

Analisis Peran *Social Capital* dan *Intellectual Capital* terhadap *Firm Performance* pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia

Saparila Worokinasih¹, Luthfia Dyah Mahadewi², Reyka Happy Sugiastuti³, Nur Imamah⁴

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia¹

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia²

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia³

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia⁴

Email Korespondensi: saparila.fia@ub.ac.id

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima	25-08-2026
Disetujui	31-08-2026
Diterbitkan	03-09-2026

ABSTRACT

Businesses that prioritize long-term sustainability regard their most valuable productive assets as distinctive, inimitable intangible resources for gaining a competitive edge, particularly intellectual capital and social capital. Building on the resource-based view, this research investigates the impact of these intangible assets on business performance. The sample comprises food and beverage manufacturing firms listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX), selected through purposive sampling, yielding 17 companies and 102 firm-year observations from 2016 to 2021. Intellectual capital is measured through value added capital employed, human capital coefficient, and structural capital coefficient, while social capital is proxied by employee welfare, community, and environmental expenditures; firm performance is assessed using return on assets, return on equity, total assets turnover, and market-to-book value. Measurement and structural models were tested using Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) to examine the research hypotheses. The results demonstrate that intellectual capital exerts a direct positive influence on company performance. Conversely, social capital—the other intangible asset analyzed, was not shown to directly affect performance. These outcomes are anticipated to strengthen corporate governance and increase stakeholder trust in business performance.

Keywords: *Firm Performance; Intellectual Capital; Sosial Capital*

ABSTRAK

Bagi perusahaan yang berorientasi pada keberlanjutan usaha jangka panjang, aset produktif yang paling berharga adalah aset tidak berwujud yang bersifat unik dan tidak mudah ditiru untuk mendapatkan keunggulan bersaing. Berdasarkan pendekatan *resource-based theory*, penelitian ini bertujuan melihat peran aset tidak berwujud, yaitu *intellectual capital* dan *social capital*, dalam mendongkrak kinerja perusahaan. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), dipilih melalui *purposive sampling*, menghasilkan 17 perusahaan dan 102 pengamatan pada periode 2016-2021. *Intellectual capital* diukur melalui VACA, VAHU, dan STVA, sedangkan *social capital* diproksikan dengan *employee welfare*, *community*, dan *environment expenditure*; kinerja perusahaan diukur dengan ROA, ROE, *total assets turnover*, dan *market book value*. Analisis dilakukan melalui pengujian model pengukuran dan model struktural dengan pendekatan *Structural Equation Model* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *intellectual capital* secara langsung berpengaruh positif terhadap kinerja

perusahaan. Namun aset tidak berwujud lainnya, yaitu social capital, tidak terbukti berpengaruh secara langsung terhadap firm performance. Hasil dari model ini diharapkan mampu berkontribusi pada peningkatan tata kelola perusahaan serta meningkatkan kepercayaan stakeholder terhadap kinerja perusahaan.

Katakunci: *Firm Performance; Intellectual Capital; Sosial Capital*

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Worokinasih, S., Mahadewi, L. D., Sugiasuti, R. H., & Imamah, N. (2026). Analisis Peran Social Capital dan Intellectual Capital terhadap Firm Performance pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia. LANCAH: Jurnal Inovasi Dan Tren, 4(2), 377-389. doi.org/10.35870/ljit.v4i2.8539

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan memiliki arti penting bagi pelaku bisnis, pemegang saham, pasar keuangan, dan pemangku kepentingan lainnya, yang digunakan untuk pengambilan keputusan tentang alokasi sumber daya, diversifikasi risiko, dan perumusan kebijakan yang dapat diimplementasikan secara efektif dan efisien (Han & Li, 2015). Arti penting nilai perusahaan tersebut bukan hanya sebagai informasi dalam pengambilan keputusan, tetapi juga dapat digunakan sebagai alat untuk estimasi dan prediksi masa depan dalam keputusan pembiayaan dan investasi (Jirwe et al., 2009). Selain itu, informasi laporan keuangan yang disajikan oleh perusahaan juga dapat menjadi sumber ketertarikan investor untuk memanfaatkan peluang investasi.

Saham adalah salah satu bentuk investasi yang merupakan bukti kepemilikan modal pada perusahaan. Harga saham merupakan nilai saham berdasarkan pasar yang dibentuk oleh permintaan pasar serta penawaran dari perusahaan. Naik dan turunnya harga saham mencerminkan bagaimana respons investor terhadap kinerja perusahaan. Pencapaian kinerja perusahaan yang baik membuat investor memberi penilaian positif dan berdampak pada kenaikan harga saham, dan sebaliknya.

Sektor manufaktur, salah satu sektor unggulan yang berkontribusi besar pada pertumbuhan ekonomi Indonesia, adalah sektor yang sangat diminati oleh investor karena alasan ketahanan, terutama saat menghadapi pandemi (Nurdiakusuma et al., 2022). Hal ini dibuktikan dengan rata-rata realisasi investasi sebesar 55,7%, baik Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) maupun Penanaman Modal Asing (PMA) (BKPM, 2023). Kinerja investasi sektor manufaktur tersebut, di sisi lain, tidak diikuti oleh kinerja berdasarkan harga sahamnya. Pada periode 2017-2020, sektor ini mengalami penurunan yang signifikan yang ditunjukkan dengan rata-rata harga saham tertinggi sebesar Rp5.454 (tahun 2017), sedangkan rata-rata harga saham terendah bernilai Rp3.641 (tahun 2020). Fakta ini harus segera diatasi dengan mengetahui faktor yang mampu dijadikan alat pengungkit kinerja keuangan perusahaan.

