

Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran dan Usia Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi

Anggita Fitri^{1✉}, Devi Astriani², Ihsan Nasihin³

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang

Abstrak

Penurunan nilai perusahaan yang signifikan akibat dampak Covid-19 yaitu ketakutan yang menyebabkan penjualan aset perusahaan menurun, hal ini juga dapat berdampak pada tersebarnya CSR untuk meningkatkan citra merek, reputasi perusahaan dan validasi dari masyarakat atau pihak eksternal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Corporate Social Responsibility suatu perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan dan bagaimana usia dan ukuran perusahaan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam memperkuat atau mengurangi dampak negatif perusahaan. Dalam penelitian ini populasi perusahaan manufaktur bahan baku dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia digunakan sebagai metode deskriptif kuantitatif. Pemilihan sampel menggunakan purposive dan perusahaan yang memenuhi kriteria ini adalah perusahaan yang memproduksi bahan baku dan bahan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2019 hingga 2022 serta perusahaan yang menerbitkan laporan intensif pada periode yang sama. Analisis regresi yang dimoderasi (MRA) dan uji asumsi tradisional merupakan metode analisis yang digunakan. Kesimpulan analisis yang didapat adalah CSR mempunyai pengaruh yang besar terhadap nilai perusahaan, dampak tersebut dapat dikurangi dengan besarnya ukuran dan umur perusahaan. Implikasi dari penelitian ini adalah menyediakan data betapa pentingnya tampilan CSR karena semakin besar tampilan CSR akan mempengaruhi citra merek perusahaan sehingga nilai perusahaan dapat meningkat didukung oleh ukuran dan lamanya perusahaan tersebut berdiri.

Kata Kunci: Pengungkapan CSR; Nilai Perusahaan ; Ukuran dan Usia Perusahaan

Abstract

A significant decline in company value due to the impact of Covid-19, namely panic which causes sales of company assets to decrease, this can also have an impact on CSR disclosure to improve brand image, company reputation and validation from the public or external parties. This research aims to find out how a company's Corporate Social Responsibility influences company value and how the age and size of the company influence the company's ability to strengthen or reduce the company's negative impacts. In this research, the population of raw material and chemical manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange is used as a quantitative descriptive method. The sample selection was purposive and companies that met these criteria were companies that produce raw materials and chemicals listed on the Indonesia Stock Exchange from 2019 to 2022 as well as companies that published intensive reports in the same period. Moderated regression analysis (MRA) and traditional assumption tests are the analysis methods used. The analysis concluded that CSR disclosure has a large influence on

company value, this impact can be reduced by the size and age of the company. The implication of this research is to provide data on how important CSR disclosure is because the greater CSR disclosure will affect the company's brand image so that company value can increase, supported by the size and length of time the company has been established.

Keywords: *CSR Disclosure; Company Value; Company Size and Age*

Copyright (c) 2019 Nama Penulis

✉ Corresponding author : Anggita Fitri

Email Address : ak20.anggitafitri@mhs.ubpkarawang.ac.id

PENDAHULUAN

Kelangsungan hidup suatu perusahaan pada dasarnya ditentukan dengan memanfaatkan hubungan baik perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya, sampai sekarang dunia usaha semakin memperhatikan ruang lingkup tanggungjawab dan sosial. Kelangsungan hidup perusahaan akan dipengaruhi oleh penerapan program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) yang tentunya akan memberikan nilai bagi para pemangku kepentingan (Kesumastuti & Dewi, 2021). Pengungkapan CSR menjadi sangat penting karena para stakeholder akan menilai dan mengevaluasi apakah perusahaan melakukan pertanggungjawaban terhadap lingkungan, sosial dan masyarakat sesuai keinginan para pemangku kepentingan, yang berakhir pada perlunya transparansi dan komitmen perusahaan terhadap kegiatan CSR yang telah diselesaikan. Stakeholder akan mendukung penuh perusahaan dalam segala upayanya untuk memaksimalkan pendapatan dan meningkatkan nilai perusahaan jika pengungkapan CSR kuat.

Salah satu elemen yang mempengaruhi keberlangsungan suatu perusahaan dalam jangka panjang adalah nilai perusahaan. (Ardiansyah, 2020) berpendapat dimana nilai perusahaan ialah nilai yang dapat dibeli oleh calon pelanggan jika perusahaan melakukan penjualan saham. kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang memaksimalkan ekuitas pemegang saham dan menumbuhkan rasa percaya dapat diukur dengan melihat nilai perusahaannya dengan begitu para pemegang saham mau menginvestasikan modalnya (Kesumastuti & Dewi, 2021). Besarnya nilai perusahaan dapat meningkatkan kemasyhuran terutama para pemegang saham yang dapat mengetahui nilai investasi mereka di perusahaan tersebut (Narayana & Wirakusuma, 2021). Oleh karena itu, biaya perusahaan sangat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk bertahan guna meningkatkan nilainya tingginya nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor khususnya pengungkapan CSR.. (Wulandari, 2020).

