hasilnya menunjukkan bahwa IC memediasi hubungan antara CSR dan kinerja keuangan, meskipun tidak selalu konsisten di berbagai sektor industri.

Penelitian oleh Anggraini et al (2021) pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2014-2018 menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* memediasi hubungan signifikan antara CSR dan kinerja perusahaan perbankan. Penelitian ini menyarankan perusahaan perbankan untuk berinvestasi lebih banyak pada aset tidak berwujud dan melaksanakan kegiatan CSR yang memberikan nilai tambah, memenuhi regulasi, serta memberi manfaat bagi masyarakat dan lingkungan.

Menggunakan fenomena dan riset gap diatas sebagai dasar skripsi, peneliti akan mengkaji lebih lanjut bagaimana CSR dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan di sektor kesehatan dengan *Intellectual Capital* sebagai variabel mediasi. Pada penelitian ini, penulis mereplikasi dan mengembangkan penelitian Naseem et al (2020) yang meneliti hubungan antara keterlibatan CSR terhadap kinerja keuangan dan kinerja lingkungan perusahaan dengan menggunakan efisiensi modal intelektual sebagai variabel mediasi di perusahaan publik Amerika Serikat.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi teoritis dan menguji secara empiris terkait pentingnya mediasi IC dalam hubungan CSR dan kinerja keuangan perusahaan khususnya di sektor kesehatan, guna memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan di sektor tersebut seperti regulasi pemerintah, kualitas SDM, inovasi teknologi dan kualitas layanan, dan juga mengisi gap dari penelitian terdahulu, serta menganalisis dan menguji keempat hipotesis pada penelitian ini apakah semua hubungan antar variabel berpengaruh positif signifikan dan juga menguji keberhasilan peran *Intellectual Capital* (IC) dalam memediasi hubungan tidak langsung CSR terhadap Kinerja Keuangan perusahaan.

Manfaat penelitian ini bagi akademisi adalah untuk meningkatkan pemahaman tentang peran pengungkapan CSR di sektor kesehatan dalam meningkatkan citra perusahaan dan kinerja keuangan, serta bagaimana *Intellectual Capital* memediasi hubungan tersebut. Bagi perusahaan, penelitian ini memberikan wawasan tentang strategi CSR dan pengelolaan *Intellectual Capital* untuk meningkatkan kinerja keuangan, khususnya di sektor kesehatan. Selain itu, bagi regulator dan pemerintah, hasil penelitian ini dapat membantu merumuskan kebijakan yang mendukung implementasi CSR, yang dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan di sektor kesehatan. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi dunia akademis, praktik, dan kebijakan di sektor kesehatan.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Teori Berbasis Sumber Daya (*Resource-Based View Theory*)

Resource Based View Theory pertama kali disampaikan oleh Wernerfelt (1984). *Resource Based View Theory* adalah sumber daya pada perusahaan yang dapat dijadikan keunggulan bersaing dan mampu mengarahkan perusahaan untuk memiliki kinerja jangka panjang yang baik. Teori ini membahas tentang sumber daya yang dimiliki perusahaan dan bagaimana perusahaan tersebut dapat mengolah, dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki, sumber daya yang dimaksud adalah sumber daya berwujud dan tak berwujud (*tangible assets dan intangible assets*). Sumber daya yang dimiliki perusahaan dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dalam mengambil peluang kesempatan sehingga perusahaan memiliki keunggulan kompetitif yang berbeda dengan perusahaan lain untuk menguasai pasar.

Barney (1991) mengategorikan tiga jenis sumber daya: modal sumber daya fisik (teknologi, pabrik, peralatan), modal sumber daya manusia (pelatihan, wawasan, pengalaman), dan modal sumber daya organisasi (struktur formal, budaya organisasi, sistem informasi). *Intellectual Capital* (IC), yang merupakan modal pengetahuan perusahaan dan termasuk aset tidak berwujud, adalah contoh nyata dari *Resource-Based View Theory*. Perusahaan dengan IC yang

kuat seharusnya lebih unggul dibandingkan yang lain. IC meliputi pengetahuan, keterampilan, pengalaman karyawan, hubungan dengan pelanggan, dan inovasi. Dalam *Resource-Based View Theory*, IC dianggap aset strategis yang dapat memberi keunggulan kompetitif berkelanjutan, meningkatkan efisiensi operasional, inovasi produk, dan layanan, yang pada akhirnya berpengaruh positif pada kinerja keuangan perusahaan. (Mardani, 2013)

Kinerja keuangan perusahaan adalah hasil dari bagaimana perusahaan mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya. ROA mengukur seberapa efisien perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba bersih. Dengan kata lain, ROA menunjukkan seberapa baik perusahaan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya untuk mencapai kinerja keuangan yang optimal. Dalam konteks *Resource-Based View Theory*, ROA membantu menilai apakah sumber daya internal perusahaan, baik yang berwujud maupun tidak berwujud, digunakan secara efektif untuk menciptakan nilai dan keunggulan kompetitif.

