

Umur Perusahaan Memoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* dan Profitabilitas Pada Nilai Relatif Perusahaan

Ni Putu Kiki Kusuma Dewi¹

I Dewa Nyoman Badera²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Indonesia

*Correspondences: kiki.kusuma.dewii@gmail.com

ABSTRAK

Nilai relatif perusahaan merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan oleh para pemegang saham karena dapat mencerminkan kinerja keuangan sebuah perusahaan. Penelitian bertujuan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility disclosure* dan profitabilitas pada nilai relatif perusahaan dengan umur perusahaan sebagai variabel pemoderasi. Penelitian dilakukan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021. Dalam penelitian ini digunakan teknik *purposive sampling* dengan perolehan sampel sebanyak 117 data observasi. Teknik analisis pada penelitian menggunakan *Moderated Regression Analysis* dengan bantuan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan *corporate social responsibility disclosure* berpengaruh negatif terhadap nilai relatif perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai relatif perusahaan, umur perusahaan memperlemah pengaruh *corporate social responsibility disclosure* pada nilai relatif perusahaan namun umur perusahaan tidak memoderasi pengaruh profitabilitas pada nilai relatif perusahaan.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility Disclosure*; Profitabilitas; Umur Perusahaan; Nilai Relatif Perusahaan

Company Age Moderates the Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure and Profitability on the Company's Relative Value

ABSTRACT

The relative value of a company is an important aspect that shareholders need to pay attention to because it can reflect the financial performance of a company. The research aims to examine the influence of corporate social responsibility disclosure and profitability on the relative value of companies with company age as a moderating variable. Research was conducted on companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2017-2021 period. In this research, a purposive sampling technique was used to obtain a sample of 117 observation data. The analysis technique in the research uses Moderated Regression Analysis with the help of SPSS software. The results of the research show that corporate social responsibility disclosure has a negative effect on the relative value of the company, profitability has a positive effect on the relative value of the company, company age weakens the effect of corporate social responsibility disclosure on the relative value of the company but company age does not moderate the effect of profitability on the relative value of the company.

Keywords: *Corporate Social Responsibility Disclosure*; Profitability; Firm Age; Firm's Relative Value

Artikel dapat diakses : <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/index>



e-ISSN 2302-8556

Vol. 33 No. 10
Denpasar, 31 Oktober 2023
Hal. 2731-2745

DOI:
10.24843/EJA.2023.v33.i10.p14

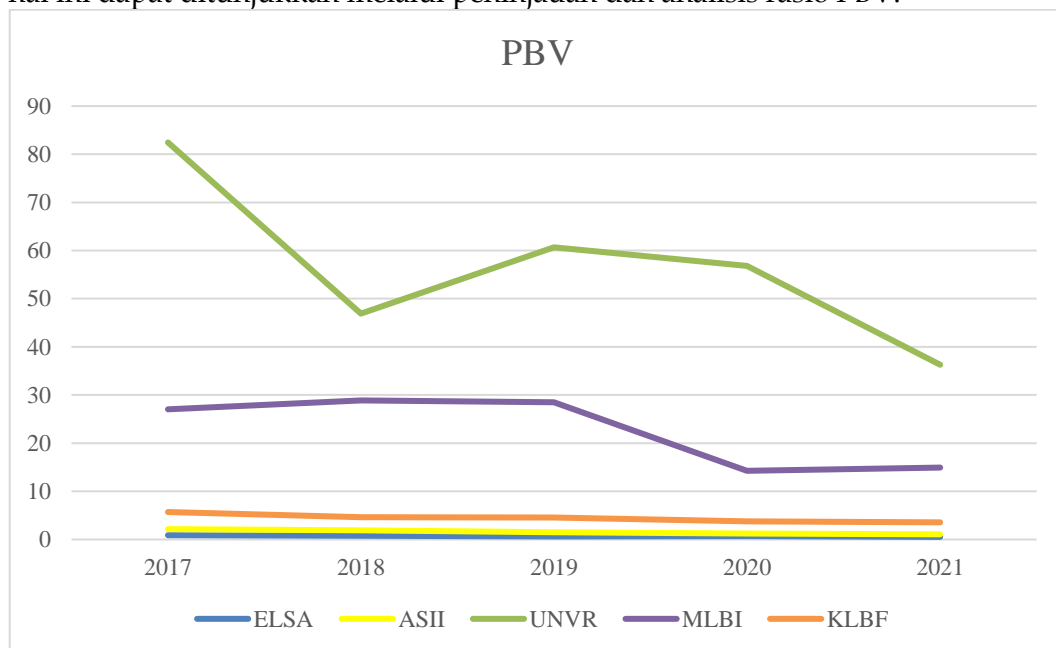
PENGUTIPAN:
Dewi, N. P. K. K., & Badera, I. D. N. (2023). Umur Perusahaan Memoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* dan Profitabilitas Pada Nilai Relatif Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 33(10), 2731-2745

RIWAYAT ARTIKEL:
Artikel Masuk:
20 Juni 2023
Artikel Diterima:
23 September 2023

PENDAHULUAN

Pendirian sebuah perusahaan dilatarbelakangi oleh adanya tujuan yang ingin dicapai, baik tujuan jangka panjang ataupun tujuan jangka pendek. Tujuan jangka pendek suatu perusahaan adalah memaksimalkan laba yang diperoleh melalui kegiatan operasionalnya, sedangkan dalam jangka panjang perusahaan memiliki tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaannya (Salsa & Nugraha, 2022). Nilai perusahaan merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan oleh para pemegang saham karena mencerminkan kinerja keuangan dari sebuah perusahaan. Informasi mengenai nilai perusahaan dibutuhkan oleh para investor untuk membuat sebuah keputusan atas pembelian saham suatu perusahaan (Dewi & Susanto, 2022).