Resource Based Theory mengungkapkan bahwa perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif dan tingkat kinerja yang tinggi bila memiliki sumber daya strategis, terutama yang tidak berwujud, dan penggunaan yang tepat dari sumber daya tersebut (Hsu & Wang, 2012). Hal ini diperkuat oleh pernyataan Bontis & Fitz-enz (2002) bahwa tren saat ini dalam mencari keunggulan bersaing, organisasi lebih berfokus pada aset yang tidak berwujud. Modal intelektual merupakan pengetahuan yang dimiliki oleh sumber daya perusahaan yang bersifat tidak berwujud, unik, dan tidak mudah untuk ditiru. Modal intelektual diyakini dapat berperan penting dalam peningkatan nilai perusahaan maupun kinerja keuangan (Bayraktaroglu et al., 2019). Perusahaan yang mampu memanfaatkan modal intelektualnya secara efisien akan meningkatkan nilai pasarnya. *Intellectual capital* juga sangat berhubungan dengan nilai tambah (*value added*) perusahaan. Semakin besar nilai modal intelektualnya, semakin efisien penggunaan modal, semakin tinggi nilai perusahaannya (Appuhami, 2007). Penggunaan modal yang efisien menunjukkan bahwa sumber daya telah dikelola dengan baik. Beberapa penelitian Chowdhury et al. (2019) dan Kweh et al. (2019) mengungkapkan bahwa modal intelektual berpengaruh terhadap kinerja yang diukur dengan *return on assets*. Bukti empiris lainnya menunjukkan bahwa modal intelektual berpengaruh pada pengembalian ekuitas serta perputaran aset dan nilai buku serta memengaruhi kinerja perusahaan, termasuk peningkatan keterampilan dan produktivitas karyawan (Ousama et al., 2020). Hasil studi sebelumnya menunjukkan bahwa *human capital* memiliki hubungan positif dengan *return on asset*. Ini berarti bahwa profitabilitas yang lebih tinggi adalah produk dari kualitas sumber daya manusia yang lebih tinggi (Ferdaous & Rahman, 2019; Hsu & Wang, 2012; Kweh et al., 2019; Tran et al., 2022).

Aset tidak berwujud lainnya yang dapat dijadikan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing adalah modal sosial. Modal sosial perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam membangun hubungan baik dengan pihak internal perusahaan (perusahaan dengan karyawan) dan juga pihak eksternal perusahaan (mitra perusahaan, konsumen, kreditur, dan masyarakat umum) (Lins et al., 2017). Dalam hal ini, modal sosial juga berhubungan erat dengan reputasi dan kepercayaan yang dimiliki oleh perusahaan. Jika perusahaan memiliki hubungan yang baik dengan pemangku kepentingannya dan dikenal sebagai entitas yang bertanggung jawab secara sosial, hal ini dapat meningkatkan kepercayaan dari pelanggan, investor, dan masyarakat luas. Kepercayaan ini dapat membawa dampak positif pada citra perusahaan, daya tarik investasi, loyalitas pelanggan, dan hubungan jangka panjang dengan pemasok dan mitra bisnis lainnya, sehingga dapat berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan (Lins et al., 2017). Dari perspektif pemegang saham, jika perusahaan dengan modal sosial yang tinggi dianggap lebih dapat dipercaya, maka ketika berada di fase kepercayaan keseluruhan kepada perusahaan rendah, misalnya pada saat krisis keuangan, investor dapat mempertahankan penilaian premium pada perusahaan-perusahaan tersebut (Javakhadze et al., 2016).

Penelitian terkait analisis aset tidak berwujud berupa intellectual capital dan social capital telah banyak dilakukan (Chang & Chu, 2006; Ozgun et al., 2022), namun penelitian yang mengintegrasikan kedua variabel tersebut terhadap kinerja perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung, masih sangat jarang ditemui. Lebih lanjut, secara empiris, beberapa penelitian terdahulu tentang modal sosial banyak menggunakan skala persepsional (Ozgun et al., 2022; Gelderman et al., 2016; Fatoki, 2011), namun sangat sedikit yang menggunakan skala rasio. Penelitian ini mencoba untuk memberikan alternatif pemecahan untuk memperkuat keberlanjutan usaha jangka panjang dengan memadukan intangible asset berupa intellectual capital dan social capital yang dimiliki perusahaan dan melihat bagaimana pengaruhnya, baik secara langsung maupun tidak langsung, terhadap kinerja perusahaan. Lebih lanjut, penelitian ini memberikan alternatif pengukuran modal sosial pada level organisasi dengan menggunakan skala pengukuran berjenis rasio.