Berdasarkan teori RBV, sumber daya keuangan yang dikelola dengan baik dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, dan meningkatkan profitabilitas, yang pada akhirnya berdampak positif pada kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan masuk ke dalam RBV karena kinerja keuangan adalah indikator dari efektivitas penggunaan sumber daya perusahaan. Dengan mengelola sumber daya keuangan seperti kas, investasi, piutang, modal, dan kredit secara efektif, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, dan meningkatkan profitabilitas.

2.2. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Menurut Deegan et al (2002), teori legitimasi adalah teori yang menyatakan bahwa perusahaan harus memastikan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Teori ini menekankan bahwa perusahaan harus beroperasi sesuai dengan batasan dan norma sosial yang berlaku. Legitimasi ini penting karena dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Dalam konteks CSR, teori legitimasi digunakan untuk menjelaskan mengapa perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Menurut Lanis & Richardson (2012), pengungkapan CSR dapat digunakan untuk mengurangi agresivitas pajak perusahaan, yang pada gilirannya membantu perusahaan mempertahankan citra positif di mata masyarakat.

Perusahaan menggunakan CSR sebagai sarana untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat. Dengan melakukan kegiatan CSR, perusahaan menunjukkan komitmennya terhadap nilai-nilai sosial yang diakui oleh masyarakat, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan dukungan dari berbagai masyarakat dan stakeholder. Penelitian oleh Barka & Dardour (2015) menemukan bahwa perusahaan yang aktif dalam pengungkapan CSR cenderung memiliki reputasi yang lebih baik dan mendapatkan kepercayaan dari publik, yang berdampak positif pada kinerja keuangan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa CSR tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk memenuhi kewajiban sosial, tetapi juga sebagai strategi untuk memperoleh dan mempertahankan legitimasi sosial. Selain itu, penelitian oleh Suchman (1995) menyatakan bahwa legitimasi dapat diperoleh melalui tiga strategi utama: pragmatis, moral, dan kognitif.

Strategi pragmatis berfokus pada kepentingan langsung *stakeholders*, strategi moral menekankan kesesuaian dengan nilai-nilai etika seperti kepatuhan hukum dan tanggung jawab sosial, sementara strategi kognitif berkaitan dengan persepsi bahwa tindakan perusahaan sesuai dengan harapan sosial, seperti transparansi laporan keuangan dan keberlanjutan, menghargai hak pekerja, dan membayar pajak tepat waktu. Ghasempour (2014) menyatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada dukungan *stakeholders*, sesuai dengan strategi pragmatis. Semakin kuat hubungan dengan *stakeholders*, semakin besar peluang

perusahaan untuk bertahan dan berkembang. Pengungkapan CSR yang efektif membantu perusahaan membangun dan mempertahankan legitimasi di mata *stakeholders*.

2.3. Kinerja Keuangan Perusahaan

Kinerja keuangan merupakan hasil akhir dari kegiatan akuntansi (siklus akuntansi) yang mencerminkan kondisi keuangan dan hasil operasi perusahaan (bentuknya berupa laporan keuangan). Laporan keuangan harus disajikan secara *full* (penuh), *fair* (wajar) dan *adequate* (memadai). *Full disclosure principle* atau penyajian informasi keuangan secara lengkap, dan wajar ini mengakui bahwa sifat dan jumlah informasi yang dimasukkan dalam laporan keuangan mencerminkan serangkaian pertimbangan penilaian seperti relevansi, keterbukaan, pengungkapan risiko kredit, likuiditas, dan risiko pasar.

Kinerja keuangan dapat menggambarkan kondisi keuangan dan kesejahteraan perusahaan pada periode tertentu. Penilaian kinerja keuangan biasanya dilakukan melalui analisis rasio. Analisis rasio keuangan yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Menurut Awliya (2022), Sukmawardhani et al (2012), kinerja keuangan biasanya diukur dengan laba bersih, *Return on Assets* (ROA), atau *Return on Investment* (ROI). Pengukuran ini membantu menilai kemajuan perusahaan, memberikan informasi untuk pengambilan keputusan, dan menciptakan nilai bagi para pemangku kepentingan.

