

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi yang telah memasuki era baru diberi nama dengan Revolusi Industri 4.0 yang mana secara fundamental mempengaruhi cara manusia berfikir, hidup, dan berhubungan satu sama lain. Era ini mempengaruhi aktivitas manusia dalam berbagai bidang, seperti teknologi, ekonomi, sosial dan politik. Segala kemudahan hidup dapat dicapai oleh berbagai pihak termasuk dalam kegiatan bisnis dalam suatu perusahaan (Prasetyo, 2018). Namun, dibalik kemudahan yang ditawarkan perusahaan akan terus dituntut untuk dapat bersaing dan bertahan di dalam dunia bisnis pada era globalisasi seperti sekarang ini. Perkembangan dan perubahan yang terjadi membuat perusahaan-perusahaan semakin berusaha untuk dapat memperbaiki dan meningkatkan kinerjanya agar dapat terus bertahan (Widodo, 2018).

Pesatnya perkembangan ekonomi menimbulkan persaingan yang semakin ketat di antara pelaku bisnis (Diorzanora, 2019). Perkembangan serta kelangsungan hidup suatu perusahaan tidak lagi hanya ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam menjual produk yang dihasilkan (Widodo, 2018). Perusahaan dapat mengkolaborasikan bisnis yang didasari pada tenaga kerja (*labor-based business*) menjadi bisnis berdasarkan pengetahuan (*knowledge-based resources*) dengan ilmu pengetahuan (manajemen pengetahuan) sebagai sarana untuk dijadikan sebagai karakteristik utama perusahaan sehingga dapat bertahan dalam persaingan (Sawarjuwono dan Kadir, 2003). Pengetahuan berbasis sumber daya manusia (*knowledge-based resources*) yang biasa diwakilkan oleh modal intelektual (*intellectual capital*) menjadi salah satu strategi dan faktor kesuksesan dalam persaingan antar perusahaan. Sedangkan, pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dapat pula dijadikan sebagai salah satu strategi bagi sebuah perusahaan yang beroperasi di tengah-tengah masyarakat untuk dapat memperoleh penilaian dan evaluasi yang baik atas keberadaan suatu perusahaan (Diorzanora, 2019). Respon yang diberikan oleh masyarakat dan para

investor dapat sangat mempengaruhi keberlangsungan hidup suatu perusahaan dan menggambarkan kinerja perusahaan tersebut (Candrayanthi, 2013).

Kinerja perusahaan merupakan pengukuran atas keberhasilan suatu perusahaan berupa prestasi yang timbul akibat proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh manajemen dalam menjalankan operasionalnya (Nugroho, 2014). Untuk dapat mengetahui kinerja yang dicapai oleh suatu perusahaan perlu dilakukan penilaian kinerja. Penilaian kerja dilakukan untuk memotivasi karyawan dalam mencapai sasaran organisasi dan menekan perilaku yang dapat menyebabkan kinerja perusahaan menjadi buruk. Terdapat 2 (dua) ukuran dalam kinerja perusahaan, yaitu kinerja keuangan perusahaan dan kinerja pasar perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan dapat diukur dengan profitabilitas perusahaan sedangkan kinerja pasar perusahaan dapat diukur dengan return perusahaan (Cahyono, 2011). Meningkatnya kinerja perusahaan otomatis akan menghasilkan nilai tinggi pada suatu perusahaan. Pihak investor juga akan tertarik untuk berinvestasi pada suatu perusahaan dengan kinerja yang baik karena dapat menjamin kesejahteraan yang tinggi bagi investor dan juga bagi masyarakat (Ulum, 2008).

Dalam menciptakan kinerja perusahaan yang baik perusahaan dapat melakukan pengukuran dan penilaian tidak hanya pada aset berwujud namun juga pada aset tak berwujud (Mardola, 2020). Modal intelektual (*intellectual capital*) merupakan sebuah aset tak berwujud (*intangible asset*) yang kemudian didefinisikan sebagai sumber daya pengetahuan dalam bentuk karyawan, teknologi, pelanggan dan juga proses yang digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan nilai bagi perusahaan (Ulum, 2008). *Intellectual capital* sendiri merupakan sebuah aset tak berwujud (*intangible asset*) yang diukur dengan konsep efisiensi dari penambahan nilai (*value added*) yang dihasilkan oleh kemampuan intelektual atau yang dikenal dengan *Value Added Intellectual Coefficient* (VAICTM). Kinerja *intellectual capital* diukur dengan menggunakan kombinasi 3 (tiga) *value added*, yaitu *Value Added Capital Employed* (VACA), *Value Added Human Capital* (VAHU), dan *Structural Capital Value Added* (STVA) (Pulic, 200). Sebuah perusahaan yang melakukan pengembangan kemampuan karyawan otomatis akan memiliki *intellectual capital* yang baik. Perusahaan juga harus berusaha memotivasi

