



PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN DAN PENGUNGKAPAN CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI INDEKS SAHAM SYARIAH INDONESIA PERIODE 2020-2022

Nefi Safitri, Agus Purwanto¹

Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl.Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +6282135240978

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of firm characteristics and CSR disclosure on firm value in manufacturing companies listed on the Indonesian Sharia Stock Index (ISSI) for the 2020-2022 period. The sampling method used in this research was purposive sampling. The total number of samples in this research was 183 research samples, consisting of 61 companies. The data used in this research was obtained from the annual report, financial report, and sustainability report (if any) of each company in the research sample, which was obtained through the official IDX website, namely www.idx.co.id and the official website each company. The data in this study were analyzed using the classic assumption test before being analyzed using the multiple linear regression test. The results of this research show that firm growth, leverage, and firm age have no effect on the firm's CSR disclosure. Meanwhile, profitability and firm size have a positive and significant influence on the firm's CSR disclosure. The results of this research also show that CSR disclosure has a positive and significant influence on firm value with firm characteristics (profitability, firm growth, leverage, firm size, and firm age) as control variables.

Keywords: CSR disclosure, firm value, firm characteristics.

PENDAHULUAN

Sekarang ini, pengungkapan CSR dijadikan hal yang wajib dilakukan semua perusahaan. Pentingnya pengungkapan CSR didukung oleh UU No. 40 Tahun 2007 terkait Perseroan Terbatas. Ketentuan tercantum di Pasal 74 (1) menegaskan: "Perusahaan berpusat di bidang SDA serta kegiatan usaha yang berkenaan SDA wajib memenuhi tanggung jawab sosial serta lingkungan."

Di Indonesia terdapat beberapa indeks saham syariah, termasuk Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). Beberapa sektor usaha terdaftar di ISSI, termasuk perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur. Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang mengubah bahan mentah menjadi produk setengah jadi maupun produk jadi dengan nilai jual yang diharapkan. Sektor ini merupakan salah satu sektor yang paling berpengaruh terhadap masalah lingkungan yang terjadi.

Pengungkapan CSR bisa dipengaruhi dari beragam faktor. Salah satunya ialah karakteristik perusahaan. Karakteristik perusahaan merupakan ciri khusus yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Dalam penelitian ini, karakteristik perusahaan yang digunakan mencakup *profitabilitas*, pertumbuhan perusahaan, *leverage*, dan juga ukuran perusahaan. Meskipun banyak penelitian serupa yang telah dilakukan, namun masih banyak kontradiksi dalam hasil penelitian tersebut. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan guna menganalisis pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Dimana dalam penelitian ini, menambahkan variabel independen, yaitu karakteristik perusahaan berupa umur perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga akan menambahkan variabel dependen lain yakni nilai perusahaan yang belum dipertimbangkan pada penelitian sebelumnya.

Nilai perusahaan menarik untuk diteliti karena sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan hidup suatu perusahaan. Nilai perusahaan ini dapat dipengaruhi oleh beberapa

¹ Corresponding author

faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan ini, salah satunya adalah pengungkapan CSR.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh karakteristik perusahaan dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Umur perusahaan digunakan sebagai variabel independen tambahan yang diuji dalam penelitian ini dan memberikan kontribusi pada penelitian sebelumnya. Sedangkan, nilai perusahaan digunakan sebagai variabel dependen tambahan untuk menguji pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Dimana dalam penelitian kali ini akan menambahkan karakteristik perusahaan sebagai variabel kontrolnya. Objek pada penelitian ini menggunakan perusahaan sektor manufaktur yang telah terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada periode 2020-2022. Sektor manufaktur dipilih karena sektor ini merupakan salah satu sektor paling berpengaruh terhadap masalah lingkungan di sekitarnya.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Teori Stakeholder

Salah satu pertimbangan bagi investor dalam rangka penanaman modal dalam sebuah perusahaan adalah dengan melihat pengungkapan CSR perusahaan. Perihal tersebut dilakukan untuk menghindari adanya dampak di kemudian hari karena kurangnya pelaksanaan CSR oleh perusahaan pada lingkungan sekitar. Teori *stakeholders* menerangkan bahwa perusahaan tidak hanya harus bertindak demi kepentingannya sendiri, namun juga memberi kegunaan pada pemangku kepentingannya (kreditur, pemegang saham, pemasok, konsumen, Masyarakat, pemerintah, serta pemangku kepentingan lainnya).

Stakeholders dianggap penting oleh perusahaan dan sangat berpengaruh terhadap jalannya aktivitas perusahaan karena dalam menjalankan usahanya perusahaan tentu akan berhubungan dengan para *stakeholders* yang jumlahnya banyak sesuai dengan luas lingkup operasi perusahaan, agar kegiatan usaha berjalan sesuai dengan harapan perusahaan maka diperlukan adanya hubungan serta komunikasi yang baik antara perusahaan dengan para *stakeholders*-nya (Putri, 2014).