Pengukuran kinerja keuangan perusahaan menggunakan rasio *Return on Assets* (ROA) merupakan salah satu rasio profitabilitas yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba perusahaan yang dihasilkan dari aktifitas perusahaan yang digunakan untuk menjalankan perusahaan. Semakin tinggi rasio *Return on Assets* (ROA), semakin baik profitabilitas perusahaan. Tujuan utama perusahaan adalah mencapai laba maksimal untuk kesejahteraan pemilik, karyawan, serta meningkatkan mutu produksi dan investasi baru. (Wijaya, 2019)

2.4. Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep di mana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan. CSR mencakup berbagai inisiatif yang bertujuan untuk memberikan dampak positif pada masyarakat dan lingkungan, serta meningkatkan kesejahteraan sosial secara keseluruhan. Di Indonesia, pelaksanaan CSR diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya Pasal 74 yang menyatakan bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal ini menunjukkan komitmen pemerintah Indonesia dalam memastikan bahwa perusahaan berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan teori legitimasi, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan upaya perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari pemangku kepentingan. Legitimasi adalah respons yang diberikan masyarakat kepada perusahaan, dan perusahaan sangat menginginkan serta mencari respons tersebut. Dalam perspektif ini, legitimasi dapat dilihat sebagai sumber potensial bagi perusahaan dalam kelangsungan usahanya. Selain meningkatkan legitimasi, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga dapat menjaga hubungan baik dengan pemangku kepentingan, hubungan perusahaan yang baik dapat memengaruhi reputasi perusahaan. (Iqbal, 2019)

Implementasi CSR di Indonesia menghadapi berbagai tantangan, termasuk kompleksitas regulasi, keterbatasan sumber daya, rendahnya kesadaran publik, dan kurangnya koordinasi antar pihak terkait. Tantangan ini dapat menghambat efektivitas program CSR, yang memerlukan solusi inovatif dan kolaborasi antara pemerintah, perusahaan, dan masyarakat. CSR dapat meningkatkan citra perusahaan dan memberikan keunggulan kompetitif. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang aktif dalam CSR memiliki reputasi lebih baik di mata konsumen dan pemangku kepentingan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja keuangan. Surroca et al (2010) menemukan hubungan positif antara kinerja sosial perusahaan dan kinerja keuangan, dimana perusahaan yang berinvestasi dalam CSR cenderung memiliki kinerja keuangan yang lebih baik, menarik karyawan berkualitas, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan mengurangi risiko reputasi.

2.5. Intellectual Capital (IC)

Menurut Hejase et al (2016) dari buku Stewart 1997, *Intellectual Capital (IC)* adalah aset tidak berwujud yang mencakup pengetahuan, informasi, kekayaan intelektual, dan pengalaman yang dapat digunakan untuk menciptakan nilai bagi perusahaan. IC terdiri dari tiga komponen utama: *human capital*, *structural capital*, dan *relational capital*. *Human capital* mencakup keterampilan, pengetahuan, dan kompetensi karyawan yang berkontribusi pada inovasi dan efisiensi operasional perusahaan (Barney, 1991).

Penelitian oleh Bontis et al (2000) menunjukkan bahwa *human capital* memiliki dampak signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, terutama dalam industri yang berbasis pengetahuan. *Structural capital* adalah infrastruktur, proses, dan database yang mendukung karyawan dalam menjalankan tugas mereka. Ini termasuk sistem manajemen, budaya organisasi, dan teknologi informasi. Menurut Chen et al (2005), *structural capital* dapat meningkatkan efisiensi operasional dan inovasi, yang pada gilirannya meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. *Relational capital* mencakup hubungan perusahaan dengan pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis lainnya. Ini mencakup loyalitas pelanggan, reputasi merek, dan jaringan bisnis.

Penelitian oleh Chang & Hsieh (2011) menemukan bahwa *relational capital* memiliki peran penting dalam membangun keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Investor menempatkan nilai yang lebih tinggi pada perusahaan dengan *intellectual capital* yang lebih banyak. Menurut penelitian oleh Sowaity (2022) perusahaan dengan IC yang tinggi cenderung memiliki nilai pasar yang lebih tinggi karena IC dianggap sebagai indikator kemampuan perusahaan untuk berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Hal ini membuat perusahaan lebih menarik bagi investor yang mencari pertumbuhan jangka panjang dan stabilitas.

2.6. Penelitian terdahulu

Naseem et al (2020) menggunakan sampel perusahaan publik yang terdaftar di Amerika dari tahun 2009-2018. Hasil penelitian adalah CSR berdampak positif signifikan terhadap kinerja lingkungan dan keuangan perusahaan, CSR berdampak positif signifikan terhadap IC, lalu IC berdampak positif terhadap *Firm Performance*, dan yang terakhir adalah IC beserta komponennya yaitu SC, HC, dan RC berhasil dan bisa memediasi sepenuhnya hubungan antara CSR dan kinerja perusahaan.

Ari et al (2024) menggunakan sampel perusahaan yang beroperasi di 24 negara pasar berkembang dalam MSCI (*Morgan Stanley Capital International*). Hasil penelitian mengungkapkan bahwa peningkatan CSR menghasilkan FP yang lebih rendah (berpengaruh negatif signifikan). Penelitian ini lebih lanjut menentukan bahwa IC berhasil memediasi hubungan antara agregat CSR dan FP, serta antara beberapa sub-dimensi CSR dan FP.

Hasrullah & Triyonowati (2024) menggunakan sampel 26 perusahaan manufaktur sektor energi dan mineral yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023. Hasil penelitian menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan, CSR tidak berpengaruh positif signifikan terhadap IC, IC berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan, dan IC berhasil memediasi pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan.

