

Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Usia dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi

Made Ayu Riski Meinanda Kesumastuti¹
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Udayana, Indonesia

Ayu Aryista Dewi²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Udayana, Indonesia

Surel : ayuriskiayu@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini mengetahui pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan, kemudian untuk mengetahui pengaruh usia perusahaan dan ukuran perusahaan dalam memperkuat pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan, dan diperoleh sebanyak 45 sampel perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi moderasi. Hasil analisis menunjukkan pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, kemudian usia perusahaan dan ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Pengungkapan CSR; Nilai perusahaan; Usia Perusahaan; Ukuran Perusahaan.

The Effect of CSR Disclosure on Firm Value with Firm Age and Firm Size as Moderating Variables

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the influence of Corporate Social Responsibility Disclosure on Corporate Values, then to find out the influence of company age and company size in strengthening the influence of Corporate Social Responsibility disclosure on corporate values. The population used in this study is Manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The company in this study was selected using purposive sampling techniques in accordance with the criteria that have been set, and obtained as many as 30 samples of companies. The analysis technique used is moderation regression analysis. The results of the analysis showed that CSR disclosure positively affects the value of the company, then the age of the company and the size of the company can moderate the influence of Corporate Social Responsibility on the value of the company.

Keywords: CSR Disclosure; Firm Value; Firm Age; Firm Size.

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



e-ISSN 2302-8556

Vol. 31 No. 7
Denpasar, Juli 2021
Hal. 1854-1866

DOI:
10.24843/EJA.2021.v31.i07.p19

PENGUTIPAN:

Kusumastuti, 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

RIWAYAT ARTIKEL:

Artikel Masuk:
29 Maret 2021
Artikel Diterima:
19 Juli 2021

PENDAHULUAN

Kelangsungan hidup perusahaan sangat ditentukan oleh hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan di sekitarnya, sehingga saat ini perusahaan semakin memperhatikan pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Dengan diterapkannya program pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan akan menciptakan nilai tambah bagi stakeholder sehingga hal ini dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan (Carroll & Brown, 2018).

Pengungkapan CSR sangat penting karena *Stakeholder* perlu memberikan penilaian dan mengevaluasi sejauh mana perusahaan tersebut dapat melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan para *Stakeholder*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukan. Semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan, maka *Stakeholder* akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala kegiatannya yang bertujuan untuk mencapai laba dan menaikkan nilai perusahaan (Pohan *et al.*, 2018). Yanti & Darmayanti (2019) menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan akan dijadikan sebagai suatu ukuran keberhasilan suatu manajemen perusahaan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan bagi pemegang saham dan terpenuhinya kesejahteraan para pemegang saham mencerminkan tingginya nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat rasa percaya seorang investor terhadap perusahaan akan meningkat.

Nilai perusahaan menarik untuk diteliti karena diperoleh beberapa fenomena yang menunjukkan menurunnya nilai perusahaan, seperti Merosotnya nilai saham PT Bumi Resources Tbk dan PT Fajar Surya Wisesa Tbk (FASW). Penurunan harga saham tersebut dikarenakan adanya masalah dalam laporan keuangan terutama mengenai kepemilikan saham dan tata kelola perusahaan yang kurang baik. Oleh karena, nilai perusahaan sangatlah berpengaruh terhadap keberlangsungan hidup perusahaan, maka dalam meningkatkan nilai perusahaan ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu pengungkapan CSR guna mempertahankan nilai perusahaan.

Berlandaskan penelitian Junardi (2019), pengungkapan CSR secara positif dan signifikan dapat berpengaruh pada nilai perusahaan. Penelitian Pohan *et al.* (2018) dan (Garriga & Melé, 2004) juga menemukan hasil bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, yakni dengan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena kegiatan ini berpihak kepada masyarakat dan lingkungan. Sehingga masyarakat dapat milih produk dan tata kelola perusahaan yang baik. Ketika masyarakat telah memiliki pandangan yang baik terhadap suatu perusahaan maka mereka akan loyal dengan sendirinya kepada produk yang ditawarkan dan memberikan nilai positif, sehingga hal ini dapat meningkatkan harga saham dan mampu memberikan citra baik nama perusahaan. Penelitian serupa oleh Amato & Falivena (2019) serta Rumajar & Kurnia (2018) menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa banyak sedikitnya pengungkapan CSR mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori *Stakeholder* bahwa

perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *Stakeholdernya*. Apabila perusahaan dapat memaksimalkan manfaat yang diterima *Stakeholder*, maka akan timbul kepuasan bagi *Stakeholder* yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil berbeda diperoleh dalam penelitian *Astuti et al. (2020)* yang menemukan bahwa Pengungkapan CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian *Hutabarat & Siswantaya (2018)* memperoleh hasil bahwa Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Mengacu pada beberapa hasil penelitian terdahulu, terdapat hasil penelitian yang tidak konsisten tentang nilai perusahaan yang kemungkinan disebabkan oleh variabel lain dalam penelitian *Rumajar & Kurnia (2018)* menyatakan bahwa untuk mengatasi ketidakkonsisten hasil penelitian-penelitian sebelumnya diperlukan pendekatan kontijensi (*contingency approach*). Hal ini dilakukan dengan memasukkan variabel lain yang mungkin mempengaruhi Nilai perusahaan dengan memasukkan variabel moderasi. Berdasarkan penelitian *Amato & Falivena (2019)* menyebutkan bahwa ukuran dan usia perusahaan dapat memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian sebeeumnya banyak menggunakan variabel usia dan ukuran perusahaan sebagai kontrol, namun pada kali ini berdasarkan penelitian *Amato & Falivena (2019)* maka peneliti ingin mencoba melakukan pengujian variabel usia dan ukuran perusahaan sebagai variabel yang memoderasi pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

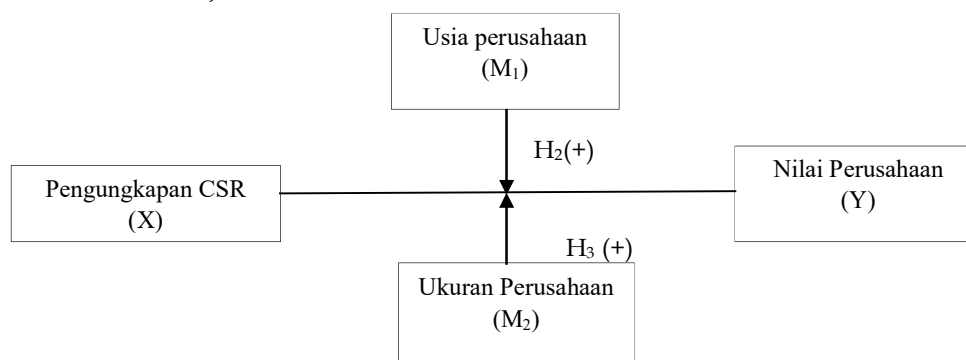
Menurut penelitian *Amato & Falivena (2019)*, usia perusahaan dapat memoderasi pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan, yakni perusahaan yang lebih tua (umur perusahaan yang semakin tinggi) dapat memiliki lebih banyak pengalaman dengan CSR, sehingga mereka dapat memperoleh manfaat dari pembangunan sumber daya manusia bagi perusahaan, sehingga semakin meningkatkan nilai perusahaan. Usia perusahaan yang lebih tua menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing. Usia perusahaan diperkirakan memiliki pengaruh positif dengan pengungkapan CSR. Perusahaan yang berusia lebih tua, dikatakan sudah menyatu dengan sistem sosial masyarakat. Dimana dalam teori legitimasi dikatakan, apabila sistem sosial dan sistem perusahaan berjalan selaras, maka tidak ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan. Salah satu cara untuk mendapat legitimasi tersebut adalah dengan melakukan pengungkapan CSR. Menurut *Munsaidah et al. (2016)* semakin lama perusahaan dapat bertahan, maka untuk mengembalikan investasi akan semakin besar. Namun perusahaan yang mengalami penuaan harus mengurangi biaya karena berbagai efek pembelajaran dalam perusahaan dan belajar dari perusahaan lain.