LITERATURE REVIEW

Literature Review

Resource Based Theory (RBT) menyatakan bahwa perusahaan dapat memperoleh keunggulan usaha dengan mendapatkan keuntungan yang lebih maksimal dan berkelanjutan yang berasal dari sumber daya yang dimiliki (Barney, 2001). Fokus dari *Resource Based Theory* (RBT) ini adalah bagaimana perusahaan mengenali dan mengelola sumber daya utama yang dimilikinya sehingga mampu memberikan keunggulan kompetitif yang pada akhirnya meningkatkan daya saing perusahaan. Lebih lanjut, kemampuan bersaing perusahaan ditentukan oleh dua hal, yaitu kepemilikan sumber daya yang unggul, baik yang bersifat *tangible* maupun *intangible*, dan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki secara efektif (Seetharaman et al., 2002). Menurut pandangan RBT, sumber daya yang mampu memberikan keunggulan kompetitif adalah sumber daya yang memiliki sifat *valuable*, *rare*, *inimitable*, dan *non-substitutable* (VRIN) (Wade & Hulland, 2004). Dengan kemampuan pengelolaan sumber daya yang memiliki VRIN tersebut, perusahaan akan semakin unggul dalam persaingan usaha dan mendapatkan kinerja keuangan yang baik. Berdasarkan pendekatan *Resource-Based Theory* dapat disimpulkan bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang pada akhirnya akan

meningkatkan nilai perusahaan.

Teori sinyal (*Signalling Theory*) berkaitan dengan cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam menyediakan informasi kepada para pemangku kepentingannya (Carnini Pulino et al., 2022). Teori sinyal adalah kegiatan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana memandang prospek perusahaan (Brigham, 2015; Rahman et al., 2022; Zhong et al., 2022). Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan memiliki dorongan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal karena terdapat informasi asimetris antara perusahaan dengan pihak eksternal. Sebuah pengungkapan dari perusahaan dapat dikatakan mengandung informasi apabila mampu menimbulkan reaksi dari pihak yang menerimanya (Aida & Rahmawati, 2015). Teori sinyal memaparkan bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Manajer perusahaan akan memberikan informasi melalui laporan keuangan bahwa mereka menerapkan kebijakan akuntansi yang menghasilkan laba yang lebih berkualitas. Teori sinyal merupakan basis teori yang mendasari hubungan pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Informasi yang diterima oleh pihak eksternal tersebut dapat ditangkap sebagai sinyal positif ataupun negatif (Chinedu Innocent et al., 2022). Disebut positif bila informasi yang diterima memberikan dampak positif, dan dikatakan sinyal negatif apabila informasi yang diterima memberikan dampak negatif.

Stakeholder Theory menyatakan bahwa setiap kelompok atau individu dapat mempengaruhi pencapaian tujuan sebuah organisasi (McVea & Freeman, 2023). Pemangku kepentingan adalah pihak-pihak yang memiliki hubungan yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Pihak-pihak tersebut adalah karyawan dan manajemen, kreditur, pemasok, masyarakat sekitar, perusahaan-perusahaan, pemerintah, dan pemegang saham. Berdasarkan perspektif teori pemangku kepentingan, perusahaan bukan entitas yang beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun perusahaan harus memberikan manfaat bagi seluruh pemangku kepentingan. Perusahaan yang beroperasi harus dapat memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingan dan harus berusaha untuk memenuhi tujuan dari berbagai pemangku kepentingan, bukan hanya untuk para pemegang saham. Tujuan utama dari teori pemangku kepentingan adalah membantu manajer untuk memahami lingkungan pemangku kepentingan mereka sehingga dapat melakukan pengelolaan dengan lebih efektif pada lingkungan perusahaan mereka (Ulum et al., 2022). Teori pemangku kepentingan juga memiliki tujuan yang lebih luas, yaitu membantu manajer perusahaan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan dan meminimalkan kerugian bagi pemangku kepentingan. Inti dari teori ini adalah pengaruh atau hasil yang muncul akibat adanya hubungan antara manajemen dengan pemangku kepentingan.

Berdasarkan *Resource Based Theory* (RBT), perusahaan merupakan kumpulan dari aset berwujud maupun aset tidak berwujud (Ullah et al., 2023). RBT mendefinisikan kinerja sebagai pengelolaan aset berwujud dan tidak berwujud secara efektif dan efisien. Menurut Ulum et al. (2022), *intellectual capital* memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan yang memiliki dan mampu mengelola *human capital*, *structural capital*, dan *relational capital* yang dimilikinya dengan baik akan mampu menciptakan *value added* yang besar. *Value added* yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik.