Nirino et al (2022) menggunakan sampel 345 perusahaan Eropa yang terdaftar di indeks *STOXX Europe 600*. Hasil penelitian ini menyoroiti mediasi parsial dari hubungan CSR-FP, yang menunjukkan bahwa penerapan strategi CSR mempunyai dampak positif terhadap pengembangan IC perusahaan, yang pada gilirannya meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan dan FP jangka panjang yang unggul.

Anggraini et al (2021) menggunakan sampel 20 bank perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2014-2018. Hasil penelitian ini membuktikan secara empiris bahwa *Intellectual Capital* sebagai variabel mediasi hubungan antara CSR terhadap kinerja perusahaan perbankan yang terbukti berpengaruh signifikan.

Rosita et al (2024) menggunakan sampel perusahaan yang terindeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia 2018-2022 secara konsisten. Hasil penelitian mengungkapkan CSR memang memiliki efek meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, *Intellectual Capital* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan, dan juga menunjukkan peran *Intellectual Capital* sebagai mediasi pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Iqbal (2019) menggunakan 147 sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2013-2015. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan *Return on Asset* (ROA), *Intellectual Capital* sebagai variabel moderasi terbukti secara empiris dapat meningkatkan pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Marchyta (2020) menggunakan sampel perusahaan yang tergolong subsektor bank dan terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2011-2018. Hasil penelitian ini CSR berpengaruh positif terhadap *Financial Performance*, dan memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *Financial Performance* yang bergantung pada efek mediasi dari *Intellectual Capital*.

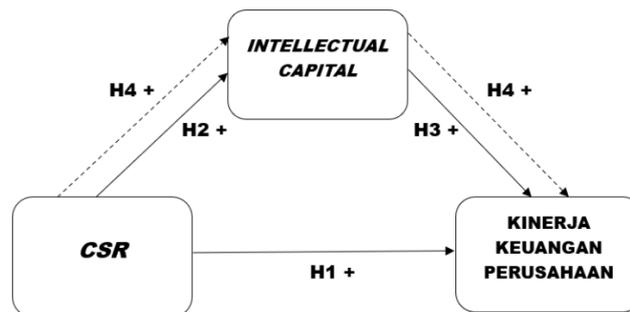
Machmuddah et al (2015) menggunakan sampel perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI untuk periode tahun 2012-2014. Hasil penelitian mengungkapkan praktik CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intellectual Capital*, praktik CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, dan *Intellectual Capital* memediasi pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Adriani & Hersugondo (2022) dalam penelitiannya menyatakan *board size*, Dewan Direksi, dan Dewan Komisiner berpengaruh signifikan terhadap VAIC, meskipun pengaruh *Board size* kepada VAIC negatif dan pengaruh Dewan Direksi serta Dewan Komisiner positif. Audit Committee, Dewan Komisiner, dan VAIC juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROE, namun VAIC berpengaruh signifikan secara negatif terhadap Tobin's Q. Pada penelitian ini juga disimpulkan bahwa VAIC mampu memediasi *board size* sebagai aspek CG.

2.7. Model Penelitian

Kerangka berfikir dalam penelitian ini akan menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan *Intellectual Capital* sebagai variabel mediasi. Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR) menggunakan metode content analysis, indeks GRI Standards 2016, dan CSRIj, sedangkan *Intellectual Capital* menggunakan metode VAICTM. Pengukuran kinerja keuangan menggunakan *Return on Asset* (ROA).

Kerangka berfikir dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan gambar sebagai berikut:



2.8. Hipotesis Penelitian

2.8.1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Berdasarkan teori legitimasi yang mengatakan bahwa praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan harus dilakukan seefektif mungkin agar tindakan dan hasil perusahaan mendapat respon publik yang baik di kemudian hari. Ketika melakukan upaya CSR, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan, sehingga meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Pendapat konsumen terhadap produk perusahaan akan dipengaruhi oleh teori legitimasi. (Ghozali, 2022).

Penelitian oleh Aini (2023) mengungkapkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan karena mengintegrasikan kepentingan usaha dengan masyarakat dan lingkungan. Dengan mempertimbangkan dampak operasional terhadap pihak lain, perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya. CSR juga mendukung tujuan ekonomi dan meningkatkan kinerja melalui tanggung jawab sosial. Pengungkapan CSR yang lebih baik memperbaiki citra perusahaan, memperlancar operasional, dan meningkatkan keuntungan. Teori legitimasi dan stakeholder menunjukkan bahwa perusahaan harus memenuhi harapan masyarakat dan stakeholder dengan mengungkapkan informasi operasional mereka.