Variabel lain yang bisa memoderasi pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan menurut jurnal *Amato & Falivena (2019)* adalah ukuran perusahaan. Umumnya perusahaan yang berukuran besar cenderung lebih mudah untuk mendapat kepercayaan dari pihak kreditur untuk mendapatkan sumber pendanaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian serupa oleh *Amato & Falivena (2019)* menyatakan bahwa ada hubungan antara CSR dan nilai perusahaan yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan. Hal ini berarti

perusahaan besar cenderung memiliki lebih banyak sumber daya keuangan daripada perusahaan kecil sehingga dapat berinvestasi lebih banyak dalam proyek diskresioner, seperti pengungkapan CSR, untuk secara efektif mengelola hubungan dengan pemangku kepentingan dan karenanya mencapai legitimasi dan kredibilitas, yang semakin memperkuat nilai perusahaan. Namun hasil berbeda diperoleh dalam penelitian Junardi (2019) yang dalam penelitiannya menemukan hasil bahwa ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi tidak mampu memperkuat pengaruh antara CSR terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti ingin mengidentifikasi pengaruh pengungkapan CSR pada nilai perusahaan dengan usia dan ukuran sebagai variabel moderasi di perusahaan manufaktur, sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang mengungkapkan laporan *sustainability report* secara *mandatory* maupun perusahaan manufaktur yang mengungkapkan laporan *sustainability report* secara *voluntary* menjadi wajib diungkapkan karena berdampak kepada lingkungan dan masyarakat.

Teori utama (*grand theory*) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori *Stakeholder*. Pada teori *Stakeholder*, perusahaan akan memaksimalkan usahanya agar bisa mendapat dukungan penuh dari *Stakeholder*. Salah satu cara untuk mendapatkan dukungan, terutama dari *outside Stakeholder* adalah dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan akan berusaha untuk mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan kegiatan operasional perusahaan serta dampak yang ditimbulkan dan juga penanggulangan yang sudah dilakukan perusahaan demi memuaskan kepentingan *Stakeholder* terhadap perusahaan, agar keberlangsungan hidup perusahaan tetap terjaga. Berdasarkan kajian pustaka dan uraian-uraian yang telah dipaparkan, kerangka konseptual penelitian ini disajikan dalam Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber: Data Penelitian, 2021

Berlandaskan penelitian Junardi (2019), pengungkapan CSR secara positif dan signifikan dapat berpengaruh pada nilai perusahaan. Penelitian Pohan *et al.* (2018) juga menemukan hasil bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, yakni dengan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena kegiatan ini berpihak kepada masyarakat dan lingkungan. Sehingga masyarakat dapat milih produk dan tata kelola perusahaan yang baik. Ketika masyarakat telah memiliki pandangan yang baik terhadap suatu

perusahaan maka mereka akan loyal dengan sendirinya kepada produk yang ditawarkan dan memberikan nilai positif, sehingga hal ini dapat meningkatkan harga saham dan mampu memberikan citra baik nama perusahaan. Penelitian serupa oleh Amato & Falivena (2019) serta Rumajar & Kurnia (2018) menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa banyak sedikitnya pengungkapan CSR mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori *Stakeholder* bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *Stakeholdernya*. Apabila perusahaan dapat memaksimalkan manfaat yang diterima *Stakeholder*, maka akan timbul kepuasan bagi *Stakeholder* yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil berbeda diperoleh dalam penelitian Astuti et al. (2020) yang menemukan bahwa Pengungkapan CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H₁: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Menurut penelitian Amato & Falivena (2019), usia perusahaan dapat memoderasi pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan, yakni perusahaan yang lebih tua (umur perusahaan yang semakin tinggi) dapat memiliki lebih banyak pengalaman dengan CSR, sehingga mereka dapat memperoleh manfaat dari pembangunan sumber daya manusia bagi perusahaan, sehingga semakin meningkatkan nilai perusahaan. Usia perusahaan yang lebih tua menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing. Usia perusahaan diperkirakan memiliki pengaruh positif dengan pengungkapan CSR. Perusahaan yang berusia lebih tua, dikatakan sudah menyatu dengan sistem sosial masyarakat. Dimana dalam teori legitimasi dikatakan, apabila sistem sosial dan sistem perusahaan berjalan selaras, maka tidak ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan. Salah satu cara untuk mendapat legitimasi tersebut adalah dengan melakukan pengungkapan CSR. Menurut Munsaidah et al. (2016) semakin lama perusahaan dapat bertahan, maka untuk mengembalikan investasi akan semakin besar. Namun perusahaan yang mengalami penuaan harus mengurangi biaya karena berbagai efek pembelajaran dalam perusahaan dan belajar dari perusahaan lain. Berdasarkan penelitian terdahulu maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H₂: Usia perusahaan memoderasi memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