Price to Book Value (PBV) dijadikan proksi nilai perusahaan pada penelitian ini yang merupakan nilai relatif yang mencerminkan hubungan antara nilai buku per saham sebuah perusahaan dengan harga pasar. Nilai relatif merupakan nilai yang diperoleh melalui proses pengukuran terhadap harga wajar saham dengan cara melakukan perbandingan antara nilai intrinsik saham suatu emiten dengan nilai intrinsik saham emiten lain dalam satu industri sejenis (Pengestika & Christianti, 2021). Kemampuan suatu perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaannya sangat bergantung pada modal yang diinvestasikan yang mana hal ini dapat ditunjukkan melalui peninjauan dan analisis rasio PBV.



Gambar 1. PBV beberapa perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2017-2021

Sumber: Data Penelitian, 2023

Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa setiap tahunnya terjadi variasi baik peningkatan ataupun penurunan rasio PBV dari perusahaan. Rasio PBV yang bervariasi ini dapat disebabkan oleh tingkat persepsi pasar terhadap prospek masa depan dari suatu perusahaan dimana rasio ini dapat menggambarkan seberapa besar nilai buku suatu perusahaan dihargai oleh pasar sehingga naik turunnya harga saham akan turut mempengaruhi perusahaan dari

nilai PBV (Suryarahman & Wirama, 2018). Tinggi rendahnya nilai relatif sebuah perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. *Corporate social responsibility disclosure* dan profitabilitas diduga menjadi faktor yang memiliki pengaruh terhadap nilai relatif perusahaan.

Penelitian mengenai pengaruh *corporate social responsibility disclosure* terhadap nilai relatif perusahaan telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Yudha & Ariyanto (2022) menyatakan bahwa *corporate social responsibility disclosure* yang diprosikan dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDi)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang sama ditemukan oleh Miladeny & Damayanthi (2021) serta Rahmantari (2021) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility disclosure* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berbeda ditemukan oleh Astuti (2020) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility disclosure* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian mengenai nilai relatif perusahaan yang dipengaruhi oleh variabel profitabilitas juga telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Grediani & Dianingsih (2022) menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri & Anwar (2022) serta Damayani & Wirawati (2022) yang memperoleh kesimpulan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut berbanding terbalik dengan hasil temuan yang dilakukan oleh Rahmantari (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap nilai suatu perusahaan.

Penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai pengaruh *corporate social responsibility disclosure* dan profitabilitas pada nilai relatif perusahaan menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Hal ini mungkin terjadi karena ada faktor lainnya yang turut memengaruhi hubungan *corporate social responsibility disclosure* dan profitabilitas pada nilai relatif perusahaan. Salah satu faktor yang diduga turut memengaruhi adalah umur perusahaan yang kemudian diangkat sebagai variabel moderasi pada penelitian ini. Umur suatu perusahaan dapat menggambarkan eksistensi dan kemampuan bersaing perusahaan tersebut. Perusahaan dengan umur yang lebih tua dinilai mampu mengatasi hambatan dan kendala yang dihadapi sejak perusahaan berdiri hingga saat ini sehingga perusahaan dinilai memiliki pengalaman yang lebih banyak dalam mengatasi permasalahan yang terjadi dibandingkan dengan perusahaan yang lebih muda. Oleh karena itu, perusahaan yang lebih tua dianggap cenderung lebih stabil apabila dibandingkan dengan perusahaan berumur lebih muda. Perusahaan yang telah lama berdiri pada kondisi normalnya akan dinilai memiliki pengelolaan mengenai informasi akuntansi yang lebih baik daripada perusahaan yang berumur lebih pendek. Jika dikaitkan dengan *corporate social responsibility disclosure*, informasi mengenai CSR akan cenderung lebih banyak dihasilkan oleh perusahaan yang telah lama beroperasi atau memiliki umur yang lebih panjang (Yudha & Ariyanto, 2022).

Mengingat pentingnya nilai relatif perusahaan bagi pihak *stakeholder* dan juga emiten serta tidak konsistennya hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, maka penulis termotivasi untuk meneliti nilai relatif perusahaan

pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2021 dengan menggunakan variabel *Corporate Social Responsibility Disclosure* dan profitabilitas sebagai variabel independen serta umur perusahaan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *corporate social responsibility disclosure* dan profitabilitas pada nilai relatif perusahaan yang dimoderasi oleh umur perusahaan. Penelitian memberi implikasi teoritis dengan memberikan kontribusi pada teori Legitimasi dan teori *Stakeholder* serta memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *corporate social responsibility disclosure* dan profitabilitas pada nilai relatif perusahaan yang dimoderasi oleh umur perusahaan. Selain itu, secara praktis penelitian dapat dijadikan sebagai tambahan informasi mengenai kondisi suatu perusahaan yang berkaitan dengan *corporate social responsibility disclosure* dan profitabilitas pada nilai relatif perusahaan yang dimoderasi oleh umur perusahaan.