Penelitian oleh Luthan et al (2018) menyatakan pengungkapan CSR yang semakin baik menunjukkan bahwa perusahaan melaksanakan tanggung jawabnya dengan baik. Semakin besar tingkat kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, semakin tinggi penjualan dan pendapatan perusahaan, dan dengan demikian keuntungan perusahaan semakin meningkat. Peningkatan profitabilitas akan mempengaruhi ROA perusahaan, yang akan mengarah pada pemanfaatan aset yang lebih baik untuk laba bersih. Hal ini berpengaruh meningkatkan daya tarik perusahaan kepada investor karena imbal hasil atau dividen akan lebih tinggi. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.

2.8.2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Intellectual Capital*

Menurut Freeman & McVea (2005) berdasarkan teori legitimasi, perusahaan harus memenuhi kebutuhan dan harapan berbagai pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, pemasok, dan komunitas. Penelitian oleh Badarudin (2018) menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR dapat meningkatkan kepercayaan dan dukungan dari pemangku kepentingan, yang pada gilirannya memperkuat modal intelektual perusahaan. Menurut teori legitimasi, praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan harus dilakukan seefektif mungkin agar tindakan dan hasil perusahaan mendapat respon publik yang baik di kemudian hari. Pengungkapan CSR yang baik menunjukkan bahwa perusahaan bertanggung jawab dan peduli terhadap pemangku kepentingannya, yang memperkuat komponen modal intelektual perusahaan yaitu *relational capital*.

Berdasarkan *Resource-Based View Theory*, pelaksanaan CSR oleh perusahaan dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap modal intelektual perusahaan. Menurut Anggraini et al (2021), CSR yang efektif dapat meningkatkan kepercayaan dan dukungan dari berbagai pemangku kepentingan, yang pada gilirannya memperkuat modal intelektual perusahaan. Menurut Wuryani (2018), modal intelektual ini mencakup pengetahuan, keterampilan, dan kapabilitas karyawan yang dapat meningkatkan inovasi dan efisiensi operasional perusahaan, pengembangan teknologi dan pengembangan sistem manajerial. Jadi CSR berperan sebagai sarana untuk pelatihan karyawan dalam meningkatkan *human capital*, dan juga CSR berperan sebagai pemicu untuk menguatkan *structural capital* dengan inisiatif CSR yang akan mendorong inovasi dan penelitian untuk dapat menghasilkan inovasi seperti produk ramah lingkungan, yang memperkuat *structural capital*. Penelitian diatas mendukung adanya hubungan positif antara CSR dan modal intelektual, sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H2. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Intellectual Capital*.

2.8.3. Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Menurut Puspitasari & Srimindarti (2014), secara internal, perusahaan berusaha memberikan nilai tambah untuk meraih keunggulan kompetitif yang dapat meningkatkan penjualan. Pemanfaatan *Intellectual Capital* yang tepat dan efisien bertujuan untuk mengelola sumber daya perusahaan dengan cara yang ekonomis guna menekan biaya. Menurut Febriany (2020) dalam *Resource Based View Theory*, jika manajemen dapat mengelola sumber daya yang ada dengan baik, terutama dalam menciptakan nilai, maka manajemen tersebut sudah memenuhi prinsip etika. Dalam hal ini, penciptaan nilai harus memaksimalkan potensi perusahaan dari aspek karyawan (*human capital*), modal relasional (*relational capital*), serta modal struktural (*structural capital*) agar bisa meningkatkan kualitas perusahaan yang pada akhirnya meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Penelitian oleh Yulandari (2019), Sendari & Isbanah (2018) menunjukkan bahwa modal intelektual memberikan dampak positif terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur.

Penelitian mengenai hubungan antara modal intelektual dan kinerja keuangan telah dimulai sejak awal tahun 2000-an, topik ini semakin menjadi perhatian banyak penelitian. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh Appuhami (2007) memberikan bukti bahwa modal intelektual berhubungan positif dengan keuntungan yang diperoleh oleh investor atas saham perusahaan yang terdaftar di bursa efek Thailand. Namun, penelitian oleh Sari (2020) mengungkapkan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan pada perusahaan sub sektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2014 sampai dengan tahun 2018. Berdasarkan penelitian diatas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H3. *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

2.8.4. Pengaruh *Intellectual Capital* dalam memediasi hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Menurut Bontis et al (2000) berdasarkan *Resource-Based View Theory*, modal intelektual adalah aset yang sifatnya tidak tampak dan terus berkembang, memberi keuntungan kompetitif bagi perusahaan, yang berujung pada peningkatan nilai bisnis. Menurut Inkinen (2015) modal intelektual ini berkaitan dengan penciptaan nilai melalui aset tidak berwujud yang melibatkan pengelolaan sumber daya manusia dan informasi, yang pada gilirannya meningkatkan daya saing perusahaan. Dalam konteks CSR, pengelolaan sumber daya manusia ini bisa berarti memberikan pelatihan, pengembangan, serta menciptakan lingkungan kerja yang mendukung keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Dengan melakukan hal ini, perusahaan tidak hanya meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan, tetapi juga memperkuat reputasi dan hubungan dengan masyarakat.