Fenomena pengungkapan CSR sudah menjadi tren di banyak perusahaan, khususnya perusahaan-perusahaan besar. Perusahaan bisa mendapatkan keuntungan dari peningkatan pengenalan merek, harga saham, dan citra berkat pengungkapan CSR mereka. Salah satu tindakan yang dilakukan bisnis untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan menjamin kelangsungan bisnis jangka panjang adalah pengungkapan CSR (Anto et al., 2021).

Tabel 1 data Nilai, Usia dan Ukuran Perusahaan

KODE	Tahun	PBV	Total Aset	Usia
SMGR	2020	2,09	18,24	29
	2021	1,10	18,22	30
	2022	1,09	18,23	31
WSBP	2020	1,25	29,99	4
	2021	3,34	29,56	5
	2022	1,00	29,42	6
BRMS	2020	0,77	20,19	10
	2021	0,63	2,70	11
	2022	1,56	20,80	12
WTON	2020	1,01	29,77	6
	2021	0,63	29,84	7
	2022	0,47	29,88	8
INTP	2020	2,38	17,12	31
	2021	2,07	17,08	32
	2022	1,95	17,06	33
BRPT	2020	2,31	15,85	27
	2021	1,32	16,04	28
	2022	1,05	16,04	29
SMCB	2020	1,50	16,85	43
	2021	1,39	15,88	44
	2022	1,11	16,88	45
GGRP	2020	0,53	20,76	1
	2021	0,90	20,79	2
	2022	0,54	20,89	3
ISSP	2020	0,37	15,62	7
	2021	0,76	15,78	8
	2022	0,44	15,82	9
IMPC	2020	4,31	28,62	6
	2021	7,64	28,68	7
	2022	9,78	28,87	8

Data diolah, 2023

Nilai suatu perusahaan dapat berdampak langsung tentang bagaimana investor memandang bisnis dan bagaimana pendapat tersebut terkait dengan perubahan harga saham perusahaan yang berkinerja baik ditandai dengan harga saham yang tinggi (Kesumastuti & Dewi, 2021). Kemampuan suatu perusahaan untuk memaksimalkan nilai ditunjukkan oleh kemampuannya mencapai tujuannya dalam memberikan kemakmuran bagi para stakeholder namun, seperti tergambar pada Tabel 1, perusahaan telah mengalami penurunan nilai selama tiga tahun berturut-turut pada perusahaan Indocement Tunggul Prakarsa, PT Solusi Bangun Indonesia Tbk, Barito Pacifik, Wijaya Karya Beton Tbk dan Semen Indonesia Tbk mengalami

penurunan saham yang cukup signifikan, fenomena ini menunjukkan penurunan nilai perusahaan yang menyebabkan aset dan nilai buku perusahaan ikut menurun maka adanya masalah dalam tata kelola perusahaan yang kurang baik yang di akibatkan dari dampak *Covid- 19* yaitu *panic selling*, hal ini juga dapat menyebabkan dampak terhadap pengungkapan CSR karena CSR bersifat sukarela perusahaan bisa tidak memasukan biaya CSR pada saat nilai perusahaan menurun dan itu dapat berdampak pada *brand image*, reputasi yang bagus serta validasi dari masyarakat atau pihak *eksternal*.

Dikatakan pada konsep *legitimasi* bila pola sosial dan pola perusahaan bekerja secara sepadan maka tidak ada bahaya bagi *legitimasi* perusahaan (Rady Darmastika & Ratnadi, 2019). Perusahaan yang berusia lebih tua dengan ukuran yang besar, dinyatakan menyatu dengan pola sosial masyarakat seperti pada perusahaan Solusi Bangun Indonesia Tbk yang sudah berdiri selama 45 tahun, dengan perusahaan yang berukuran besar juga perlu meningkatkan pertanggungjawaban sosialnya karena akan memberikan dampak negatif yang besar di lingkungan sosial, Pengungkapan CSR merupakan salah satu pendekatan untuk mendapatkan legitimasi (Dewantari et al., 2020).

Penelitian serupa oleh (Anto et al., 2021; Kesumastuti & Dewi, 2021), (Damayanthi, 2019), (Rady Darmastika & Ratnadi, 2019), (Wicaksono, 2019), (Shafirah et al., 2022), (Aurora L et al., 2021), (Junardi, 2019) dan (Pohan et al., 2019) menyatakan bahwa Nilai suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh pengungkapan CSR-nya. Hal ini mengindikasikan bahwa nilai perusahaan meningkat secara proporsional dengan tingkat aktivitas CSR yang dilakukan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan untuk meningkatkan nilai dipengaruhi oleh tingkat pengungkapan CSR. Hal ini konsisten dengan teori pemangku kepentingan, yang menyatakan bahwa suatu bisnis harus mempertimbangkan kepentingannya sendiri dan kepentingan pemangku kepentingannya agar dapat berhasil. Pemangku kepentingan akan puas jika bisnis dapat mengoptimalkan keuntungan dari penggunaan mereka sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan (Kesumastuti & Dewi, 2021). Sementara itu penelitian (Tamara & Budiasih, 2020), (Nuryana & Bhebhe, 2019), (Narayana & Wirakusuma, 2021) dan (Satira Yusuf & Lilistiani Putri, 2023) menyimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh terhadap nilai perusahaan dari pengungkapan CSR. Peneliti tertentu menggunakan variabel moderasi untuk menghasilkan model prediksi yang memiliki pengaruh lebih besar, variabel moderasi yang digunakan terdiri dari ukuran dan usia perusahaan.