karyawannya untuk meningkatkan produktivitas dan sistem dalam bekerja sehingga dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan profitabilitas dan nilai perusahaan (Sayyidah, 2017).

Pada umumnya elemen-elemen yang terkandung dalam *intellectual capital* suatu perusahaan dikelompokkan ke dalam tiga kelompok, yaitu *human capital*, *structural capital* dan *physical capital/capital employed* (Daud, 2008). *Human capital* merujuk pada pengetahuan, keahlian, kompetensi dan motivasi yang dimiliki karyawan untuk menciptakan kekayaan bagi perusahaan. *Structural capital* mencakup segala jenis budaya perusahaan, teknologi informasi dan komputer *software* yang mendukung usaha karyawan dalam menghasilkan kinerja intelektual yang optimal. Sedangkan, *physical capital/capital employed* merupakan modal fisik dan modal finansial serta hubungan baik antara perusahaan dengan pemasok, loyalitas konsumen maupun pelayanan jasa kepada konsumen (Pramelasari, 2010).

Intellectual capital mulai muncul di Indonesia sejak diterbitkannya PSAK No. 19 (revisi 2000) tentang aktiva tidak berwujud. PSAK No. 19 menjelaskan bahwa aktiva tidak berwujud adalah aktiva non-moneter yang dapat diidentifikasi dan tidak mempunyai wujud fisik serta dimiliki untuk digunakan dalam menghasilkan atau menyerahkan barang atau jasa, disewakan kepada pihak lainnya, atau untuk tujuan administratif (IAI, 2007). Beberapa contoh dari aktiva tidak berwujud yang disebutkan dalam PSAK No. 19 (revisi 2000) antara lain ilmu pengetahuan dan teknologi, desain dan implementasi sistem atau proses baru, lisensi, hak kekayaan intelektual, pengetahuan mengenai pasar dan merek dagang (termasuk merek produk/*brand names*), piranti lunak komputer, hak penguasaan hutan, kuota impor, waralaba, hubungan dengan pemasok atau pelanggan, hak paten, daftar pelanggan, kesetiaan pelanggan, hak pemasaran, hak cipta, film gambar hidup dan pangsa pasar. Meskipun tidak dijelaskan secara eksplisit, kemunculan PSAK No. 19 (revisi 2000) secara tidak langsung telah menyinggung *intellectual capital*.

Menurut Sawarjuwono (2003) *intellectual capital* masih belum dikenal secara luas di Indonesia. Perusahaan-perusahaan di Indonesia cenderung masih menggunakan akuntansi tradisional yang menekankan pada penggunaan aset

berwujud (*tangible asset*) dan aset tak berwujud (*intangible asset*). Praktik laporan keuangan akuntansi tradisional inipun hanya mampu mengakui *intangible asset* berupa hak paten, merk dagang dan juga *goodwill*. Pengetahuan dapat dijadikan sebagai alat baru dalam pengembangan bisnis. Laporan keuangan akuntansi tradisional tidak mampu menyajikan informasi mengenai *knowledge-based resources* dan *intangible asset* baru yang terdiri dari kompetensi staf, hubungan pelanggan, model simulasi, sistem komputer dan sistem administrasi dan membuat laporan keuangan tradisional tidak mampu menyajikan informasi yang cukup mengenai nilai dan kinerja perusahaan yang dapat dijadikan landasan dalam pengambilan keputusan (Pramelasari, 2010).