Menurut teori Legitimasi, dalam menjalankan kegiatan bisnis berkesinambungan maka suatu perusahaan harus memastikan agar setiap norma dan peraturan yang berlaku di masyarakat sudah dipatuhi serta segala aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dapat diterima oleh pihak luar agar terhindar dari sanksi (UY & Hendrawati, 2020). *Corporate Social Responsibility* dilaksanakan sebagai bentuk tanggung jawab dari perusahaan dalam rangka melakukan minimalisasi terhadap efek negatif yang diakibatkan oleh kegiatan operasional perusahaan (Ayu & Suarjaya, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Yudha & Ariyanto (2022), Miladeny & Damayanthi (2021), dan Rahmantari (2021) memperoleh hasil bahwa *Corporate Social Responsibility Disclosure* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR akan cenderung terlihat lebih menarik bagi para *stakeholder* karena perusahaan dianggap mengambil bagian dalam tanggung jawab sosialnya kepada lingkungan dan mencoba memenuhi kebutuhan serta harapan *stakeholder* sehingga akan memperoleh respon positif yang ditandai dengan meningkatnya kepercayaan *stakeholder* yang kemudian dapat meningkatkan nilai relatif perusahaan melalui kenaikan harga saham perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut.

H₁: *Corporate social responsibility disclosure* berpengaruh positif terhadap nilai relatif perusahaan

Profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan tingkat laba yang mampu diperoleh sebuah perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya pada periode waktu tertentu. Kenaikan laba sebuah perusahaan dinilai merupakan sebuah gambaran bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik di masa mendatang. Secara tidak langsung, peningkatan profitabilitas suatu perusahaan dapat menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut yang berdampak pada terjadinya kenaikan permintaan saham sehingga memicu meningkatnya nilai perusahaan yang bersangkutan (Grediani & Dianingsih, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Grediani & Dianingsih (2022), Putri & Anwar (2022), dan Damayani & Wirawati (2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan dengan kemampuan menghasilkan laba yang stabil tentunya memberikan kepercayaan bagi publik bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik di masa mendatang yang mana hal ini akan turut meningkatkan reputasi dari suatu perusahaan. Investor akan cenderung melakukan investasi pada perusahaan dengan reputasi yang baik dimana hal ini akan berdampak pada meningkatkan nilai relatif perusahaan tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut.

H₂ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai relatif perusahaan

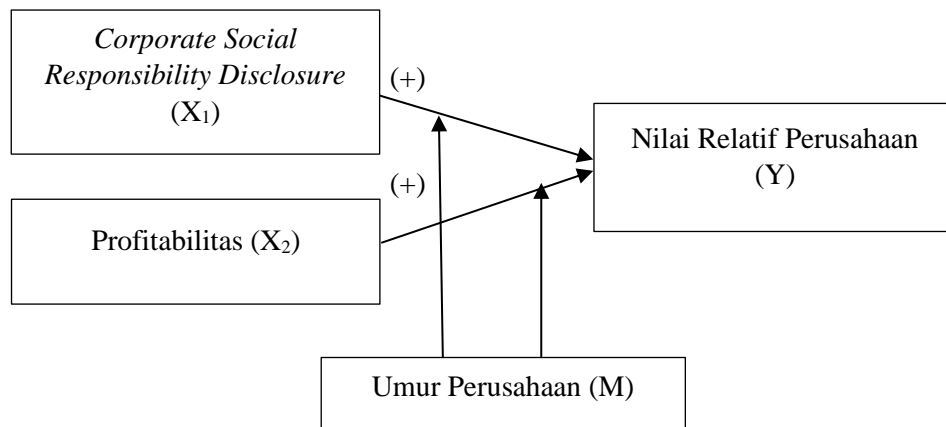
Pengalaman terkait CSR dapat dimiliki lebih banyak oleh perusahaan dengan umur yang lebih tua sehingga perusahaan tersebut dapat memperoleh manfaat dari pembangunan sumber daya manusia (SDM). Semakin tua umur dari suatu perusahaan membuat pengalaman perusahaan dalam membangun kepercayaan investor akan menjadi lebih baik dibandingkan dengan perusahaan dengan umur yang lebih muda. Kepercayaan investor yang meningkat akan berdampak pada nilai perusahaan yang juga turut mengalami peningkatan. Umur yang lebih tua cenderung membuat perusahaan lebih memahami mengenai informasi yang sebaiknya diungkapkan ke dalam laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan sehingga tentunya akan diungkapkan informasi-informasi yang dapat memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan tersebut (Kesumastuti & Dewi, 2021).