Berdasarkan penelitian Amato & Falivena (2019) dalam (Kesumastuti & Dewi, 2021), ukuran dan usia perusahaan mungkin memiliki pengaruh yang moderat terhadap bagaimana CSR mempengaruhi laba perusahaan. Pada penelitian terdahulu biasanya variabel usia dan ukuran perusahaan dipakai menjadi variabel bebas, meskipun demikian tujuan penelitian mencari tahu apakah usia dan ukuran perusahaan memoderasi dampak pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

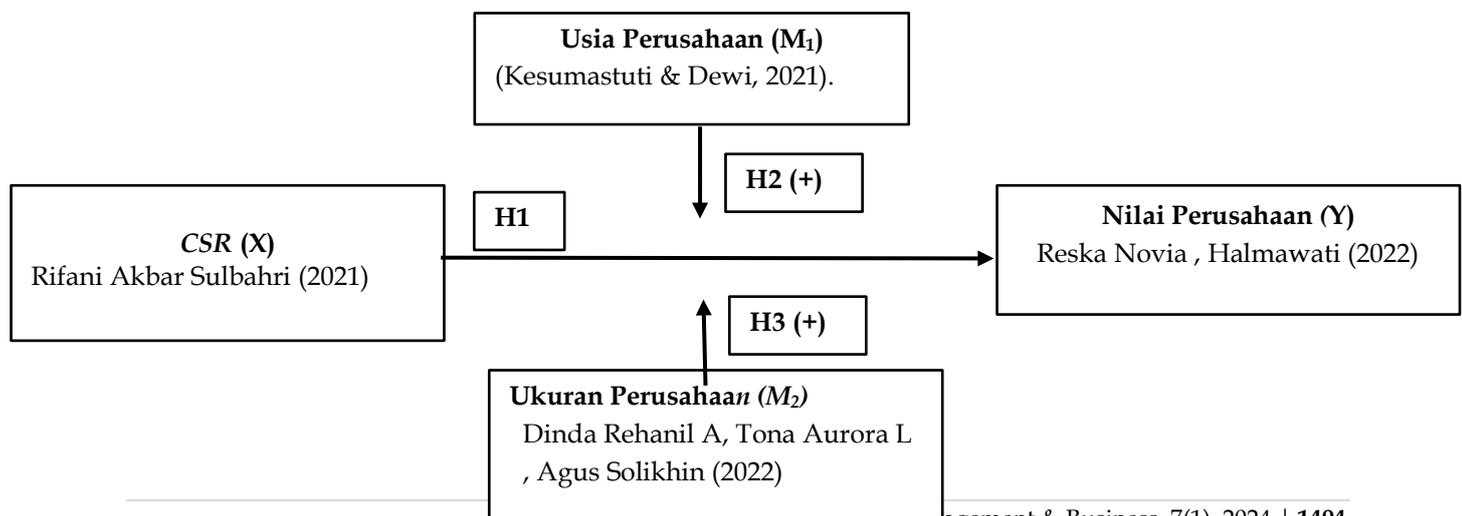
Pengaruh usia perusahaan mempunyai kemampuan memoderasi dampak CSR terhadap nilai bisnis Amato & Falivena (2019). Dampak tanggung jawab sosial perusahaan, khususnya bagi perusahaan besar, paling banyak dirasakan oleh karyawan perusahaan yang standar CSR-nya lebih tinggi mungkin akan lebih siap dalam memanfaatkan sumber daya manusia dalam bisnis tersebut sehingga akan

meningkatkan nilai perusahaan lebih jauh lagi. Tingkat persaingan suatu perusahaan meningkat seiring bertambahnya usia. Berdasarkan (Anto et al., 2021) usia perusahaan diperkirakan akan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Dinyatakan bahwa bisnis lama telah sejalan dengan struktur sosial masyarakat (Anto et al., 2021). Menurut teori legitimasi, legitimasi perusahaan berjalan selaras dengan pola sosial dan pola perusahaan akibatnya tidak ada resiko terhadap legalitas perusahaan jika pengungkapan nya secara mendetail melalui laporan keberlanjutan (Rady Darmastika & Ratnadi, 2019).

Variabel yang bisa memoderasi adalah ukuran perusahaan, Menurut penelitian serupa, ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan (Amato & Falivena, 2019). Hal ini berarti bahwa perusahaan besar akan berinvestasi lebih banyak karena mereka mempunyai sumber daya keuangan yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil termasuk pengungkapan CSR, untuk berhasil memperkuat hubungan dengan stakeholder yang juga meningkatkan nilai perusahaan (Kesumastuti & Dewi, 2021). Namun penelitian (Junardi, 2019) menemukan bahwa pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan tidak dapat diperkuat dengan menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi yang menjelaskan mengapa perusahaan besar akan memberikan informasi yang lebih mendalam mengenai upaya tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) mereka agar terlihat lebih sah di mata publik.