Perusahaan dengan IC yang unggul dapat mengelola seluruh sumber daya yang dimiliki dengan efektif dan efisien, sehingga kinerja keuangan perusahaan meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Aida & Rahmawati (2015), Chinedu Innocent et al. (2022), dan Ullah et al. (2023) menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Perusahaan dengan *intellectual*

capital yang baik maka perusahaan tersebut mampu mengelola aset yang dimilikinya secara efektif dan efisien sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangan. Berdasarkan pembahasan tersebut, hipotesis pertama yang diajukan adalah:

H1: Intellectual Capital berpengaruh positif terhadap Firm Performance

Pengaruh *social capital* terhadap kinerja perusahaan dapat dijelaskan oleh teori pemangku kepentingan, yang menyatakan bahwa pihak manajemen harus bertindak untuk kepentingan semua pihak yang terlibat, terpengaruh, ataupun mempengaruhi perusahaan. Pihak-pihak ini secara garis besar antara lain pemegang saham, kreditur, konsumen, mitra perusahaan, dan masyarakat umum. Menurut teori ini, selama ini pihak perusahaan cenderung bertindak hanya untuk kepentingan pemegang saham, namun melupakan pemangku kepentingan lain yang juga terlibat dan berpengaruh terhadap aktivitas perusahaan. Karena pemangku kepentingan terdiri dari berbagai macam elemen yang berhubungan dengan aktivitas dan hasil dari perusahaan, maka seringkali terjadi konflik antara pemangku kepentingan yang ada (Kujala et al., 2022; Goyal, 2022).

Modal sosial perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam membangun hubungan baik dengan pihak internal perusahaan (perusahaan dengan karyawan) dan juga pihak eksternal perusahaan (mitra perusahaan, konsumen, kreditur, dan masyarakat umum) (Latip et al., 2022; Singh & Misra, 2021). Dalam hal ini, *social capital* juga berhubungan erat dengan reputasi dan kepercayaan yang dimiliki oleh perusahaan. Jika perusahaan memiliki hubungan yang baik dengan pemangku kepentingannya dan dikenal sebagai entitas yang bertanggung jawab secara sosial, hal ini dapat meningkatkan kepercayaan dari pelanggan, investor, dan masyarakat luas (Chang & Chuang, 2011; Luoma-aho, 2013). Kepercayaan ini dapat membawa dampak positif pada citra perusahaan, daya tarik investasi, loyalitas pelanggan, dan hubungan jangka panjang dengan pemasok dan mitra bisnis lainnya, sehingga dapat berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Lins et al. (2017) secara empiris menunjukkan bahwa tingginya tingkat modal sosial perusahaan yang diukur dari biaya sosial perusahaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dan menyarankan bahwa kepercayaan antara perusahaan, investor, dan pihak pemangku kepentingan dapat didorong melalui investasi pada modal sosial. Sehingga hipotesis penelitian kedua yang diusulkan adalah:

H2: Social Capital berpengaruh positif terhadap Firm Performance

Social Capital (SC) merupakan gambaran dari nilai hubungan dan kolaborasi manusia yang dianggap sebagai faktor kunci dalam proses peningkatan pengetahuan karena di dalamnya ada aliran atau proses transfer ide, informasi, dan keahlian di seluruh organisasi (Chang & Chuang, 2011). Pada dasarnya, SC menyediakan sarana untuk menggabungkan pengetahuan dan bertukar pengetahuan antar anggota jaringan sosial. Dengan kata lain, SC menerapkan pengetahuan ke dalam tindakan untuk membangun kemampuan organisasi yang khas dan tanpa SC, inovasi dan produktivitas pengetahuan dapat sangat terganggu (Lins et al., 2017). Dengan demikian, SC diyakini memainkan peran penting dalam membangun kompetensi inti organisasi dan pengembangan bentuk-bentuk inovasi baru, yang pada gilirannya akan memanfaatkan IC organisasi yang tercermin dalam bentuk-bentuk OC seperti produk atau layanan baru serta aset kekayaan intelektual (misalnya paten, merek dagang, dan hak cipta). Berdasarkan hal ini, Nahapiet (2009) menyatakan bahwa hubungan sosial dan modal sosial di dalamnya merupakan pengaruh penting terhadap pengembangan modal intelektual, terutama ketika melihat IC sebagai sebuah agregat aset tidak berwujud kolektivitas sosial yang memiliki pengetahuan dan kemampuan mengetahui. Hipotesis penelitian ketiga yang diajukan adalah:

H3: *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap *Social Capital*

METODE

Sesuai dengan tujuan penelitian, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis eksplanatif dalam rangka menguji hipotesis dan menjelaskan pengaruh antar variabel. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI), dengan kriteria: (a) termasuk dalam sektor industri barang dan konsumsi; (b) termasuk dalam sub-sektor makanan dan minuman; (c) menggunakan mata uang Rupiah dalam laporan keuangannya; (d) memiliki laba sebelum pajak dan tidak mengalami kerugian; (e) memiliki data lengkap sesuai dengan variabel penelitian. Terdapat 17 perusahaan yang diambil datanya dan dilakukan proses analisis dengan total 102 pengamatan selama periode 2016-2021. Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS). Teknik PLS dilakukan dengan dua tahap yaitu: tahap pertama adalah *measurement model*, yaitu menguji validitas dan reliabilitas konstruk dari masing-masing indikator; tahap kedua adalah uji struktural model yang bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antar variabel/korelasi antara konstruk yang diukur.