Perusahaan yang memiliki umur yang lebih pendek memiliki tantangan untuk membangun kepercayaan investor melalui pengungkapan CSR yang dilakukan karena pengalaman yang dimiliki belum sebanyak perusahaan dengan umur yang lebih panjang sehingga investor tentunya akan lebih mempertimbangkan perusahaan yang lebih tua karena telah memiliki banyak pengalaman terutama dalam hal pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₃ : Umur perusahaan memperlemah pengaruh *corporate social responsibility disclosure* pada nilai relatif perusahaan

Profitabilitas perusahaan dengan umur yang lebih tua atau berdiri lebih lama umumnya lebih stabil dibandingkan dengan perusahaan yang baru berdiri (Syarli, 2021). Profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai relatif sebuah perusahaan terutamanya untuk perusahaan yang baru berdiri atau perusahaan dengan umur yang pendek. Penelitian terdahulu yang dilakukan dengan meneliti pengaruh profitabilitas terhadap nilai relatif perusahaan memberikan hasil yang tidak konsisten sehingga dalam penelitian ini peneliti menambahkan variabel moderasi berupa umur perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₄ : Umur perusahaan memperlemah pengaruh profitabilitas pada nilai relatif perusahaan



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Data Penelitian, 2023

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berbentuk asosiatif. Penelitian ini dilakukan pada seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2021. Objek dalam penelitian ini yaitu nilai relatif perusahaan yang diduga dipengaruhi oleh *corporate social responsibility disclosure* dan profitabilitas dengan moderasi umur perusahaan. Penelitian ini menggunakan tiga jenis variabel, yaitu variabel independen berupa *corporate social responsibility disclosure* dan profitabilitas, variabel dependen berupa nilai relatif perusahaan, dan variabel moderasi berupa umur perusahaan.

Pengukuran variabel nilai relatif perusahaan menggunakan rasio *price to book value* (PBV) yang merupakan sebuah indikator yang digunakan dalam pengukuran kinerja pasar saham terhadap nilai buku saham sebuah perusahaan. PBV dihitung menggunakan rumus berikut. (Laksmi & Wirawati, 2022)

$$PBV = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per Share}} \dots\dots\dots(1)$$

Corporate social responsibility disclosure merupakan bentuk tanggung jawab dari sebuah perusahaan atas dampak yang diakibatkan oleh kegiatan operasional perusahaan yang bersangkutan. Pengukuran *corporate social responsibility disclosure* dalam penelitian ini menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDi) dengan *GRI Standards* sebagai pedoman (Laksmi & Wirawati, 2022). Pengukuran variabel *Corporate Social Responsibility Disclosure* dihitung dengan menggunakan rumus berikut.

$$CSRDi = \frac{\text{Jumlah item informasi CSR yang diungkapkan}}{\text{Jumlah seluruh item indikator pengungkapan CSR}} \dots\dots\dots(2)$$

Menurut Putri & Anwar (2022), profitabilitas merupakan gambaran atas pemanfaatan ketersediaan sumber daya perusahaan secara maksimal untuk memperoleh keuntungan. Profitabilitas diukur dengan menggunakan rasio ROA (*Return on Assets*) yang menggambarkan seberapa banyak keuntungan yang dapat dihasilkan oleh suatu perusahaan dari asetnya. ROA dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$ROA = \frac{\text{Net Profit After Tax}}{\text{Total Assets}} \times 100\% \dots\dots\dots(3)$$

Umur perusahaan didefinisikan sebagai waktu sejak awal pendirian perusahaan hingga waktu yang tidak dapat ditentukan atau tidak terbatas. Pengukuran variabel umur perusahaan menggunakan umur sebagai berikut. (Yudha & Ariyanto, 2022).

Umur Perusahaan = tahun *annual report* diteliti – tahun perusahaan berdiri

Jenis data dari penelitian ini merupakan data kuantitatif yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan dari perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021 yang dapat diakses melalui *website* www.idx.co.id dan *website* resmi masing-masing perusahaan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI selama periode 2017-2021, yaitu sebanyak 548 perusahaan. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode observasi non-partisipan. Data diperoleh dari jurnal penelitian terdahulu, situs internet resmi, buku-buku, dan data laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021 yang telah dipublikasikan dan diperoleh dengan mengakses situs www.idx.co.id dan situs resmi masing-masing perusahaan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini diawali dengan melakukan analisis statistik deskriptif yang kemudian dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikoleniaritas, dan uji heteroskedastisitas. Setelah melakukan uji asumsi klasik, penelitian dilanjutkan dengan melakukan *Moderated Regression Analysis* (MRA), uji koefisien determinasi (R^2), uji kelayakan model (uji F), dan uji signifikansi individual (uji t). Persamaan regresi dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 M + \beta_4 X_1 M + \beta_5 X_2 M + \varepsilon \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