Penelitian Amato & Falivena (2019) dalam (Narayana & Wirakusuma, 2021) berpendapat bahwa ukuran perusahaan berperan sebagai moderator dalam hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Secara umum, usaha besar memiliki total daya keuangan yang lebih tinggi dibandingkan usaha kecil sehingga memungkinkan mereka untuk melakukan investasi yang lebih besar dan mengelola hubungan dengan stakeholder dengan lebih efektif melalui pengungkapan CSR. Untuk mencapai legitimasi dan kredibilitas melalui pengelolaan hubungan stakeholder yang efisien, nilai bisnis akan semakin diperkuat. Ini adalah penelitian yang bertujuan untuk mempelajari bagaimana pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) berdampak pada nilai perusahaan di perusahaan yang beroperasi di industri bahan kimia dan dasar, dengan mengontrol umur dan ukuran, sebagai bentuk tanggungjawab sosial perusahaan dalam pengungkapan laporan *sustainability report* tahun 2019- 2022.

Kerangka konseptual penelitian dapat dilihat pada gambar 1 sebagai berikut:



Penelitian ini akan memilih dampak pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan di perusahaan manufaktur dengan ukuran dan usia perusahaan merupakan faktor yang memoderasi. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, sebagai bentuk kewajiban sosial pada kelompok masyarakat dengan menerbitkan laporan keberlanjutan yang memaparkan tinjauan keberlanjutan perusahaan. pengungkapan CSR akan menjadi wajib karena berdampak pada lingkungan dan masyarakat (Kesumastuti & Dewi, 2021).

Penelitian serupa oleh (Anto et al., 2021; Kesumastuti & Dewi, 2021), (Damayanthi, 2019), (Rady Darmastika & Ratnadi, 2019), (Wicaksono, 2019), (Shafirah et al., 2022), (Aurora L et al., 2021) menyatakan bahwa CSR mempunyai dampak menguntungkan yang luar biasa terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, lebih baik penyampaian CSR yang dilakukan melalui publikasi laporan keberlanjutan maka akan meningkatnya nilai perusahaan. Sedangkan penelitian (Tamara & Budiasih, 2020), (Nuryana & Bhebehe, 2019), (Narayana & Wirakusuma, 2021), (Junardi, 2019) mengamati bahwa nilai perusahaan tetap tidak terpengaruh oleh pengungkapan CSR. Usia dan ukuran perusahaan adalah dua contoh variabel moderasi yang digunakan beberapa peneliti untuk membuat model prediksi yang lebih tinggi.

Berdasarkan penjelasan ini, hipotesis berikut dapat dibuat:

H₁ : Pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₂ : Ukuran perusahaan memoderasi dan memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

H₃ : Usia perusahaan memoderasi dan memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

METODOLOGI

Berdasarkan jenis datanya penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan rasio dan skala nominal. Populasi penelitian menggunakan perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keberlanjutan antara tahun 2019 hingga 2022 dan industri bahan dasar dan kimia yang tercatat di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2019 hingga 2022. Menggunakan teknik purposive sampling sebagai sampel penelitian dengan perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2019 hingga 2022 dan perusahaan yang tidak menerbitkan laporan berkelanjutan pada periode yang sama dimasukkan ke dalam kriteria yang telah ditetapkan. Laporan keuangan yang tersedia di situs berfungsi sebagai data sekunder untuk metode pengumpulan data penelitian www.idx.co.id dan standar pelaporan CSR yaitu *Global Reporting Initiative* (GRI) pada <https://globalreporting.org/> laporan keuangan, laporan tahunan, dan laporan lanjutan tahun 2019-2022 digunakan sebagai data sekunder dalam penelitian ini. Asumsi klasik yang menekankan normalitas, autokorelasi, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan variabel moderasi melalui analisis regresi moderasi (MRA) digunakan untuk analisis.

Tabel 2

Daftar perusahaan yang menjadi sampel penelitian

No	Keterangan	Jumlah
1.	Jumlah perusahaan manufaktur sektor bahan dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2022.	96
2.	Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keberlanjutan pada tahun 2019- 2022.	(78)
Jumlah seluruh perusahaan yang di teliti		
3.	Jumlah tahun diteliti	18
4.	Jumlah sampel	4
5.		72

HASIL DAN PEMBAHASAN

Didapat hasil statistik deskriptif yang diuji pada tabel 3, hasil data observasi pada penelitian ini ada 72 termasuk 18 perusahaan yang telah diteliti selama 4 tahun. Hasil data deskriptif dapat dilihat pada Tabel 3, sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PBV	72	0,37	9,78	2,1063	1,9476
CSRDI	72	0,32	0,98	0,5395	0,16429
SIZE	72	14,61	30,41	21,2182	5,01216
AGE	72	0	50	19,61	14,736
Valid (listwise)	72				

Sumber: Data Penelitian, 2023

Tabel 3 menunjukkan hasil statistik deskriptif yang menunjukkan jumlah observasi sebanyak 72. Pada tahun 2020 Steel Pipe Industry Tbk memiliki nilai proyeksi perusahaan minimal 0,37, sedangkan untuk PBV maksimum sebesar 9,78 yang di miliki oleh PT Impack Pratama Industri Tbk pada tahun 2022. Nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019 hingga 2022 rata-rata sebesar 2,1063 dengan standar deviasi sebesar 1,94760 nilai perusahaan ini sudah cukup baik karena tidak mendekati nilai minimum artinya nilai standar deviasi sedikit dibawah rata-rata.