Kebangkrutan perusahaan Kodak yang menjadi perusahaan pertama penemu film gulung dan fotografi ditimbulkan karena perusahaan belum memanfaatkan dan mengelola *intellectual capital* yang dimiliki secara maksimal. Kodak yang tidak menciptakan produk baru dan tetap bertahan dengan kamera sederhananya membuat pengembangan ilmu pengetahuan, kreatifitas dan inovasi yang dimiliki oleh karyawan tidak berkembang. Sementara itu, perkembangan teknologi dengan kemunculan kamera digital menggerus eksistensi Kodak. Berbeda dengan Fujifilm yang terus mengikuti perkembangan teknologi dengan menciptakan kamera digital, kamera *mirrorless*, merambah bisnis farmasi, kosmetik bahkan produksi panel LCD. Fuji juga menutup fasilitas bisnis yang dianggap tidak diperlukan. Hal ini membuktikan pengelolaan dan pemanfaatan *intellectual capital* dengan terus berinovasi dalam penciptaan produk baru membuat Fujifilm masih bisa bertahan (Wartaekonomi, 2020).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2019) dan Antana (2017) menunjukkan bahwa VACA berpengaruh signifikan sedangkan VAHU dan STVA tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Sementara itu, Saraswati (2018) menunjukkan bahwa VACA tidak berpengaruh sedangkan VAHU dan STVA berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Penelitian yang dilakukan Habibah (2016) menunjukkan bahwa VACA, VAHU dan STVA berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Santosa (2012) di mana VACA, VAHU dan STVA tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Lestari (2017) menunjukkan hasil

penelitian dimana VAHU berpengaruh signifikan, VACA berpengaruh signifikan ke arah negatif, sedangkan STVA tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Putri (2019) dan Setiawan (2018) menunjukkan bahwa VACA dan VAHU berpengaruh signifikan ke arah positif sedangkan STVA berpengaruh signifikan ke arah negatif terhadap kinerja perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan mulai memperhatikan *intellectual capital* yang dimiliki untuk dapat menciptakan nilai tambah dan menghasilkan keunggulan kompetitif berkelanjutan bagi perusahaan.

Cahyono (2011) menyatakan bahwa banyak perusahaan yang hanya memfokuskan kegiatan operasional untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan. Namun, pada kenyataannya pihak-pihak yang merasa puas terhadap hasil yang dicapai oleh perusahaan tidak hanya sebatas investor dan juga orang-orang yang tergabung dalam perusahaan tersebut. Masyarakat yang berada di sekitar perusahaan juga perlu memperoleh hasil dari kinerja perusahaan yang baik. Perusahaan merupakan bagian dari masyarakat dan lingkungan, sehingga dampak dari aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan tidak hanya dirasakan oleh pihak internal perusahaan namun juga pihak-pihak eksternal yang berada di sekitar perusahaan (Sari, 2017). Keberlangsungan hidup suatu perusahaan dapat terjamin apabila perusahaan tersebut berhasil menyeimbangkan dan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan. Masyarakat yang semakin kritis atas keadaan sosial dan lingkungan di sekitarnya, memunculkan kesadaran baru bagi perusahaan tentang betapa pentingnya untuk melakukan tanggung jawab sosial atau yang biasa dikenal dengan *corporate social responsibility* (CSR) (Oktariani, 2013).

Corporate social responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, citra perusahaan menjadi meningkat (Dewi, 2013). Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat. Semakin baik citra perusahaan, loyalitas konsumen akan semakin tinggi sehingga dalam waktu lama penjualan perusahaan akan membaik dan profitabilitas perusahaan juga

meningkat. Dalam melaksanakan tanggung jawab sosial (CSR), seorang manajer akan mengalami sebuah dilema karena harus dapat memikirkan kepentingan para *stakeholders* dan juga *shareholders* yang tetap berorientasi pada keuntungan (Cahyono, 2010).

Terdapat beberapa motivasi dan manfaat yang diharapkan oleh suatu perusahaan dengan melakukan tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) ini, di antaranya adalah 1) perusahaan terhindar dari reputasi negatif sebagai perusak lingkungan yang hanya mengejar keuntungan jangka pendek tanpa memedulikan akibat dari perilaku buruk perusahaan; 2) kerangka kerja etis yang jelas dan kuat dapat membantu para manajer dan karyawan dalam menghadapi masalah seperti permintaan lapangan kerja di lingkungan dimana perusahaan bekerja; 3) perusahaan mendapat rasa hormat dari kelompok inti masyarakat yang membutuhkan keberadaan perusahaan khususnya dalam hal penyediaan lapangan pekerjaan; 4) perilaku etis perusahaan dapat menghindari gangguan yang berasal dari lingkungan masyarakat sekitar sehingga dapat beroperasi secara lancar. Operasional perusahaan yang lancar baik di dalam maupun di luar perusahaan juga dapat menjadi salah satu penunjang untuk dapat meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan (Rahmawati, 2017).