- Y = Nilai relatif perusahaan
- α = Konstanta
- β_{1-5} = Koefisien regresi
- X_1 = *Corporate Social Responsibility Disclosure*
- X_2 = Profitabilitas
- M = Umur perusahaan
- $X_1 M$ = Interaksi antara *CSR Disclosure* dengan Umur Perusahaan
- $X_2 M$ = Interaksi antara Profitabilitas dengan Umur Perusahaan
- ε = *Error term*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021 termasuk ke dalam wilayah penelitian ini dengan perolehan data yang didapat melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id dan situs resmi dari masing-masing perusahaan. Dalam melakukan penentuan sampel digunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, sehingga didapatkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak

27 perusahaan selama lima tahun dengan total data observasi sebanyak 135 data. Akan tetapi, pada proses pengolahan data diketahui terdapat data *outlier* dan dikeluarkan dari sampel penelitian karena menyebabkan data tidak memenuhi asumsi klasik normalitas data sehingga didapatkan jumlah sampel perusahaan adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Proses dan Hasil Seleksi Sampel Berdasarkan Kriteria

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Perusahaan terdaftar di BEI secara berturut-turut periode 2017-2021	548
2.	Perusahaan termasuk dalam sektor keuangan	(91)
3.	Perusahaan tidak menyajikan <i>annual report</i> dan <i>sustainability report</i> secara terpisah dan berturut-turut selama periode 2017-2021	(416)
4.	Perusahaan tidak menyajikan laporan keuangan dalam mata uang rupiah	(12)
5.	Perusahaan memiliki ekuitas negatif	(2)
	Sampel yang digunakan	27
	Jumlah tahun pengamatan (2017-2021)	5
	Jumlah sampel selama periode penelitian	135
	Data <i>outlier</i>	(18)
	Jumlah sampel selama periode penelitian setelah <i>outlier</i>	117

Sumber: Data Penelitian, 2023

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data melalui deskripsi atau penggambaran data yang sudah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. (Sugiyono, 2018:232). Hasil statistik deskriptif disajikan pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	117	0,060	0,870	0,325	0,139
Profitabilitas	117	-9,217	12,592	3,307	3,943
Umur Perusahaan	117	4,000	68,000	44,077	16,235
Nilai Relatif	117	0,359	3,796	1,403	0,728
Valid N (listwise)	117				

Sumber: Data Penelitian, 2023

Tabel 2 menyajikan hasil statistik deskriptif penelitian ini dengan jumlah observasi sebanyak 117. Variabel *corporate social responsibility disclosure* menunjukkan nilai minimum yaitu sebesar 0,060 yang diperoleh PT. Elnusa Tbk. tahun 2018 dan 2019 sedangkan nilai maksimum sebesar 0,870 diperoleh PT. Waskita Karya (Persero) Tbk. tahun 2018. Nilai *mean* variabel *corporate social responsibility disclosure* adalah sebesar 0,325 yang mana nilai ini lebih tinggi dibandingkan standar deviasinya yang menunjukkan nilai 0,139.

Variabel profitabilitas menunjukkan nilai minimum yaitu sebesar -9,217 yang diperoleh PT. Waskita Karya (Persero) Tbk. tahun 2020. Tanda negatif menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mengalami kerugian. Nilai maksimum sebesar 12,592 diperoleh PT. Kalbe Farma Tbk. tahun 2021. Nilai rata-rata (*mean*)

menunjukkan angka sebesar 3,307 dimana nilai ini lebih rendah jika dibandingkan dengan standar deviasinya yang menunjukkan nilai 3,9431.

Variabel umur perusahaan menunjukkan nilai minimum sebesar 4,000 yang diperoleh PT. PP Properti Tbk. tahun 2017 sedangkan nilai maksimum sebesar 68,000 diperoleh PT. PP (Persero) Tbk. tahun 2021. *Mean* variabel umur perusahaan menunjukkan angka sebesar 44,077 yang lebih tinggi dibandingkan standar deviasinya yang sebesar 16,235.

Variabel nilai relatif perusahaan menunjukkan nilai minimum sebesar 0,359 yang dimiliki oleh PT. Salim Ivomas Pratama Tbk. pada tahun 2020 sedangkan nilai maksimum sebesar 3,796 dimiliki oleh PT. Kalbe Farma Tbk. pada tahun 2020. Nilai rata-rata (*mean*) menunjukkan angka sebesar 1,403 dengan standar deviasi sebesar 0,728. Ini berarti perbedaan pada nilai relatif perusahaan yang diteliti terhadap nilai rata-ratanya adalah sebesar 0,728. Setelah melakukan analisis statistik deskriptif, selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang mana diperoleh hasil bahwa model regresi telah memenuhi uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas.