Hasil statistik deskriptif CSRDI maksimum sebesar 0,98 yang di miliki oleh PT Waskita Beton Precast Tbk tahun 2019 sedangkan pada tahun 2020 variabel

pengungkapan CSR perusahaan Gunung Raja Paksi yang diukur dengan CSRDI memiliki nilai minimum sebesar 0,32. Rata-rata CSRDI di perusahaan manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019–2022 sebesar 0,16429 dengan di dapat standar deviasi sebesar 0,16429. Nilai standar deviasi lebih rendah di banding nilai rata- rata pengungkapan CSR. Berdasarkan Standar GRI atau 5,40 persen dari seluruh item pengungkapan, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan pembuat bahan kimia dan bahan baku memiliki tingkat distribusi data yang baik tentang pengungkapan CSR.

Hasil statistik deskriptif variabel Ukuran Perusahaan yang di proaksikan dengan LN berdasarkan total aset, Vale Indonesia Tbk memiliki nilai minimum 14.61, dan PT Waskita Beton Precast Tbk memiliki nilai maksimum 30.41 pada tahun 2019. Rata-rata LN aset perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun 2019–2022 adalah sebesar 21,2182 yang menunjukkan rata-rata ukuran perusahaan besar. Sedikit perbedaan total aset antar perusahaan ditunjukkan dengan nilai standar deviasi sebesar 5,01216.

Berdasarkan data statistik deskriptif, variabel Usia Perusahaan yang diwakili oleh tahun tersebut memiliki nilai maksimum sebesar 50 yang dimiliki oleh Aneka Tambang Tbk pada tahun 2022 dan nilai minimum sebesar 0 yang dimiliki oleh Gunung Raja Paksi Tbk pada tahun 2019. Rata- rata umur perusahaan manufaktur yang berada di Bursa Efek Indonesia tahun 2019- 2022 sebesar 19,61 yang menunjukan rata- rata usia perusahaan paling tua bisa mencapai lebih dari 18 tahun. Fakta stndar deviasi bahwa usia perusahaan sebesar 14,736 lebih kecil dari hasil rata- ratanya menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah beroperasi dalam jangka waktu yang cukup lama.

Setelah melakukan analisis Statistik deskriptif untuk membuat model versi regresi netral, data hasil penelitian juga dilakukan uji asumsi klasik. Hasil uji asumsi klasik pada Tabel 4, sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Asumsi Klasik

Normalitas	Variabel	Multikolinearitas	Autokorelasi	Heteroskedastisitas
<i>Asymp, Sig.</i> (2-Tailed)		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	<i>Durbin-Watson</i> (DW)
	CSRDi	0,989	1,011	du= 1,705
0,200	SIZE	0,838	1,193	DW= 1,808
	AGE	0,913	1,182	4-du= 2,295
				Sig.
				0,717
				0,077
				0,246

Sumber: Data Penelitian,2023

Berdasarkan hasil tabel 4, pada uji (K-S) atau uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk mengetahui apakah residu berdistribusi normal (Ghozali, 2019) nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* di dapatkan 0,200 lebih tinggi dibanding tingkat signifikansi yang di dapat 0,05. Hasil temuan tersebut dapat diartikan bahwa variabel regresi berdistribusi normal karena nilai residu model yang *unstandardized residual* berdistribusi normal.

Analisis multikolinearitas bertujuan mencari tahu apakah variabel independen dalam model regresi dapat dimodelkan. Nilai (VIF) atau *variance Inflation factors* dan nilai *tolerance output* SPSS menunjukkan hasil uji

multikolinearitas. Nilai umum multikolinearitas adalah ketika nilai VIF lebih besar dari >10 atau nilai toleransinya kurang dari <0,10 (Ghozali & Chariri, 2016) Karena tidak ada nilai *tolerance* jika nilai VIF dari masing-masing dari tiga variabilitas independen melebihi 10 atau kurang dari 0.10, maka tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi ini.