Variabel *Social Capital* pada penelitian ini diukur dengan *Employee Welfare Expenditure* (EWE), *Community Expenditure* (CE), dan *Environment Expenditure* (EE). Sedangkan variabel *Intellectual Capital* diukur berdasarkan kinerja dari tiap komponen pembentukannya, yaitu *value added capital employed* (VACA), *human capital coefficient* (VAHU), dan *structural capital coefficient* (STVA). *Firm performance* pada penelitian ini diproksikan dengan beberapa rasio seperti *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Total Assets Turnover* (TATO), dan *Market Book Value* (MBV).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan teknik analisis statistik deskriptif untuk mendeskripsikan objek penelitian berdasarkan data sampel yang digunakan, meliputi nilai *mean*, standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum dari masing-masing variabel. Hasil perhitungan statistik deskriptif disajikan pada Tabel 1 berikut.

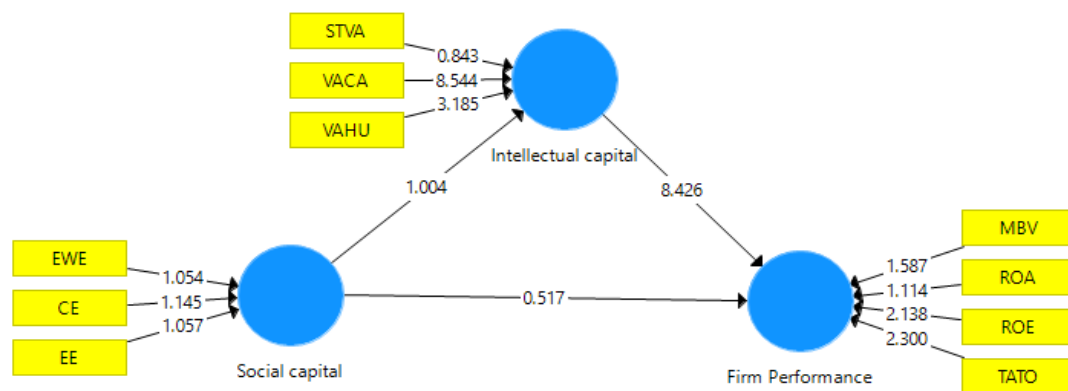
Tabel 1 Analisis Statistik Deskriptif

Variable	Item	Mean	Min	Max	SD
Human Capital	VACA	0.35	0.03	0.95	0.18
	VAHU	2.95	0.83	7.55	1.60
	STVA	0.53	-0.21	0.87	0.26
Social Capital	LN_EWE	27.72	23.3	29.7	28.2
	LN_CE	24.05	0	26.9	24.9
	LN_EE	24.50	0	27.3	25.6
Firm Perform	ROA	0.13	0	0.92	0.11
	ROE	0.24	0	2.24	0.35
	TATO	1.23	0.24	3.16	0.58
	MBV	4.84	0.29	82.44	10.14

Sumber: Data Sekunder diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui pada variabel *Intellectual Capital* memiliki 3 item di antaranya adalah item VACA dengan nilai rata-rata sebesar 0,354, nilai median 0,320, dan standar deviasi 0,181. Pada

item VAHU, nilai mean sebesar 2,952 dan standar deviasi 1,602. Selanjutnya pada STVA, nilai mean sebesar 0,535 dan standar deviasi 0,264. Pada variabel *Social Capital* yang di dalamnya memiliki 3 item, yaitu EWE dengan nilai mean sebesar 27,72 dan standar deviasi 28,2. Item CE memiliki nilai mean sebesar 24,05 dan standar deviasi 24,9. Indikator *social capital* yang terakhir pada EE memiliki nilai mean sebesar 24,50 dan standar deviasi 25,6. Pada variabel *Firm Performance* yang memiliki 4 item, yaitu ROA memiliki nilai mean sebesar 0,13, median 0,11, dan standar deviasi 0,12. Item ROE memiliki nilai mean sebesar 0,25, median 0,13, dan standar deviasi 0,35. Item TATO memiliki nilai mean sebesar 1,23, median 1,11, dan standar deviasi 0,59, dan terakhir item MBV memiliki nilai mean sebesar 4,84, median 2,42, dan standar deviasi 10,15.



Gambar 1. Hasil Evaluasi Outer Model dan Inner Model
Sumber: Ouput Smart-PLS

Gambar 1 menunjukkan hasil evaluasi model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model) dengan menggunakan software Smart-PLS. Dalam model pengukuran, analisis menggunakan indikator formatif dan dilakukan dengan proses bootstrapping (Ghozali, 2021). Diperoleh hasil nilai relative weight-nya dan nilai signifikansi T-statistic bahwa indikator EWE, EE CE, MBV, ROA, dan STVA nilai outer weight tidak signifikan (α , 5%).