Amato & Falivena (2019) adalah ukuran perusahaan. Umumnya perusahaan yang berukuran besar cenderung lebih mudah untuk mendapat kepercayaan dari pihak kreditur untuk mendapatkan sumber pendanaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian serupa oleh Amato & Falivena (2019) menyatakan bahwa ada hubungan antara CSR dan nilai perusahaan yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan. Hal ini berarti perusahaan besar cenderung memiliki lebih banyak sumber daya keuangan daripada perusahaan kecil sehingga dapat berinvestasi lebih banyak dalam proyek

diskresioner, seperti pengungkapan CSR, untuk secara efektif mengelola hubungan dengan pemangku kepentingan dan karenanya mencapai legitimasi dan kredibilitas, yang semakin memperkuat nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H₃: Ukuran perusahaan memoderasi memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap Nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan menggunakan akses pada situs www.idx.co.id. Ruang lingkup pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016- 2019. Obyek penelitian ini adalah nilai perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (X₁) yang diukur menggunakan daftar pengungkapan tanggung jawab sosial, yaitu dengan memberi skor 0 untuk setiap item yang tidak diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan dan memberi skor 1 untuk setiap item yang diungkapkan, dengan rumus sebagai berikut.

$$CSRDI_j = \frac{n}{k} \dots\dots\dots(1)$$

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan (Y). Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi yang diukur dengan rumus Tobin'Sq sebagai berikut:

$$Tobins\ Q = \frac{Nilai\ Pasar\ Ekuitas\ (EMV) + Total\ Hutang}{Total\ Aktiva} \dots\dots\dots(2)$$

Variabel Moderasi dalam penelitian ini adalah Usia Perusahaan (M₁) dan Ukuran Perusahaan (M₂) Usia perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing (Junardi, 2019) yang diukur dengan rumus berikut.

$$Age = Tahun\ ke\ n\ penelitian - tahun\ pertama\ kali\ tercatat\ di\ BEI \dots\dots\dots(3)$$

Ukuran perusahaan merupakan besarnya kecilnya perusahaan dilihat dari berbagai aspek, dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan mentransformasikan total aset perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural. ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan total aset:

$$Ukuran\ Perusahaan = LN (Total\ Asset) \dots\dots\dots(4)$$

Teknik analisis yang dilakukan dalam proses analisis data adalah *Moderated Regression Analysis* (MRA). Sebelum melakukan analisis regresi moderasi, dilakukan terlebih dahulu Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada Tabel 1 dapat diketahui bahwa total data observasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 180 yaitu terdiri dari 45 perusahaan selama 4 tahun penelitian. Hasil statistik deskriptif dapat dilihat pada Tabel 1, berikut.

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
<i>TobinsQ</i>	180	0,020	47,150	1,799	4,892
<i>CSRD_i</i>	180	0,550	0,750	0,646	0,035
<i>Age</i>	180	0,000	37,000	21,011	8,886
<i>Size</i>	180	12,660	28,650	18,302	4,127

Sumber: Data penelitian, 2020

Variabel nilai perusahaan (TOBINSQ) dalam penelitian ini memiliki nilai rata-rata sebesar 1,799 menunjukkan nilai positif, artinya kecenderungan rata-rata perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019 memiliki nilai perusahaan (TOBINSQ) yang baik. Nilai standar deviasi atas nilai perusahaan (TOBINSQ) sebesar 4,892 nilai ini lebih tinggi dibandingkan nilai rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa sebaran data terkait nilai perusahaan (TOBINSQ) tidak merata atau perbedaan data satu dengan data yang lainnya tergolong tinggi. Nilai minimum TOBINSQ sebesar 0,02 dimiliki oleh PBID (Panca Budi Idaman Tbk) pada tahun 2016. Nilai maksimum variabel nilai perusahaan adalah sebesar 47,15 dimiliki oleh BRPT (Barito Pacific Tbk) pada tahun 2016, hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan Barito Pacific Tbk tersebut sudah mampu mencapai nilai perusahaan (TOBINSQ) yang optimal.