Uji ketiga yaitu autokorelasi fokus dari pemeriksaan ini adalah untuk tahu apakah ada korelasi antara residu dalam periode t dan periode t-1. Jika ditemukan, masalah tersebut disebut sebagai masalah autokorelasi. Uji Durbin-Watson (DW) pada SPSS merupakan salah satu upaya untuk mengetahui apakah model regresi terdapat autokorelasi. Nilai d menunjukkan apakah model regresi tidak menunjukkan autokorelasi jika $du < DW < 4-du$, maka tidak ada autokorelasi (Ghozali, 2019) berdasarkan temuan uji autokorelasi yang terdapat pada tabel, terdapat nilai DW 1,808. Dalam model ini terdapat tiga variabel independen yang berarti K bernilai 3, jumlah sampel 72, tingkat signifikan 0,05, dan nilai du sebesar 1,705 serta nilai 4-du yang didapat 2,295. Pada model regresi ini nilai DW lebih tinggi dari du dan nilai du lebih rendah dari 4-du ($1,705 < 1,808 < 2,295$). Selisih antara nilai-nilai tersebut masing-masing adalah 1,705 dan 1,808. Dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

Tujuan heteroskedastisitas yaitu mengetahui apakah terdapat ketimpangan varians antar observasi dalam model regresi, jika hasil uji menunjukkan nilai *sig.* di atas tingkat signifikan 0,05 dalam temuan pengujian, uji *glejser* digunakan untuk mengidentifikasi tanda-tanda heteroskedastisitas. Menurut statistika, tidak satu nilai variabel independen dalam data yang dapat mengubah nilai absolutnya. Hal ini diperjelas dari hasil penelitian pada tabel empat dimana tingkat signifikansi dari keempat variabel independen berada di bawah 0,05. Hasilnya, tidak terdapat heteroskedastisitas pada hasil model regresi.

Setelah pengujian asumsi klasik dilakukan, dikatakan setuju bahwa data penelitian ini tidak bias, yang berarti dapat memunculkan model regresi yang sangat baik. Tabel 5 menunjukkan hasil dari Moderated Regression Analysis (MRA) sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Moderated Regression Analysis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std,Error	Beta		
(Constant)	-1,014	0,068		-14,983	0,000
CSRDi	0,72	0,71	0,163	10,176	0,000
Size	0,131	0,002	0,946	54,222	0,000
Age	-0,002	0,001	-0,03	-2,199	0,031
CSRDi_Size	0,343	0,059	-4,285	-5,779	0,000
CSRDi_Age	0,084	0,04	-1,186	-2,069	0,043
Adjusted R2	= 0,982				
F Hitung	= 12,470				
Sig. F	= 0,000				

Sumber: Data Penelitian,2023

Persamaan regresi pada Tabel 5 menampilkan nilai Adjusted R² sebesar 0,982 yang menunjukkan adanya pengaruh yang cukup besar dari variabel pengungkapan CSR, umur perusahaan, ukuran usaha, variabel interaksi variabel CSR_Size serta CSR_Age, terhadap variasi nilai perusahaan sebesar 98,2%. dan 1,7 persen adalah variabel sisa yang tidak dimasukkan dalam model regresi menyebabkan variasi nilai perusahaan. Maka dapat dikatakan bahwa data panel yang tinggi lebih dari 90 persen berarti bahwa semua variabel independen, termasuk Pengungkapan CSR, Ukuran Perusahaan, dan Usia Perusahaan, memberikan hasil yang signifikan.

Uji signifikansi simultan F sama dengan (uji F) Variabel independen dalam regresi diuji untuk melihat apakah mempunyai pengaruh umum dalam memprediksi variabel dependen dengan menggunakan uji kelayakan model, dengan memeriksa nilai F dan Sig. nilai pada hasil pengujian yang diperoleh dengan menggunakan SPSS, hasil uji F dapat ditentukan dari uji F *test* atau biasa disebut uji ANOVA. Hasil uji F (F_{test}) menunjukkan nilai F hitung sebesar 12,470 dengan akurasi signifikansi P sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini dapat diterapkan. Oleh karena itu, untuk memperkirakan nilai pada perusahaan maka dapat digunakan regresi sebagai model dalam arti dari gabungan pengaruh pengungkapan CSR dengan umur dan ukuran perusahaan mempengaruhi nilainya.

Uji signifikansi parameter individual mengungkapkan jumlah yang dapat dipertanggungjawabkan oleh setiap variabel independen untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Pengujian ini dimaksudkan untuk mengevaluasi hipotesis penelitian awal dan memberikan interpretasi menggunakan koefisien yang *unstandardized coefficients* terhadap hasil koefisien regresi. Setiap variabel independen dapat secara independen memprediksi perubahan variabel dependen jika hasil signifikansi variabel tersebut kurang dari 0,05.

Hasil uji t yang disajikan pada tabel 5, uji t sangat membantu untuk menentukan apakah variabel tertentu mempunyai potensi untuk memoderasi, dihasilkan nilai koefisien regresi sebesar 0,720, hasil dari signifikansi sebesar 0,000, dan nilai t sebesar 10,176. Mengingat hasil signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H₁ dianggap dapat diterima.

Hasil analisis regresi moderasi menghasilkan bahwa variabel interaksi ukuran dan CSR signifikan dan bernilai positif sebesar 0,343, serta nilai koefisien regresi pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan bernilai positif ($0,000 < 0,05$) maka menunjukkan adanya hubungan searah sehingga disimpulkan dengan pengaruh pengungkapan CSR pada nilai perusahaan diperkuat oleh ukuran perusahaan variabel yang memoderasi. Maka H₂ dapat di terima.