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Original Sample (O)	T-Stat	P- Values	Keterangan
H1	0.754	7.711	0.000	Diterima
H2	-0.067	0.495	0.31	Ditolak
H3	-0.327	1.005	0.158	Ditolak

Sumber: Ouput Smart-PLS

Pembuktian hipotesis dilakukan berdasarkan hasil evaluasi model structural atau inner model, dimana hipotesis pertama dapat diterima atau dapat dikatakan berpengaruh yaitu intellectual capital terhadap Firm Performance, sedangkan hipotesis kedua dan ketiga, yaitu pengaruh social capital terhadap intellectual capital dan firm performance ditolak (α , 5%)

Pengaruh Intellectual Capital terhadap Firm Performance.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan

antara *Intellectual Capital* terhadap *Firm Performance*. Hal ini didukung dengan *Resources Based Theory*, yaitu *Intellectual Capital* memenuhi kriteria sebagai sumber daya yang unik untuk dapat menghasilkan *value added* bagi perusahaan sehingga dapat menciptakan keunggulan kompetitif. Perusahaan yang efektif dalam mengelola dan memanfaatkan *intellectual capital* yang dimilikinya memiliki keunggulan yang signifikan dalam inovasi, pengembangan produk dan layanan, serta efisiensi operasional. Hal ini dapat berdampak positif pada kinerja keuangan perusahaan dengan meningkatkan produktivitas, mengurangi biaya, dan menciptakan nilai tambah yang signifikan bagi para pemangku kepentingan. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang menyimpulkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang diproksikan dengan *Tobin's Q* (Nafiroh & Nahumury, 2016).

Pengaruh Social Capital terhadap Firm Performance.

Hasil penelitian hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel *social capital* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian sebelumnya (Yuliana, 2019; Nafiroh & Nahumury, 2016) yang menyatakan bahwa modal sosial yang diproksikan dengan biaya karyawan dan biaya komunitas tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan ROA.

Temuan ini bertentangan dengan asumsi logis yang diungkapkan dalam *Stakeholder Theory* (teori pemangku kepentingan) bahwa suatu perusahaan dapat bertahan jika dapat mengoptimalkan interaksinya dengan lingkungan, masyarakat, dan berbagai pemangku kepentingan perusahaan. Terdapat argumen yang mendukung temuan ini, yaitu bahwa modal sosial, yang diukur dengan biaya sosial yang dikeluarkan perusahaan dalam melaksanakan program sosial yang inklusif dan berkelanjutan, dapat menimbulkan biaya yang signifikan bagi perusahaan. Biaya sosial seperti sumbangan amal, investasi energi terbarukan, dan program lingkungan yang mahal dapat membebani sumber daya keuangan perusahaan. Jika biaya sosial yang tinggi tidak diimbangi dengan keuntungan yang besar, maka dapat memengaruhi kinerja keuangan suatu perusahaan.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa sulit untuk mengidentifikasi dan mengukur secara jelas dampak langsung program sosial terhadap kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan mungkin memperoleh manfaat jangka panjang seperti peningkatan reputasi dan citra, namun manfaat ini mungkin tidak dapat dirasakan secara langsung atau sulit diukur dengan metrik kinerja keuangan yang jelas. Hal ini juga disebabkan karena modal sosial bukan merupakan komponen utama suatu perusahaan, sehingga sulit untuk mengukur kinerja perusahaan, khususnya di bidang manufaktur. Modal sosial merupakan aset tidak berwujud suatu perusahaan dan tidak dicatat secara rinci, sehingga dampaknya terhadap kinerja perusahaan tidak jelas.

Pengaruh Social Capital terhadap Intellectual Capital

Modal sosial yang berfokus pada peningkatan hubungan perusahaan dan karyawan, termasuk tunjangan dan biaya komunitas untuk karyawan, serta biaya yang dikeluarkan untuk kualitas lingkungan, merupakan strategi yang dilakukan perusahaan untuk mendukung kinerja karyawan melalui peningkatan kemampuan sumber daya manusia, yang pada akhirnya modal intelektual yang terbentuk dapat memiliki keunggulan kompetitif. Dengan kata lain, membangun budaya perusahaan yang berkelanjutan akan mendorong inovasi dan kreativitas karyawan, sehingga menghasilkan kinerja yang lebih baik.