Dalam pelaksanaan CSR perusahaan juga harus dapat menerapkan konsep 3P atau *Triple Bottom-Line*, yaitu *People, Planet, and Profit*. Konsep tersebut membuat setiap perusahaan untuk tidak lagi hanya mementingkan keuntungan (*profit*) dari setiap kegiatan usaha yang dilakukan tetapi juga memperhatikan masyarakat (*people*) dan juga lingkungan (*planet*) yang berada di sekitar perusahaan (Elkington, 1998). Kewajiban suatu perusahaan untuk menerapkan *corporate social responsibility* (CSR) diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas. Pengungkapan CSR secara baik dan benar oleh suatu perusahaan dapat dilaksanakan dengan mengikuti panduan yang terdapat dalam *Global Reporting Initiative* (GRI) (Oktariani, 2013).

Beberapa perusahaan di Indonesia masih saja belum memperdulikan dan melaksanakan tanggung jawab sosial seiring dengan pelaksanaan kegiatan operasional perusahaan. PT Freeport Indonesia merupakan sebuah perusahaan pertambangan sebagai penghasil emas terbesar di dunia yang saham mayoritasnya

dimiliki oleh Freeport-MCMoRan Copper & Gold Inc. yang berlokasi di Amerika. PT Freeport Indonesia melakukan eksplorasi di daerah Papua. Meskipun Freeport telah melaksanakan tanggung jawab sosial dengan mempekerjakan beberapa orang Papua dan melakukan konservasi terhadap lingkungan, namun pada kenyataannya sebagian besar masyarakat asli Papua berada di bawah garis kemiskinan karena mengalami kesenjangan ekonomi. Selain masalah perekonomian aktivitas pertambangan juga merusak lingkungan dan juga pelanggaran hak asasi manusia untuk masyarakat Papua. Kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh PT Freeport dirasa tidak sebanding dengan kerugian yang dirasakan oleh masyarakat Papua serta kerusakan alam Papua. Karena pada kenyataannya kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh PT Freeport Indonesia untuk masyarakat Papua tidak mencapai 1% dari keuntungan bersih PT Freeport Indonesia dan dianggap terlalu dibesar-besarkan (Dematria, 2014). Kapal tongkang berisi lebih dari 300 ton batu bara terbalik dan mencemari Pantai Suak Puntong, Kecamatan Kuala Pesisir, Kabupaten Nagan Raya. Batu bara yang hendak digunakan untuk kebutuhan PLTU 1-2 Nagan Raya ini masih belum dibersihkan sehingga mencemari air laut, mengganggu aktivitas, keberlangsungan hidup dan perekonomian nelayan sekitar. Tumpahan batu bara ini juga sangat berbahaya bagi keseimbangan biota laut. Pihak PLTU 1-2 Nagan Raya ini diharapkan tidak hanya melakukan pembersihan, namun juga memiliki kewajiban memperbaiki dan mengganti rugi kerusakan lingkungan hidup dan masyarakat (Hanafiah, 2020).

Limbah industri berbahan kimia yang dihasilkan oleh Pabrik Gula Glenmore mencemari Sungai Glenmore, Jawa Timur. Pencemaran ini terjadi karena kerusakan IPAL (instalasi pengolahan air limbah) milik oleh Pabrik Gula Glenmore yang tak kunjung diperbaiki sehingga menyebabkan ribuan ikan mati dan gatal-gatal pada warga sekitar (Ernansyah, 2019). Selain itu, sungai dan sumur warga yang berlokasi di Kecamatan Wlingi, Kabupaten Blitar tercemar limbah kotoran sapi yang berasal dari aktivitas operasional pabrik pengelola susu Greenfields. Pihak pabrik tidak melakukan pengolahan limbah kotoran sapi dan langsung mengalirkannya ke dalam sungai sekitar sehingga menyebabkan air sungai mengeruh dan mengeluarkan bau tak sedap. Hal ini menyebabkan

kerugian pada peternak ikan yang sehari-hari mengambil air dari sungai tersebut. Warga juga mengeluhkan sumur yang menjadi sumber mata air tidak dapat lagi digunakan untuk memenuhi keperluan sehari-hari (KompasTV, 2020). Banyak perusahaan yang masih saja salah dalam mengartikan pelaksanaan CSR sebagai acara *charity* dengan membagikan sembako kepada masyarakat sebagai dasar untuk pencitraan. Pelaksanaan CSR yang baik seharusnya dapat mempertimbangkan segala aspek sosial dan lingkungan sebagai tanggung jawab perusahaan (Daelami, 2020).