Setelah dilakukan uji asumsi klasik, maka selanjutnya dilakukan *moderated regression analysis* (MRA) yang memperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Moderasi

Model	Unstandardized Coefficients B	t	Sig.
(Constant)	2,816	5,155	0,000
CSRD	-4,262	-2,750	0,007
Profitabilitas	0,104	2,221	0,028
Umur Perusahaan	-0,035	-2,975	0,004
X1M	0,086	2,741	0,007
X2M	0,000	-0,612	0,542
<i>Adjusted R Square</i>	0,172		
F hitung	5,834		
Sig. F	0,000		

Sumber: Data Penelitian, 2023

Berdasarkan hasil persamaan regresi yang disajikan pada Tabel 3, nilai konstanta menunjukkan angka sebesar 2,816 yang memiliki makna bahwa apabila nilai variabel independen yang meliputi *corporate social responsibility disclosure*, profitabilitas, dan umur perusahaan sama dengan nol, maka nilai relatif perusahaan adalah sebesar 2,816 dengan asumsi variabel independen konstan. Nilai koefisien regresi variabel *corporate social responsibility disclosure* yaitu sebesar -4,262 yang berarti ketika variabel *corporate social responsibility disclosure* mengalami peningkatan maka variabel nilai relatif perusahaan akan mengalami penurunan dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Koefisien regresi variabel profitabilitas memiliki nilai sebesar 0,104 yang berarti bahwa ketika variabel profitabilitas meningkat maka variabel nilai relatif perusahaan akan meningkat, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Koefisien regresi variabel umur perusahaan memiliki nilai sebesar -0,035 yang dapat diartikan bahwa ketika variabel umur perusahaan meningkat maka variabel nilai relatif perusahaan akan mengalami penurunan, dengan asumsi variabel independen

lainnya konstan. Koefisien regresi dari variabel interaksi antara *corporate social responsibility disclosure* dan umur perusahaan menunjukkan nilai sebesar 0,086 yang berarti bahwa ketika variabel interaksi antara *corporate social responsibility disclosure* dan umur perusahaan meningkat maka variabel nilai relatif perusahaan akan meningkat, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Koefisien regresi dari variabel interaksi antara profitabilitas dan umur perusahaan menunjukkan nilai sebesar 0,000 yang berarti ketika variabel interaksi antara profitabilitas dan umur perusahaan meningkat maka variabel nilai relatif perusahaan tidak akan mengalami peningkatan atau penurunan, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (uji R^2) yang disajikan pada Tabel 3, diperoleh nilai *adjusted R²* sebesar 0,172. Ini berarti 17,2% variasi nilai relatif perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel profitabilitas, *corporate social responsibility disclosure* dan umur perusahaan, sedangkan 82,8% sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diuji dalam model penelitian.

Berdasarkan hasil uji kelayakan model (uji F) yang disajikan pada Tabel 3, nilai signifikansi F menunjukkan nilai sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar $5,834 > F$ tabel 2,6849. Berdasarkan hal tersebut, maka disimpulkan bahwa model penelitian ini layak untuk digunakan dalam penelitian dan variabel *corporate social responsibility disclosure*, profitabilitas, umur perusahaan, interaksi *corporate social responsibility disclosure* dengan umur perusahaan, dan interaksi profitabilitas dengan umur perusahaan secara bersama-sama berpengaruh pada nilai relatif perusahaan.

Hasil uji signifikansi individual (uji t) yang disajikan pada Tabel 3, koefisien regresi variabel *corporate social responsibility disclosure* menunjukkan nilai sebesar -4,262 dengan nilai *p-value* yaitu $0,007 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility disclosure* memiliki pengaruh yang negatif pada nilai relatif perusahaan, sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal tersebut dapat terjadi karena semakin banyak kegiatan CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan dinilai akan membuat perusahaan yang bersangkutan mengeluarkan biaya lebih banyak agar seluruh kegiatan tersebut dapat terlaksana. Oleh karena itu, *corporate social responsibility disclosure* dinilai dapat mengurangi besarnya keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan yang mana hal ini akan berdampak pula pada rendahnya *return* yang nantinya diterima oleh para investor. Tentunya investor akan merespon hal tersebut dengan negatif yang berdampak pada menurunnya nilai relatif perusahaan. Kristi & Yanto (2020) menyatakan bahwa melalui pengungkapan CSR akan muncul biaya yang dialokasikan untuk melaksanakan kegiatan CSR dimana besarnya biaya tersebut tak jarang tidak sepadan dengan respon yang diterima masyarakat atau investor dikarenakan oleh manfaat CSR yang tidak selalu terlihat dalam jangka pendek. Penelitian ini tidak sesuai dengan teori Legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan berupaya untuk memastikan agar operasi yang dilakukan dapat diterima sesuai dengan harapan masyarakat sehingga memperoleh respon positif dari para investor dan mampu menjamin keberlangsungan dari perusahaan tersebut. Penelitian ini juga tidak mampu mendukung teori *Stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan perlu mengupayakan kemakmuran bagi para *stakeholder* guna menciptakan hubungan yang baik dan harmonis dimana salah satu strategi yang dapat

dilakukan adalah dengan melakukan pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Inastri & Mimba (2017) dan Munzir dkk. (2023) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh negatif pada nilai perusahaan.