Hasil penelitian membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Social Capital* dengan *Intellectual Capital*. Artinya, upaya peningkatan *intellectual capital* dengan melakukan strategi peningkatan *social capital* tidak terbukti. Kedua modal ini dipandang oleh perusahaan sebagai bagian strategi yang terpisah, sehingga tidak cukup bukti bahwa biaya-biaya yang dikeluarkan untuk membangun modal sosial dapat pula meningkatkan kemampuan intelektual sumber daya yang dimilikinya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa variabel *intellectual capital* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *firm performance*. Namun, data yang ada tidak mendukung adanya pengaruh yang signifikan antara *social capital* dengan *firm performance*. Sebagai implikasinya, perusahaan diharapkan mampu mengelola aset tidak berwujudnya, yaitu *intellectual capital*, sebagai modal untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, yang pada akhirnya akan memengaruhi kinerja perusahaan. Lebih lanjut, kebijakan perusahaan terkait pengelolaan dan peningkatan modal sosial dapat dipandang sebagai kontribusi terhadap pemangku kepentingannya dan tidak dipandang sebagai biaya keluaran yang diharapkan memberikan dampak terhadap reputasi, keuntungan, dan berlanjut pada kontribusi kinerja keuangan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aida, R. N., & Rahmawati, E. (2015). Pengaruh modal intelektual dan pengungkapannya terhadap nilai perusahaan: Efek intervening kinerja perusahaan. *Journal of Accounting and Investment*, 16(2). <https://doi.org/10.18196/jai.2015.0035.96>
- Barney, J. B. (2001). Resource-based theories of competitive advantage: A ten-year retrospective on the resource-based view. *Journal of Management*, 27(6), 643-650. <https://doi.org/10.1177/014920630102700602>
- Bayraktaroglu, A. E., Calisir, F., & Baskak, M. (2019). Intellectual capital and firm performance: An extended VAIC model. *Journal of Intellectual Capital*, 20(3), 406-425. <https://doi.org/10.1108/JIC-12-2017-0184>
- Boohene, R., Gyimah, R. A., & Osei, M. B. (2020). Social capital and SME performance: The moderating role of emotional intelligence. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 12(1), 79-99. <https://doi.org/10.1108/JEEE-10-2018-0103>
- Bontis, N., & Fitz-enz, J. (2002). Intellectual capital ROI: A causal map of human capital antecedents and consequents. *Journal of Intellectual Capital*, 3(3), 223-247. <https://doi.org/10.1108/14691930210435589>
- Carnini Pulino, S., Ciaburri, M., Magnanelli, B. S., & Nasta, L. (2022). Does ESG disclosure influence firm performance? *Sustainability*, 14(13), 7595. <https://doi.org/10.3390/su14137595>
- Chang, H. H., & Chuang, S.-S. (2011). Social capital and individual motivations on knowledge sharing: Participant involvement as a moderator. *Information & Management*, 48(1), 9-18. <https://doi.org/10.1016/j.im.2010.11.001>
- Chang, S.-C., & Chu, C.-Y. (2006). The study of social capital, organizational learning, innovativeness, intellectual capital, and performance. *The Journal of Human Resource and Adult Learning*.
- Chinedu Innocent, E., Sergius Nwannebu, U., & Friday Effiong, A. (2022). Empirical review of intangible assets on financial performance of listed oil and gas sector in Nigeria. *Advance Journal of Management, Accounting and Finance*. <https://aspjournals.org/ajmaf/>

- Chiu, C.-M., Hsu, M.-H., & Wang, E. T. G. (2006). Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories. *Decision Support Systems*, 42(3), 1872-1888. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2006.04.001>
- Chowdhury, L. A. M., Rana, T., & Azim, M. I. (2019). Intellectual capital efficiency and organisational performance: In the context of the pharmaceutical industry in Bangladesh. *Journal of Intellectual Capital*, 20(6), 784-806. <https://doi.org/10.1108/JIC-10-2018-0171>
- Fatoki, O. (2011). The impact of human, social and financial capital on the performance of small and medium-sized enterprises (SMEs) in South Africa. *Journal of Social Science*, 29(3).
- Ferdaous, J., & Rahman, M. M. (2019). The effects of intangible assets on firm performance. *American Journal of Business*, 34(3/4), 148-168. <https://doi.org/10.1108/ajb-11-2018-0065>
- Gelderman, C. J., Semeijn, J., & Mertschuweit, P. P. (2016). The impact of social capital and technological uncertainty on strategic performance: The supplier perspective. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 22(3), 225-234. <https://doi.org/10.1016/j.pursup.2016.05.004>
- Goyal, L. (2022). Stakeholder theory: Revisiting the origins. *Journal of Public Affairs*, 22(3), e2559. <https://doi.org/10.1002/pa.2559>
- Han, Y., & Li, D. (2015). Effects of intellectual capital on innovative performance. *Management Decision*, 53(1), 40-56. <https://doi.org/10.1108/MD-08-2013-0411>
- Hsu, L.-C., & Wang, C.-H. (2012). Clarifying the effect of intellectual capital on performance: The mediating role of dynamic capability. *British Journal of Management*, 23(2), 179-205. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2010.00718.x>
- Jain, P., Vyas, V., & Roy, A. (2017). Exploring the mediating role of intellectual capital and competitive advantage on the relation between CSR and financial performance in SMEs. *Social Responsibility Journal*, 13(1), 1-23. <https://doi.org/10.1108/SRJ-04-2015-0048>
- Javakhadze, D., Ferris, S. P., & French, D. W. (2016). Social capital, investments, and external financing. *Journal of Corporate Finance*, 37, 38-55. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2015.12.001>
- Jirwe, M., Gerrish, K., Keeney, S., & Emami, A. (2009). Identifying the core components of cultural competence: Findings from a Delphi study. *Journal of Clinical Nursing*, 18(18), 2622-2634. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2702.2008.02734.x>
- Kujala, J., Sachs, S., Leinonen, H., Heikkinen, A., & Laude, D. (2022). Stakeholder engagement: Past, present, and future. *Business and Society*, 61(5), 1136-1196. <https://doi.org/10.1177/00076503211066595>
- Kweh, Q. L., Ting, I. W. K., Hanh, L. T. M., & Zhang, C. (2019). Intellectual capital, governmental presence, and firm performance of publicly listed companies in Malaysia. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 16(2), 193-211. <https://doi.org/10.1504/IJLIC.2019.098932>
- Latip, M., Sharkawi, I., Mohamed, Z., & Kasron, N. (2022). The impact of external stakeholders' pressures on the intention to adopt environmental management practices and the moderating effects of firm size. *Journal of Small Business Strategy*, 32(3). <https://doi.org/10.53703/001c.35342>
- Liao, J., & Welsch, H. (2005). Roles of social capital in venture creation: Key dimensions and research implications. *Journal of Small Business Management*, 43(4), 345-362. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2005.00141.x>
- Lins, K. V., Servaes, H., & Tamayo, A. (2017). Social capital, trust, and firm performance: The value of corporate social responsibility during the financial crisis. *Journal of Finance*, 72(4), 1785-1824. <https://doi.org/10.1111/jofi.12505>
- Luoma-aho, V. (2013). Corporate reputation and the theory of social capital. In *The Handbook of Communication and Corporate Reputation* (pp. 279-290). <https://doi.org/10.1002/9781118335529.ch24>
- Mardiandari, P., & Rustiyaningsih, S. (2013). Tanggung jawab sosial dan kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur go publik di Bursa Efek Indonesia. *JRMA: Jurnal Riset Manajemen dan*