Variabel usia perusahaan dalam penelitian ini memiliki nilai rata-rata sebesar 21,01 menunjukkan nilai positif, artinya kecenderungan rata-rata perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019 memiliki usia perusahaan yang tinggi yang mencapai lebih dari 20 tahun. Nilai standar deviasi atas usia perusahaan sebesar 8,885 nilai ini lebih rendah dibandingkan nilai rata-ratanya. Hal ini menunjukkan bahwa usia perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019 yang diteliti sudah merata atau perbedaan data satu dengan data yang lainnya tidak tergolong tinggi. Nilai minimum usia perusahaan sebesar 00, yang berarti usia perusahaan terendah adalah 0 tahun yaitu terdapat pada perusahaan WSBP (Waskita Beton Precast Tbk) pada tahun 2016, sedangkan nilai maksimum variabel usia perusahaan adalah sebesar 37 yang berarti usia perusahaan tertinggi adalah 37 tahun yaitu terdapat pada perusahaan BATA (Sepatu Bata Tbk) dan UNVR (Unilever Indonesia Tbk) pada tahun 2019.

Variabel ukuran perusahaan dalam penelitian ini memiliki nilai rata-rata sebesar 18,3024 menunjukkan nilai positif, artinya kecenderungan rata-rata perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019 memiliki ukuran perusahaan yang optimal. Nilai standar deviasi atas ukuran perusahaan sebesar 4,127 nilai ini lebih rendah dibandingkan nilai rata-ratanya. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan pada perusahaan manufaktur yang diteliti sudah merata atau perbedaan data satu dengan data yang lainnya tidak tergolong tinggi. Nilai minimum ukuran perusahaan sebesar 12,66 yang dimiliki oleh INRU (Toba Pulp Lestari Tbk) pada tahun 2017, sedangkan nilai maksimum variabel ukuran perusahaan adalah sebesar 28,65 yang dimiliki oleh ALMI (Alumindo Light Metal Industry Tbk.) pada tahun 2018, hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan Alumindo Light Metal Industry Tbk tersebut sudah mampu memiliki ukuran perusahaan yang optimal.

Variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam penelitian ini memiliki nilai rata-rata sebesar 0,6457 menunjukkan nilai positif, artinya kecenderungan rata-rata perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019 memiliki penerapan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang baik. Nilai standar deviasi atas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebesar 0,035 nilai ini lebih rendah dibandingkan nilai rata-ratanya. Hal ini menunjukkan bahwa sebaran data terkait Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019 yang diteliti sudah merata atau perbedaan data satu dengan data yang lainnya tidak tergolong tinggi. Nilai minimum Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebesar 0,55 yaitu terdapat pada perusahaan BRAM (Indo Kordsa Tbk pada tahun 2019, sedangkan nilai maksimum variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah sebesar 0,75 yaitu terdapat pada perusahaan INRU (Toba Pulp Lestari Tbk.) pada tahun 2018 yang menunjukkan perusahaan tersebut sudah menerapkan indikator CSR yang optimal.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
1 (Constant)	-0,191	0,045		-4,291	0,000
CSRD _i	0,274	0,052	0,362	5,271	0,000
Age	0,165	0,044	0,254	3,722	0,000
Size	0,153	0,038	0,258	4,077	0,000
R Square	0,317				
Adjusted R ₂	0,306				
F Hitung	27,291				
Signifikansi F	0,000				

Sumber: Data Penelitian, 2021

Berdasarkan hasil analisis regresi moderasi seperti yang disajikan pada Tabel 2, maka persamaan strukturalnya adalah sebagai berikut.