Hasil analisis regresi moderasi menunjukkan bahwa variabel interaksi antara CSR dan Age bernilai positif dan nilai koefisien regresi pengungkapan laporan berkelanjutan terhadap nilai perusahaan bernilai positif sebesar 0,084 dan signifikan ($0,000 < 0,05$) menunjukkan hubungan searah, mendukung hipotesis bahwa variabel umur perusahaan memperkuat dampak pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Maka H₃ dapat di terima.

PEMBAHASAN

Hasil Regresi moderasi dengan cara ini pengungkapan CSR mempunyai dampak kualitas yang besar pada nilai perusahaan juga pada pasar yang memberikan manfaat berkualitas tinggi pada perusahaan yang melakukan pertanggungjawaban sosial, terbukti atas meningkatnya harga saham perusahaan tersebut. Konsekuensinya, semakin besar rincian kegiatan tanggungjawab sosial yang rilis oleh perusahaan, maka semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap nilai perusahaan dengan menetapkan teori *stakeholder* dan teori legitimasi sebagai landasan yang mampu memberikan pandangan bahwa dengan perusahaan melakukan pengungkapan sosial serta membuat laporan berkelanjutan yang menjadi sebuah tanggung jawab kepada para *stakeholder* (Nasihin et al., 2023). Menerbitkan informasi pengungkapan CSR sebagai keuntungan perusahaan karena memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang sangat baik sehingga berdampak pada citra dan *brand* reputasi yang beroperasi dalam batas norma di lingkungan masyarakat sekitar. (Apriani & Khairani, 2023) dan (Oktapiani & Helliana, 2022) meneliti dengan hasil yang sama yaitu menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berdampak signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil moderasi regresi memparkan bahwa dampak pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dapat dimoderasi oleh ukuran perusahaan. Perusahaan besar akan semakin meningkatkan nilainya karena mereka biasanya memiliki banyak aset, penjualan tinggi, pekerja terampil, sistem informasi canggih, produk beragam, dan struktur kepemilikan lengkap yang memungkinkan pengungkapan luas. Selain itu, Dengan semakin banyaknya inisiatif CSR yang diimplementasikan, kepercayaan investor dan masyarakat akan tumbuh, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Menurut teori legitimasi, bisnis yang menerbitkan laporan pertanggungjawaban sosial serta lingkungan (CSR) dengan ukuran perusahaan yang besar maka mendapatkan reputasi di kalangan masyarakat karena melakukan operasi yang dianggap legal atau sah. Sebab, para pemilik perusahaan harus berpegang pada peraturan yang berlaku di sekitar masyarakat, khususnya yang sangkutpaut dengan perekonomian, kemasyarakatan, dan lingkungan hidup. Hal ini dapat terlihat dari kenaikan nilai perusahaan akibat pengungkapan CSR dan besarnya skala perusahaan. Hasil riset ini menemukan temuan yang sama Amato & Falivena (2019), (Aurora L et al., 2021) dan (Pohan et al., 2019) bahwa pengungkapan tanggungjawab sosial berpengaruh secara signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

Semakin lama perusahaan berdiri semakin besar peran yang dimainkannya di dalam menumbuhkan kepercayaan investor dimana dengan semakin berkembangnya kepercayaan investor dan stakeholder berdampak pada nilai perusahaan. Pembahasan ini selaras pada teori stakeholder yang mengatakan bila perusahaan perlu memberikan dampak positif kepada stakeholdernya. Dalam hal pengungkapan Corporate Social Responsibility, umur suatu perusahaan merupakan salah satu pengaruh atau elemen lain yang mempengaruhi kinerjanya, lamanya perusahaan berdiri artinya semakin banyak pengalaman yang dimiliki dalam mengatasi permasalahan dan hambatan yang dapat membahayakan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang. Hasil riset ini menemukan temuan yang sama Amato & Falivena (2019) dan (Kesumastuti & Dewi, 2021) mengklaim bahwa umur perusahaan berperan sebagai moderator dalam hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

SIMPULAN

Studi ini memaparkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) meningkatkan nilai perusahaan yang dampaknya mampu di moderasikan oleh ukuran serta usia perusahaan, baik tanggungjawab lingkungan sosial perusahaan maupun nilai perusahaan mempengaruhi satu sama lain Berlandaskan hasil penelitian, keterbatasan penelitian diidentifikasi yaitu mencakup ukuran sampel yang relatif kecil pada perusahaan manufaktur di sektor kimia dan bahan dasar, serta periode penelitian yang relatif singkat, yaitu hanya empat tahun, sehingga membatasi kemampuan generalisasi temuan pada cakupan bisnis yang lebih luas.

Hasil ini menghasilkan bahwa mengungkapkan Corporate Social Responsibility (CSR) berdasarkan ukuran dan umur perusahaan moderasi dapat meningkatkan atau mengurangi nilai perusahaan. Penelitian ini menambah disiplin akuntansi keuangan serta dapat juga digunakan sebagai dasar pengembangan penelitian sebelumnya supaya mendapatkan bukti empiris dari dampak serta masalah yang mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini menyoroti pentingnya pengungkapan CSR karena meningkatkan kepercayaan *stakeholder* terhadap keberlanjutan perusahaan dan berdampak pada nilai perusahaan lebih banyak informasi yang diungkapkan suatu perusahaan maka lebih banyak nilai positif yang di dapat.