- Akuntansi, 1(1).
- McVea, J. F., & Freeman, R. E. (2023). A names-and-faces approach to stakeholder management: How focusing on stakeholders as individuals can bring ethics and entrepreneurial strategy together. In S. D. Dmytriiev & R. E. Freeman (Eds.), *R. Edward Freeman's selected works on stakeholder theory and business ethics* (pp. 197-215). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-04564-6_9
- Nafiroh, S., & Nahumury, J. (2016). The influence of intellectual capital on company value with financial performance as an intervening variable in financing institutions in Indonesia. *The Indonesian Accounting Review*, 6(2). <http://dx.doi.org/10.14414/tiar.v6i2.604>
- Nahapiet, J. (2009). Capitalizing on connections: Social capital and strategic management. In V. O. Bartkus & J. H. Davis (Eds.), *Social capital: Reaching out, reaching in* (pp. 205-238). Edward Elgar Publishing.
- Nurdiakusuma, J., & Chomsatu, Y. (2022). Faktor penentu struktur modal pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi. *Jurnal Akuntansi dan Teknologi Informasi*, 19(1), 202-207. <https://doi.org/10.29264/jakt.v19i1.10588>
- Ousama, A. A., Hammami, H., & Abdulkarim, M. (2020). The association between intellectual capital and financial performance in the Islamic banking industry. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 13(1), 75-93. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-05-2016-0073>
- Ozgun, A. H., Tarim, M., Delen, D., & Zaim, S. (2022). Social capital and organizational performance: The mediating role of innovation activities and intellectual capital. *Healthcare Analytics*, 2. <https://doi.org/10.1016/j.health.2022.100046>
- Rahman, H. U., Zahid, M., & Khan, M. (2022). Corporate sustainability practices: A new perspective of linking board with firm performance. *Total Quality Management & Business Excellence*, 33(7-8), 929-946. <https://doi.org/10.1080/14783363.2021.1908826>
- Seetharaman, A., Helmi Bin Zaini Sooria, H., & Saravanan, A. S. (2002). Intellectual capital accounting and reporting in the knowledge economy. *Journal of Intellectual Capital*, 3(2), 128-148. <https://doi.org/10.1108/14691930210424734>
- Singh, K., & Misra, M. (2021). Linking corporate social responsibility (CSR) and organizational performance: The moderating effect of corporate reputation. *European Research on Management and Business Economics*, 27(1), 100139. <https://doi.org/10.1016/j.iemeen.2020.100139>
- Tran, N. P., Dinh, C. T. H., Hoang, H. T. T., & Vo, D. H. (2022). Intellectual capital and firm performance in Vietnam: The moderating role of corporate social responsibility. *Sustainability*, 14(19). <https://doi.org/10.3390/su141912763>
- Ullah, A., Pinglu, C., Ullah, S., Qian, N., & Zaman, M. (2023). Impact of intellectual capital efficiency on financial stability in banks: Insights from an emerging economy. *International Journal of Finance & Economics*, 28(2), 1858-1871. <https://doi.org/10.1002/ijfe.2512>
- Ulum, S. N., Kartika, D., & Suryatimur, P. (2022). Peran sistem pengendalian internal dan good corporate governance dalam upaya pencegahan fraud. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(2), 331-340. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1328>
- Villena, V. H., Revilla, E., & Choi, T. Y. (2011). The dark side of buyer-supplier relationships: A social capital perspective. *Journal of Operations Management*, 29(6), 561-576. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2010.09.001>
- Wade, M., & Hulland, J. (2004). Review: The resource-based view and information systems research: Review, extension, and suggestions for future research. *MIS Quarterly*, 28(1), 107-142. <https://doi.org/10.2307/25148626>
- Yuliana, I. (2019). Profitability relation, corporate social responsibility fund, and environmental performance with firm value (Study at companies listed in the sustainable and responsible investment index (SRI)-Kehati). *Management and Economics Journal (MEC-J)*, 3(2), 131. <https://doi.org/10.18860/mec-j.v3i2.7495>

Zhong, X., Chen, W., & Ren, G. (2022). The impact of corporate social irresponsibility on emerging-economy firms' long-term performance: An explanation based on signal theory. *Journal of Business Research*, 144, 345-357. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.02.005>