$$Y = -0,191 + 0,274 X + 0,165 M_1 + 0,153 M_2 + \varepsilon$$

Nilai koefisien regresi masing-masing variabel bebas yaitu pengungkapan *corporate social responsibility*, usia perusahaan, dan ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 sehingga menunjukkan ada pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis regresi moderasi seperti yang disajikan pada Tabel 3, maka persamaan strukturalnya adalah sebagai berikut.

$$Y = -0,170 + 0,231 X + 0,104 M_1 + 0,067 M_2 + 0,146X^* M_1 + 0,184 X^* M_2 + \varepsilon$$

Nilai koefisien regresi masing-masing variabel bebas yaitu Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, usia perusahaan, dan variabel interaksi CSR.AGE dan variabel interaksi CSR.SIZE memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, usia perusahaan, dan variabel interaksi CSR.AGE dan variabel interaksi CSR.SIZE memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel nilai perusahaan. Sedangkan variabel ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 sehingga menunjukkan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-0,170	0,044		-3,905	0,000
CSRDi	0,231	0,050	0,304	4,611	0,000
Age	0,104	0,044	0,160	2,331	0,021
Size	0,067	0,040	0,114	1,678	0,095
CSRDi.Age	0,146	0,048	0,199	3,054	0,003
CSRDi.Size	0,184	0,046	0,267	3,983	0,000
R Square		0,399			
Adjusted R Square		0,381			
F Hitung		23,081			
Signifikansi F		0,000			

Sumber: Data penelitian, 2021

Hasil uji menunjukkan nilai *adjusted R*² sebesar 0,381. Ini berarti sebesar 38,1 persen variasi nilai perusahaan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, usia perusahaan, ukuran perusahaan dan variabel interaksi CSR.AGE dan variabel interaksi CSR.SIZE sedangkan sisanya sebesar 61,9 persen dijelaskan oleh faktor-faktor lain. Hasil uji F (*Ftest*) menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 23,081 dengan signifikansi P *value* 0,000 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, ini berarti model yang digunakan dalam penelitian ini adalah layak. Hasil ini memberikan makna bahwa seluruh variabel independen yaitu Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Usia perusahaan, ukuran perusahaan, dan variabel interaksi CSR.AGE serta variabel interaksi CSR.SIZE secara simultan berpengaruh pada nilai perusahaan yaitu mampu memprediksi atau menjelaskan fenomena nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai perusahaan pada hasil uji regresi linier berganda diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,274 dan nilai t hitung sebesar 5,271. Nilai Signifikansi $0,000 < 0,05$ mengindikasikan bahwa H_1 diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan. Hasil ini berarti bahwa semakin banyaknya aktivitas CSR yang diungkapkan oleh perusahaan manufaktur, maka akan berpengaruh pada semakin meningkatnya nilai perusahaan karena pasar akan memberikan apresiasi positif kepada perusahaan yang melakukan CSR yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Investor mengapresiasi praktik CSR dan melihat aktivitas CSR sebagai pedoman untuk menilai potensi keberlanjutan suatu perusahaan. Oleh sebab itu, dalam mengambil keputusan investasi, banyak investor yang cukup memperhatikan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan (Ghoul *et al.*, 2011). Hasil ini sesuai dengan teori *Stakeholder*, dimana *Stakeholder theory* berpandangan bahwa perusahaan harus melakukan pengungkapan sosial sebagai salah satu bentuk tanggung jawab kepada para *Stakeholder*. Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan

informasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham.