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap kinerja perusahaan (ROA) yang dilakukan oleh Nollet et al., (2015) dan Sari (2016) yang menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan ke arah negatif terhadap kinerja perusahaan (ROA). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ahyani (2019), Purnaningsih (2018) menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan (ROA) dengan hubungan positif. Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2017) yang menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Penelitian dengan hasil berpengaruh signifikan menunjukkan bahwa CSR sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap lingkungan masyarakat dan sosial serta usaha perusahaan untuk meminimalisir resiko untuk dapat melindungi citra baik perusahaan, sehingga kinerja keuangan perusahaan akan meningkat dan dampak jangka panjangnya dapat dirasakan oleh para *stakeholders*.

Munculnya fenomena dan *gap research* mengenai *intellectual capital* dan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) menumbuhkan ketertarikan penulis untuk melakukan penelitian. Merujuk dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan variabel independen berupa *intellectual capital* dan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) untuk mengetahui pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan yang menjadi variabel dependen. Dalam pengukuran kinerja perusahaan penulis menggunakan perhitungan variabel *Return on Assets* (ROA) sebagai proksi pengukuran atas

kinerja keuangan perusahaan. Penelitian ini mengambil sampel perusahaan yang tergabung dalam sektor penghasil bahan baku dan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode penelitian tahun 2017 sampai dengan tahun 2019 yang dilengkapi dengan beberapa kriteria tertentu.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dalam penelitian ini penulis berusaha merumuskan permasalahan penelitian, yaitu:

1. Apakah *value added capital employed* (VACA) berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
2. Apakah *value added human capital* (VAHU) berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
3. Apakah *structural capital value added* (STVA) berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
4. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
5. Apakah *value added capital employed* (VACA), *value added human capital* (VAHU), *structural capital value added* (STVA) dan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh *value added capital employed* (VACA) terhadap kinerja perusahaan.
2. Untuk menguji pengaruh *value added human capital* (VAHU) terhadap kinerja perusahaan.
3. Untuk menguji pengaruh *structural capital value added* (STVA) terhadap kinerja perusahaan.

4. Untuk menguji pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap kinerja perusahaan.
5. Untuk menguji pengaruh *value added capital employed* (VACA), *value added human capital* (VAHU), *structural capital value added* (STVA) dan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang, rumusan masalah serta tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, di antaranya:

1) Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat memperlihatkan pengaruh *intellectual capital* dan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap kinerja perusahaan dengan memperhatikan teori-teori dan penelitian terdahulu demi pengembangan ilmu akuntansi yang berkaitan. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai dasar dan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan *intellectual capital*, pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan juga kinerja perusahaan.

2) Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan gambaran dan informasi kepada masyarakat mengenai pentingnya tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) yang harus diberikan oleh sebuah perusahaan kepada masyarakat dan juga lingkungan. Dengan begitu tidak ada pihak yang bisa dirugikan dari kegiatan aktivitas perusahaan.

3) Bagi Investor atau *Stakeholders*

Penelitian ini dapat memberikan informasi bagi para investor maupun calon investor serta *stakeholders*, agar segala informasi yang berkaitan dengan *intellectual capital* dan pengungkapan tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) yang tertuang dalam laporan tahunan

dan laporan keberlanjutan perusahaan dapat dijadikan sebagai sinyal untuk mempertimbangkan saat hendak berinvestasi pada suatu perusahaan.

4) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan motivasi bagi perusahaan dan meningkatkan kesadaran untuk terus memperhatikan *intellectual capital* dalam perusahaan dan juga kondisi sosial serta kondisi lingkungan sekitar perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai bukti nyata untuk mempertahankan keberlangsungan peningkatan kinerja perusahaan yang terus membaik.

5) Bagi Peneliti

Dengan hasil penelitian ini penulis dapat menambah wawasan mengenai pengaruh *intellectual capital* yang dimiliki oleh suatu perusahaan serta pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap kinerja perusahaan.