Variabel profitabilitas yang disajikan pada Tabel 3, diperoleh koefisien regresi positif sebesar 0,104 dengan *p-value* sebesar $0,028 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel profitabilitas yang diprosikan dengan ROA memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai relatif perusahaan. Hasil uji tersebut mampu membuktikan hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif pada nilai relatif perusahaan, sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Penelitian ini mampu mendukung teori Legitimasi yang menekankan bahwa untuk menjadi perusahaan yang *legitimate*, sebuah perusahaan harus memperhatikan norma dan peraturan yang berlaku agar bisa diterima sesuai dengan harapan masyarakat. Diterimanya perusahaan di masyarakat akan membuat perusahaan mendapatkan kepercayaan masyarakat dan para investor. Kurniawan & Wijaya (2019) menyatakan bahwa peningkatan harga saham suatu perusahaan didasari oleh kepercayaan investor terhadap perusahaan yang bersangkutan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Chabachib *et al.* (2019) menyatakan bahwa profitabilitas dapat menunjukkan banyaknya keuntungan yang akan diterima investor sehingga investor cenderung lebih tertarik pada perusahaan dengan *return* yang tinggi. Penelitian lain yang dilakukan oleh Dewi & Astika (2019) dan Putri & Wiksuana (2021) juga menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Variabel interaksi umur perusahaan dan *corporate social responsibility disclosure* memiliki koefisien regresi sebesar 0,086 dengan *p-value* sebesar $0,007 < 0,05$ (signifikan). Koefisien regresi variabel *corporate social responsibility disclosure* adalah sebesar -4,262 dengan *p-value* sebesar $0,007 < 0,05$ (signifikan). Jika koefisien regresi variabel independen negatif, signifikan atau tidak, dan koefisien regresi interaksi antara variabel independen dan variabel moderasi positif signifikan, maka M merupakan variabel moderasi yang memperlemah pengaruh X terhadap Y (Utama, 2016). Hal ini memiliki arti bahwa variabel umur perusahaan memperlemah pengaruh *corporate social responsibility disclosure* terhadap nilai relatif perusahaan, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima. Variabel umur perusahaan menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$ (signifikan) serta variabel interaksi *corporate social responsibility* dan umur perusahaan menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$ (signifikan), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel moderasi merupakan moderasi semu. Penelitian ini tidak mampu mendukung teori Legitimasi yang menjelaskan bahwa perusahaan harus memastikan bahwa kegiatan bisnisnya dapat diterima sesuai dengan harapan masyarakat sehingga perusahaan akan mendapatkan dukungan dan kepercayaan masyarakat yang diharapkan mampu meningkatkan nilai relatif perusahaan tersebut. Hasil penelitian mampu mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh D'Amato & Falivena (2020) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan dengan umur yang lebih muda mungkin tidak mendapat manfaat dari inisiatif CSR yang dilakukan perusahaan. Kurangnya pengalaman serta ikatan antara perusahaan dengan pihak eksternal mampu menjadi kendala bagi

perusahaan dengan umur yang lebih muda. Hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Yudha & Ariyanto (2022) yang menyatakan bahwa umur perusahaan mampu memperkuat pengaruh *corporate social responsibility disclosure* pada nilai suatu perusahaan.

Variabel interaksi umur perusahaan dan profitabilitas memiliki koefisien regresi sebesar 0,000 dengan *p-value* sebesar $0,542 > 0,05$ (tidak signifikan). Hal ini berarti bahwa variabel umur perusahaan tidak memoderasi baik memperlemah atau memperkuat pengaruh *profitabilitas* terhadap nilai relatif perusahaan sehingga H_0 diterima dan H_4 ditolak. Berdasarkan Tabel 6, variabel umur perusahaan menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$ (signifikan) serta variabel interaksi profitabilitas dan umur perusahaan menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,542 > 0,05$ (tidak signifikan), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel moderasi merupakan moderasi prediktor. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Anggasta & Suhendah (2020) yang menyatakan bahwa tidak ada jaminan bahwa perusahaan dengan umur yang lebih tua dapat memberikan keyakinan dan juga kestabilan atas kinerja perusahaan kepada para investor agar menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini turut mendukung penelitian lain yang dilakukan oleh Wawo *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh baik memperlemah atau memperkuat kinerja perusahaan untuk menghasilkan keuntungan atau profit. Hasil penelitian yang telah dilakukan tidak dapat mendukung teori Legitimasi yang menyatakan bahwa diterimanya perusahaan di masyarakat akan membantu keberlangsungan dari perusahaan tersebut karena telah memperoleh dukungan dan kepercayaan dari masyarakat. Perusahaan yang telah lama berdiri tentunya sudah lama menjalin kontrak sosial dengan masyarakat dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki umur yang lebih muda. Namun, hal ini ternyata belum mampu membuktikan bahwa semakin tua umur suatu perusahaan maka nilai perusahaan tersebut akan lebih baik jika dibandingkan dengan perusahaan yang berumur lebih muda apabila dilihat melalui kinerja perusahaan yang diukur melalui profitabilitasnya.