Hasil analisis regresi moderasi menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan (β_1) memiliki nilai positif (0,231) dan signifikan ($0,000 < 0,05$), sedangkan variabel interaksi CSR dengan AGE (β_4) positif signifikan, maka menunjukkan adanya hubungan yang searah, sehingga disimpulkan bahwa variabel Usia perusahaan merupakan variabel *moderating* yang memperkuat pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai perusahaan. Dengan demikian maka hipotesis kedua diterima, yaitu usia perusahaan memperkuat pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. perusahaan yang lebih tua (umur perusahaan yang semakin tinggi) dapat memiliki lebih banyak pengalaman dengan CSR, sehingga perusahaan dapat memperoleh manfaat dari pembangunan sumber daya manusia bagi perusahaan, yang pada akhirnya semakin memperkuat nilai perusahaan. Semakin lama berdirinya suatu perusahaan hal ini akan menyebabkan semakin berpengalamannya perusahaan dalam meningkatkan kepercayaan penanam modal (investor), dimana dengan adanya peningkatan kepercayaan dari investor hal ini akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Usia perusahaan juga merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Usia perusahaan dapat menunjukkan kemampuan dalam mengatasi kesulitan dan hambatan yang dapat mengancam kehidupan perusahaan, serta menunjukkan kemampuan perusahaan mengambil kesempatan dalam lingkungannya untuk mengembangkan usaha (Sunaryo & Mahfud, 2016). Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hijriah (2019) yang menunjukkan bahwa usia perusahaan secara signifikan memoderasi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Perusahaan yang berusia lebih tua lebih mengerti informasi-informasi apa saja yang sebaiknya diungkapkan dalam laporan tahunan sehingga perusahaan akan mengungkapkan informasi-informasi yang memberikan pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil analisis regresi moderasi menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (β_1) memiliki nilai positif (0,231) dan signifikan ($0,000 < 0,05$), sedangkan variabel interaksinya CSR dengan SIZE (β_5) positif signifikan, maka menunjukkan adanya hubungan yang searah, sehingga disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan merupakan variabel *moderating* yang memperkuat pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai perusahaan. Dengan demikian maka hipotesis ketiga diterima, yaitu ukuran perusahaan dapat memperkuat pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hasil ini berarti bahwa semakin banyaknya aktivitas CSR yang diungkapkan oleh perusahaan kemudian diperkuat dengan semakin tingginya ukuran perusahaan yaitu perusahaan memiliki skala yang besar, maka akan semakin memperkuat atau meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena Perusahaan besar umumnya memiliki jumlah aktiva yang besar, penjualan besar, skill karyawan yang baik, sistem informasi yang canggih, jenis produk yang banyak, struktur

kepemilikan lengkap, sehingga memungkinkan dan membutuhkan tingkat pengungkapan secara luas, sehingga semakin banyaknya aktivitas CSR yang diungkapkan maka akan semakin menambah kepercayaan investor dan pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Erwanti & Haryanto, 2017). Ukuran perusahaan nantinya akan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dinyatakan dengan total aktiva atau total penjualan bersih. Semakin besar total aktiva maupun penjualan, maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan menggambarkan besarnya aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Pada umumnya, peneliti di Indonesia menggunakan total aktiva atau total penjualan sebagai acuan dari ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan akan sangat penting bagi investor dan kreditor karena akan berhubungan dengan risiko investasi yang dilakukan. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hirdinis (2019), Setiadharna & Machali (2017), Sudrajat & Setiyawati (2021), *Sutanto et al. (2019)* yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan besar akan cenderung mengungkapkan kinerja perusahaan secara tidak terbatas pada laporan keuangan, akan tetapi juga akan mengungkapkan informasi sosialnya agar terhindar dari biaya yang timbul apabila perusahaan tidak melakukan kegiatan pertanggung jawaban sosialnya. Perusahaan besar juga akan mengungkapkan informasi CSR lebih luas, sehingga *image* perusahaan akan semakin baik dan nantinya akan berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan.

SIMPULAN

Simpulan dalam penelitian ini yaitu Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan; Umur perusahaan dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan; dan Ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Berlandaskan pembahasan hasil penelitian, maka keterbatasan pada penelitian ini yaitu sampel pada perusahaan manufaktur jumlahnya relatif sedikit dan untuk periode penelitian ini menggunakan rentan waktu yang cukup pendek yaitu hanya tiga tahun sehingga jumlah perusahaan yang diteliti berjumlah sedikit dan terbatas sehingga hasil penelitian tidak dapat di generalisir pada lingkup perusahaan yang lebih luas. Dari keterbatasan tersebut, maka untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan populasi di sektor yang lain seperti sektor perusahaan manufaktur, pertambangan ataupun sektor perusahaan lainnya serta memperpanjang periode pengamatan. Dengan jumlah sampel yang lebih besar diharapkan akan dapat mengeneralisasi semua jenis industri. Dan periode yang lebih lama akan memberikan hasil yang lebih akurat atau hasil yang mendekati sebenarnya. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain diluar penelitian ini, misal variabel *good corporate governance*, profitabilitas, manajemen laba dan beberapa variabel pengukur lainnya sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Bagi investor Investor sebaiknya memperhatikan pelaksanaan CSR, ukuran perusahaan dan usia perusahaan dalam perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019 karena dengan melihat aktivitas CSR sebagai pedoman untuk menilai potensi keberlanjutan suatu perusahaan.