Anggraini et al (2021) dalam penelitiannya mengungkapkan secara empiris bahwa *Intellectual Capital* (IC) berperan sebagai variabel mediasi yang menghubungkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan kinerja perusahaan perbankan, yang terbukti memiliki pengaruh signifikan. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, terutama jika didukung dengan pengungkapan yang baik mengenai modal intelektual, maka kinerja perusahaan, khususnya di sektor perbankan Indonesia, akan semakin meningkat. Dengan kata lain, pengelolaan dan transparansi terkait modal intelektual dapat memperkuat dampak positif dari CSR terhadap pencapaian kinerja yang lebih baik. Rossi et al (2021) menunjukkan bahwa etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan memainkan peran penting dalam pengungkapan modal intelektual. Berdasarkan temuan tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H4. Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Keuangan Perusahaan dimediasi oleh *Intellectual Capital*.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2018), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (2018), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik nonprobability sampling dengan metode sampling insidental untuk menentukan sampel penelitian.

Pada proses pemilihan sampel, peneliti menggunakan pengumpulan data yang menggunakan metode *purposive sampling*. Pengambilan sampel dilakukan dengan harus memenuhi kriteria-kriteria. Kriteria pertama adalah perusahaan jasa kesehatan yang terdaftar pada BEI 2021-2023 secara berturut-turut. Kriteria pertama adalah perusahaan jasa kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023 secara berturut-turut, kriteria kedua adalah perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan secara lengkap dan dipublikasikan secara berturut-turut selama periode tahun 2021-2023, kriteria ketiga adalah perusahaan yang menerbitkan laporan keberlanjutan tahun 2021-2023 secara berturut-turut.

3.2. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini mencakup variabel independen yaitu CSR, variabel dependen yaitu kinerja keuangan perusahaan, dan variabel mediasi yaitu *Intellectual Capital*. Berikut definisi operasional setiap variabel yang terlibat dalam penelitian dan pengukurannya.

3.2.1 Variabel Dependen

Kinerja keuangan perusahaan diukur menggunakan ROA (*Return on Assets*) sebagai variabel dependen. ROA mencerminkan tingkat profitabilitas dan efektivitas manajemen dalam mengelola aset, dihitung dengan membagi laba bersih setelah pajak dengan total aset. Laba bersih setelah pajak merupakan hasil dari laba operasi ditambah pendapatan non-operasi, dikurangi biaya non-operasi dan pajak penghasilan. (Mozghovyi & Ratnykova, 2011)

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

3.2.2 Variabel Independen

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah kegiatan yang diselenggarakan oleh perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di samping kegiatan utama perusahaan. Berdasarkan jurnal oleh Wijayanti et al (2023), CSR memiliki tiga dimensi utama: tindakan sukarela, filantropi, dan kewajiban. CSR dilakukan untuk memaksimalkan nilai perusahaan bagi pemegang saham, sekaligus menciptakan dampak positif terhadap lingkungan sosial dan ekonomi. Melalui implementasi CSR yang baik, perusahaan tidak hanya dapat memperkuat reputasi dan citra positifnya, tetapi juga membangun hubungan yang lebih baik dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti pelanggan, karyawan, dan masyarakat sekitar.

Aditya et al (2021) dalam penelitiannya menggunakan GRI Standards 2016 yang memuat 76 *item*. Berikut adalah rumus CSR Indeks :

$$\text{CSRI}_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan:

$\sum X_{ij}$ = jumlah item yang diungkapkan

N_j = Jumlah total item atau indikator yang mengungkapkan aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial ($n_j=76$ berdasarkan GRI Standard 2016).

3.2.3 Variabel Mediasi

Metode pengukuran intellectual capital dalam penelitian ini menggunakan *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC™) yang dikembangkan oleh Pulic pada 1997. VAIC™ mengukur efisiensi intellectual capital dan capital employed dalam menciptakan nilai melalui tiga komponen utama: *capital employed*, *human capital*, dan *structural capital*. Pengukuran dilakukan berdasarkan value added yang dihasilkan oleh tiga indikator: VACA, VAHU, dan STVA. Rumus dasar VAIC terdiri dari beberapa tahapan, antara lain:

1. Value Added (VA)

$$\text{VA} = \text{OUT} - \text{IN}$$

Keterangan:

Value Added (VA) = selisih antara *Output* dan *Input*

Output (OUT) = Total penjualan dan pendapatan lain.