SIMPULAN

Berdasarkan serangkaian pengujian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat dua pengujian yang mampu mendukung hipotesis, yaitu profitabilitas berpengaruh positif pada nilai relatif perusahaan dan umur perusahaan memperlemah pengaruh *corporate social responsibility disclosure* pada nilai relatif perusahaan. Sedangkan dua pengujian lainnya tidak mampu mendukung hipotesis, yaitu *corporate social responsibility disclosure* berpengaruh negatif pada nilai relatif perusahaan dan umur perusahaan tidak memoderasi pengaruh profitabilitas pada nilai relatif perusahaan.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh nilai *adjusted R²* yang rendah, yaitu sebesar 17,2% yang menunjukkan bahwa adanya keterbatasan variabel independen yang digunakan dalam menjelaskan variabel dependen dan 82,8% dari nilai relatif perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menggunakan variabel lain yang dapat menjelaskan fenomena

naik turunnya nilai relatif suatu perusahaan. Bagi pihak investor yang ingin melakukan investasi di perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebaiknya mempertimbangkan faktor profitabilitas (ROA) karena dalam penelitian ini variabel profitabilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai relatif suatu perusahaan yang diprosikan dengan *Price to Book Value*.

REFERENSI

- Anggasta, G., & Suhendah, R. (2020). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dividen dan umur perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(2), 586–593.
- Astuti, K. D. (2020). Kebijakan Dividen, Corporate Social Responsibility Disclosure dan Nilai Perusahaan. *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)*, 6(1), 93-106. <https://doi.org/10.34204/jiafe.v6i1.1540>
- Ayu, D. P., & Suarjaya, A. A. G. (2017). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel mediasi pada perusahaan pertambangan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(2), 1112–1138.
- Chabachib, M., Fitriana, T. U., Hersugondo, H., Pamungkas, I. D., & Udin, U. (2019). Firm value improvement strategy, corporate social responsibility, and institutional ownership. *International Journal of Financial Research*, 10(4), 152–163. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v10n4p152>
- D'Amato, A., & Falivena, C. (2020). Corporate social responsibility and firm value: Do firm size and age matter? Empirical evidence from European listed companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 909–924. <https://doi.org/10.1002/csr.1855>
- Damayani, K. A., & Wirawati, N. G. P. (2022). Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(1), 17-29. <https://doi.org/10.24843/eja.2022.v32.i01.p02>
- Dewi, C., & Susanto, L. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Kepemilikan Institusional, dan Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 4(2), 540–549.
- Dewi, N. K. P. Y., & Astika, I. B. P. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, dan Struktur Modal pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 29(2), 804-817. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v29.i02.p24>
- Grediani, E., & Dianingsih, M. (2022). Struktur Aset, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas, dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(4), 877–888.
- Inastri, M. A., & Mimba, N. (2017). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 21(2), 1400–1429.
- Kesumastuti, M. A. R. M., & Dewi, A. A. (2021). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Usia dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(7), 1854-1866. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i07.p19>
- Kristi, N. M., & Yanto, H. (2020). Accounting Analysis Journal The Effect of Financial and Non-Financial Factors on Firm Value. *Accounting Analysis Journal*, 9(2), 131–137. <https://doi.org/10.15294/aa.v8i2.37518>

- Kurniawan, C., & Wijaya, A. (2019). Pengaruh Penerapan Corporate Governance, Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(1).
- Laksmi, A. A. S. D., & Wirawati, N. G. P. (2022). Profitabilitas, Good Corporate Governance, Pengungkapan Corporate social responsibility dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(4), 1046–1056.
- Miladeny, N. N. M., & Damayanthi, I. (2021). Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(12), 3231–3243.
- Munzir, M., Andriyan, Y., & Hidayat, R. (2023). Consumer Goods: Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dimediasi oleh Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Dan Governance*, 3(2), 153–165. <https://doi.org/10.24853/jago.3.2.153-165>
- Pengestika, T. N., & Christiati, A. (2021). Valuasi Saham dan Pengambilan Keputusan Investasi: Perbandingan Metode Absolute dan Metode Relative. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 291–299.
- Putri, K. A., & Anwar, S. (2022). Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Pemeditasi Antara Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 5(2), 1728–1741.
- Putri, M. O. D., & Wiksuana, I. G. B. (2021). The effect of liquidity and profitability on firm value mediated by dividend policy. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(1), 204–212.
- Rahmantari, N. L. L. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Ganec Swara*, 15(1), 813–823.
- Salsa, S. S., & Nugraha, D. S. (2022). Pengaruh Umur Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 2(3), 692–703.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Alfabeta.
- Suryarahman, E., & Wirama, D. G. (2018). Pengaruh Modal Intelektual pada Rasio Price to Book Value. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 22(2), 1085–1111.
- Syarli, Z. A. (2021). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, dan Kualitas Audit Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Perusahaan. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 1(3), 314–327. <https://doi.org/10.53363/buss.v1i3.10>
- Utama, M. S. (2016). *Aplikasi Analisis Kuantitatif Untuk Ekonomi dan Bisnis*. CV Sastra Utama.
- UY, W. S., & Hendrawati, E. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *Liability*, 2(2), 87–108.
- Wawo, A. B., Juliana, A., Azis, M. I., Nursandi, A., & Oleo, U. H. (2021). The Role of Company Age in Moderating Stock Return of Food and Beverage Companies the Creative Commons Attribution 4.0 International License. Site

Using OJS 3 PKP Optimized. *ATESTASI: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 4(2), 272–281. <https://doi.org/10.33096/atestasi.v4i2.943>

Yudha, N. T. K., & Ariyanto, D. (2022). Umur dan Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(3), 593–605. <https://doi.org/10.24843/EJA.2022.v>