REFERENSI

- Astuti, K. D., Safi'i, R., & Nofianti, N. (2020). Determinan Nilai Perusahaan Di Industri Property, Real Estate, Dan Konstruksi. *JIAFE* 6(1), 93-106. <https://journal.unpak.ac.id/index.php/jiafe/article/view/1540>
- Carroll, A. B., & Brown, J. . (2018). Corporate Social Responsibility: A Review of Current Concepts, Research, and Issues. *Business and Society*, 360(2), 39-69. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/S2514-175920180000002002>
- Erwanti, Y., & Haryanto. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dewan Komisaris, Komite Audit Dan Kualitas Audit Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(4), 295-308.
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1-2), 51-71. <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000039399.90587.34>
- Ghoul, S. El, Guedhami, O., Kwok, C. C. Y., & Mishra, D. R. (2011). Does corporate social responsibility affect the cost of capital. *Journal of Banking and Finance*, 35(9), 2388-2406. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2011.02.007>
- Hijriah, A. (2019). Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 10(2), 295-307.
- Hirdinis, M. (2019). Capital structure and firm size on firm value moderated by profitability. *International Journal of Economics and Business Administration*, 7(1), 174-191. <https://doi.org/10.35808/ijeba/204>
- Hutabarat, A. C., & Siswantaya, I. G. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Ajar*, 3(01), 68-87. <https://doi.org/10.35129/ajar.v3i01.104>
- Junardi. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social. *Pendidikan Ekonomi*, 4(2), 69-79. <http://jurnal.stkipppersada.ac.id/jurnal/index.php/JPE>
- Munsaidah, S., Andini, R., & Supriyanto, A. (2016). Analisis Pengaruh Firm Size, Age, Profitabilitas, Leverage, dan Growth Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2014. *Journal Of Accounting*, 2(2), 1.
- Pohan, H. T., Noor, I. N., & Bhakti, Y. F. (2018). Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 5(1), 41-52. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25105/jat.v5i1.4850>
- Prasetyo, A., & Meiranto, W. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaanmanufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2013 - 2015. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(1), 1-12.
- Setiadharna, S., & Machali, M. (2017). The Effect of Asset Structure and Firm Size on Firm Value with Capital Structure as Intervening Variable. *Journal of Business & Financial Affairs*, 06(04), 1. <https://doi.org/10.4172/2167-0234.1000298>
- Sudrajat, J., & Setiyawati, H. (2021). Role of Firm Size and Profitability on Capital

- Structures and Its Impact Over Firm Value. *Journal of Economics, Finance & Accounting*, 2(1), 13–26. <https://dinastipub.org/DIJEFA/article/view/737>
- Sunaryo, B. A., & Mahfud, H. M. K. (2016). Pengaruh Size, Profitabilitas, Leverage Dan Usia Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di BEI TAHUN 2010 – 2013). *Diponegoro Journal of Management*, 5(1), 1–14.
- Sutanto, H., Erlina, & Abubakar, E. (2019). The Effect Of Firm Size, Firm Growth, Profitability and Capital Structure On Firm Value With Devident Policy As Intervening Variables In Telecommunication Companies Listed On Indonesia Stock Exchange. *Journal of Public Budgeting, Accounting and Finance*, 2(4), 1–13. <https://ijpbaf.org/index.php/ijpbaf/article/view/211>
- Yanti, I. G. A. D. N., & Darmayanti, N. P. A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan Dan Minuman. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(4), 2297. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i04.p15>