Input (IN) = Beban dan biaya-biaya (selain biaya karyawan)

2. Value Added Capital Coefficient (VACA)

$$\text{VACA} = \text{VA/CA}$$

Keterangan:

$VACA = \textit{Value Added Capital Coefficient}$

$\textit{Value Added (VA)} = \text{Selisih antara output dan input}$

$CA = \text{Total ekuitas}$

3. Value Added Human Capital (VAHU)

$$\text{VAHU} = \text{VA}/\text{HC}$$

Keterangan:

VAHU = *Value Added Human Capital*

Value Added (VA) = Selisih antara output dan input

HC = Beban karyawan

4. Structural Capital Value Added (STVA)

$$\text{STVA} = \text{SC}/\text{VA}$$

Keterangan:

STVA = *Structural Capital Value Added*

Value Added (VA) = Selisih antara output dan input

SC = *Structural Capital*

5. Value Added Intellectual Coefficient (VAIC™)

$$\text{VAIC} = \text{VACA} + \text{VAHU} + \text{STVA}$$

Keterangan:

VACA = *Value Added Capital Coefficient*

VAHU = *Value Added Human Capital*

STVA = *Structural Capital Value Added*

3.3. Metode Analisis Data

Alat statistik digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah SPSS, metode pengujian data terdiri dari uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi (uji regresi linier berganda dan sederhana), analisis hipotesis mediasi (uji sobel), dan uji hipotesis (uji t dan R-Square).

3.3.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode statistika untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data menjadi sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami. Uji statistik deskriptif untuk melihat nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata dan standar deviasi dari data penelitian. Pengolahan data dilakukan dengan tujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan mendalam mengenai data yang telah dianalisis, yang mencakup beberapa aspek penting, antara lain nilai maksimum, nilai minimum, rata-rata, standar deviasi, skewness (kemencengan), dan kurtosis. Setiap aspek ini memiliki peran penting dalam memberikan pemahaman lebih lanjut mengenai distribusi dan karakteristik data yang ada, sehingga hasil analisis dapat memberikan informasi yang lebih akurat dan relevan untuk pengambilan keputusan lebih lanjut. (Purba et al., 2021)

3.3.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum pengujian hipotesis, untuk memastikan apakah persamaan pada model regresi dapat diterima secara ekonometrika. Pengujian asumsi klasik dilakukan dengan uji normalitas, autokorelasi, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. (Purba et al., 2021)

a. Uji Normalitas

Untuk mendapatkan hasil yang valid dari uji asumsi klasik, maka perlu diketahui apakah data tersebut sudah berdistribusi normal. Beberapa cara yang digunakan untuk mengetahui apakah data telah berdistribusi normal yaitu dengan uji Kolmogorov-smirnov. Data yang berdistribusi normal berdasarkan uji Kolmogorov-smirnov adalah jika hasil pengujian didapat

nilai *asympt.sig (2 – tailed)* > 0,05. (Purba et al., 2021)

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah pengujian untuk menentukan ada tidaknya hubungan linier antara beberapa atau semua variabel independen dalam suatu model regresi. Untuk mengetahuinya, dapat dilihat dari koefisien korelasi tiap variabel bebas. Jika nilai koefisien lebih dari 0,8 maka terdapat multikolinieritas. Untuk mengetahui apakah terdapat gejala korelasi antara variabel-variabel bebas adalah dengan melakukan uji multikolinearitas. Jika berdasarkan hasil uji multikolinearitas didapat nilai Tolerance > 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 maka model regresi terbebas dari gejala multikolinearitas. (Suliyanto, 2011)

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah keadaan ketika gangguan yang muncul pada fungsi regresi populasi tidak memiliki varian yang sama, untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dilakukan uji heteroskedastisitas (Purba et al., 2021). Pengujian ini dilakukan dengan cara uji glesjer, jika hasil uji glesjer didapat hasil nilai probabilitas > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai probabilitas < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas. (Zahriyah, 2021)

a. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan uji statistik yang bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi (hubungan) antara serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (*time-series*) atau ruang (*cross section*) (Suliyanto, 2011). Uji ini digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ pada sebuah model regresi. Masalah autokorelasi yang umum terjadi pada periode waktu tertentu cenderung mempengaruhi individu atau kelompok yang sama di tahun-tahun berikutnya. Model regresi yang baik adalah model yang terbebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan melihat nilai t statistik, R^2 , uji F dan uji Durbin Watson. Uji Durbin Watson (DW) dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya masalah autokorelasi. Menurut Ghozali, 2018 jika nilai Durbin-Watson diantara -2 sampai +2 atau dengan persamaan $-2 < DW < 2$ maka model regresi tidak terjadi autokorelasi.

Kriteria penilaian dengan Durbin Waston adalah sebagai berikut :

nilai D-W di bawah -2 menunjukkan ada autokorelasi positif.

nilai D-W diantara -2 sampai 2 menunjukkan tidak terjadi autokorelasi.

nilai D-W di atas +2 menunjukkan ada autokorelasi negatif.