Referensi :

- Anggraeni, E., & Prasetyono. (2021). Analisis umur perusahaan, leverage dan komisariss independen terhadap pengungkapan intellectual capital. *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 3, 269–279. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol3.art23>
- Anto, L. O., Safaruddin, S., & Zulkifli, A. (2021). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Organisasi (JUMBO)*, 5(1), 21. <https://doi.org/10.33772/jumbo.v5i1.20332>
- Apriani, P. P., & Khairani, S. (2023). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *MDP Student Conference*, 2(2), 100–107. <https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v2i2.3958>
- Ardiansyah, G. G. K. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(1), 367. <https://doi.org/10.24912/jpa.v2i1.7165>
- Aulia, S., Yanti, & Nasihin, I. (2023). Pengaruh Kinerja Lingkungan , Biaya Lingkungan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 326–341. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.46>
- Aurora L, T., Rehanil A, D., & Solikhin, A. (2021). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akuntansi & Keuangan Unja*, 6(1), 10–17. <https://doi.org/10.22437/jaku.v6i1.13165>

- Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021). Pengaruh profitabilitas , leverage , ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan The effect of profitability , leverage , firm size and managerial ownership on firm value. *Forum Ekonomi*, 23(1), 29–38.
- Damayanthi, I. G. A. E. (2019). Fenomena Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 208. <https://doi.org/10.24843/jiab.2019.v14.i02.p06>
- Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages Di Bei. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 74. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v1i2.23157>
- Junardi. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social. *Pendidikan Ekonomi*, 4(2), 69–79. <http://jurnal.stkippersada.ac.id/jurnal/index.php/JPE>
- 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. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i07.p19>
- Narayana, I. P. L., & Wirakusuma, M. G. (2021). Pengungkapan CSR pada Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(4), 862–879. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i04.p06>
- Nasihin, I., Fitriana, A. V., Arimurti, T., & Purwandari, D. (2023). *SEIKO : Journal of Management & Business The Role Of Financial Performance In The Disclosure Of Sustainability Reportd In State-Owned Enterprises*. 6(2), 256–267.
- Nasihin, I., & Purwandari, D. (2022). Analysis of the Effect of Profitability, Liquidity, and Firm Size on the Timeliness of Financial Report Submission. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(1), 33. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i1.989>
- Nuryana, I., & Bhebhe, E. (2019). Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 2(2), 142–146. <https://doi.org/10.26905/afr.v2i2.3261>
- Oktapiani, T. P., & Helliana. (2022). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Bandung Conference Series: Accountancy* , 2(1), 283–289. <https://doi.org/10.29313/bcsa.v2i1.1400>
- Perusahaan, N., & Pertambangan, S. (2023). *PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN 1 , 2 , 3 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Halu Oleo Intihanah , Satira Yusuf , Lilistiani Putri*. 08(02), 45–57.
- Pohan, H. tohir, Noor, I. N., & Bhakti, Y. F. (2019). 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/10.25105/jat.v5i1.4850>
- Rady Darmastika, I. W., & Ratnadi, N. M. D. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas dan Leverage Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 362. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i01.p14>
- Shafirah, I., Risma, D., & Risma, D. (2022). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap institutional ownership pada perusahaan high-profile yang listing di bursa efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 18(3), 540. <https://doi.org/10.29264/jinv.v18i3.11701>
- Suharyani, R. (2019). Pengaruh Tekanan Stakeholder Dan Corporate Governance Terhadap Kualitas Sustainability Report. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 2(1). <https://doi.org/10.22219/jaa.v2i1.8356>
- Supada, W. (2020). Efektivitas CSR (Corporate Social Responsibility) Dalam Praktik Public Relations. *Danapati: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 35–46. <http://jurnal.ekadanta.org/index.php/danapati/article/view/32%0A%0A>
- Tamara, I. G. A. A. T. I., & Budiasih, I. G. A. N. (2020). Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Pemoderasi Pengaruh Good Corporate Governance pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(5), 1221. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i05.p12>
- Wicaksono, D. P. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Yang Dimediasi Oleh Reputasi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 53(9), 1689–1699. www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Wulandari, S. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Subsektor Perkebunan Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 19(1), 1–14.
- Ghozali. (2019). In *Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (pp. (Edisi ke-9)). Badan Penerbit-Undip.
- Ghozali. (2019). In A. M. 25. Badan Penerbit-Undip.
- Ghozali, & A, C. (2016). Teori Akuntansi International Financial Reporting . In (Edisi ke-4). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Chariri, A. (2016). Teori Akuntansi International Financial Reporting . Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Maydina, P. (2022). *Pengaruh leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*, 103.
- Prof. Dr. Imam Ghozali, M. (2020). *25 Grand Theory* . Semarang: YOGA PRATAMA.