3.3.3 Analisis Regresi Mediasi

Analisis regresi adalah metode statistik yang digunakan untuk menentukan hubungan sebab-akibat antara satu variabel dengan variabel yang lain. Metode ini sering digunakan dalam penelitian ekonomi dan bisnis untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi variabel utama penelitian dan untuk membuat prediksi berdasarkan data yang ada. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis regresi mediasi menurut Hayes (2013) dan Ghozali (2018) yang menyatakan terdapat tiga model regresi dengan variabel intervening untuk melihat pengaruh langsung CSR terhadap kinerja perusahaan, pengaruh langsung CSR terhadap IC, pengaruh langsung IC terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan sumber literasi diatas maka penulis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan pengembangan persamaan regresi untuk menguji **H1**, **H2**, **H3** sebagai berikut :

Model persamaan 1 : $Z = a + \beta_1 X_1 + e$

Model persamaan 2 : $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 Z + e$

dimana:

Y = variabel terikat (kinerja keuangan)

a = konstanta

β_1, β_2 = koefisien regresi

X₁ = variabel bebas (CSR)

Z = variabel mediasi (*intellectual capital*)

3.3.4 Analisis Variabel Mediasi

a. Uji Sobel (*Sobel Test*)

Variabel mediasi atau intervening merupakan variabel penyela atau antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Pola hubungan antara variabel secara langsung tanpa variabel mediasi. Untuk menguji analisis variabel mediasi dapat dilakukan dengan uji Sobel yang dikembangkan oleh Michael Sobel (1982) menurut pedoman Suliyanto (2011).

Uji Sobel dilakukan untuk menentukan pengaruh mediasi yang terjadi bersifat signifikan atau tidak. Menurut Ghozali (2018) uji ini membantu menentukan apakah variabel mediator secara signifikan memediasi hubungan antara variabel independen dan dependen. Uji Sobel digunakan untuk menguji kekuatan pengaruh tidak langsung X ke Y lewat Z. Dalam penelitian ini, uji Sobel digunakan untuk menguji **H4**.

Sebelum melakukan uji sobel, peneliti harus melakukan analisis regresi sederhana dan berganda untuk membantu memastikan bahwa hubungan variabel X, Y, dan Z sudah teridentifikasi dengan baik. Regresi sederhana dan berganda digunakan untuk menghitung koefisien jalur, regresi sederhana digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel independen dan mediator, regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen dan mediator secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. (Jones, 2021)

Uji Sobel menggunakan rumus berikut untuk menghitung nilai z:

$$Z = \frac{a \cdot b}{\sqrt{b^2 \cdot sEa^2 + a^2 \cdot sEb^2}}$$

Keterangan :

(a) adalah koefisien regresi dari variabel independen (X) ke variabel mediator (Z)

(b) adalah koefisien regresi dari variabel mediator (Z) ke variabel dependen (Y)

(sEa) adalah standar *error* dari koefisien (a)

(sEb) adalah standar *error* dari koefisien (b)

Nilai t hitung dibandingkan dengan t tabel, dan jika t hitung lebih besar dari nilai t tabel maka dapat disimpulkan bahwa terjadi pengaruh intervening. Kriteria untuk penerimaan atau penolakan uji Sobel yaitu jika *sobel test statistic* > 1,96 (*critical ratio*) maka terdapat pengaruh mediasi, jika *Sobel test statistic* < 1,96 (*critical ratio*) maka tidak terdapat pengaruh mediasi.

3.3.5 Pengujian Hipotesis

a. Uji F (Uji Simultan)

Untuk melihat pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat dilakukan uji F. Berdasarkan uji F, jika nilai F Hitung > F Tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka disimpulkan secara simultan (serempak) variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

b. Uji koefisien determinasi (R Square)

Menurut Sugiyono (2013) nilai R atau koefisien korelasi digunakan untuk menjelaskan kekuatan dan arah hubungan linear antara dua variabel. Nilai R menunjukkan seberapa erat dan kuat hubungan antara variabel-variabel tersebut, serta apakah hubungan itu positif, negatif, atau tidak ada sama sekali. Analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sambungan variabel independen secara bersamaan terhadap terhadap variabel dependen, mengukur sejauh mana perubahan atau fluktuasi pada variabel dependen (Y) dapat dijelaskan atau diprediksi oleh variabel independen (X) dalam model regresi yang digunakan. Nilai R square dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai R square berkisar antara 0 sampai 1. Koefisien korelasi mempunyai kriteria-kriteria diantaranya sebagai berikut :

Tabel 3.1 Interpretasi Koefisien

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

sumber : Sugiyono (2013)

c. Uji t (Uji Parsial)

Uji statistik t digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh atau perbedaan yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi atau dalam uji hipotesis. Uji t sering digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi dalam analisis regresi linear. Jika nilai probabilitas variabel independen lebih kecil dari nilai signifikansi, terapkan nilai signifikansi 0,5. Pengujian hipotesis tersebut akan dilihat dari hasil nilai signifikansi t, jika diperoleh nilai signifikansi $t \geq 0,05$ tidak berpengaruh sedangkan jika diperoleh nilai signifikansi $t < 0,05$ maka berpengaruh signifikan. (Sugiyono, 2013)