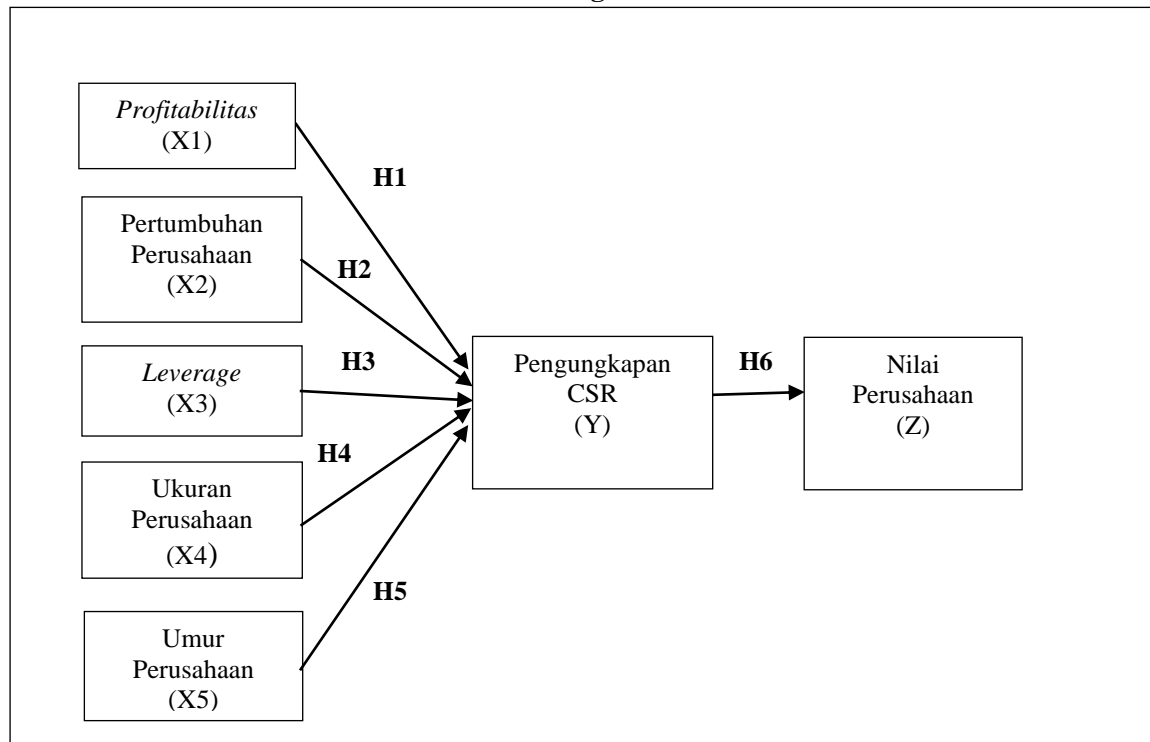
Teori Legitimasi

Teori legitimasi menyatakan bahwa suatu perusahaan perlu melaksanakan kegiatan operasionalnya sejalan dengan masyarakat luas, terutama masyarakat sekitar perusahaan. Menurut Ahmad dan Sulaiman (2004), teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang diimplikasikan antara institusi sosial dan masyarakat. Dasar teori ini ialah suatu perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri (Gray *et al.*, 1995 dalam Ahmad dan Sulaiman, 2004). Oleh sebab itu, maka perusahaan hendaknya perlu meyakinkan masyarakat luas, terutama masyarakat sekitar perusahaan, bahwa kegiatan operasional perusahaannya bisa diterima masyarakat. Dimana dalam hal ini dapat diwujudkan melewati penerbitan laporan tahunan perusahaan, yang termasuk di dalamnya terdapat kegiatan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Melalui dukungan dari masyarakat terhadap perusahaan, maka diharapkan bisa meningkatkan nilai perusahaan yang kelak bisa mempunyai pengaruh pula pada peningkatan laba perusahaan. Dimana hal ini juga akan mempengaruhi penanaman modal perusahaan oleh investor.

Teori Keagenan

Teori keagenan menyatakan adanya hubungan antara *principal* (pemilik perusahaan, investor, atau pemberi wewenang) dan *agent* (manajemen perusahaan atau yang menerima mandat). Menurut Jensen dan Meckling (1976) dan Scott (2000), teori keagenan merupakan suatu perjanjian antara dua atau lebih pihak, dimana salah satunya disebut *agent* dan pihak lainnya disebut *principal*. Dimana *principal* akan mendelegasikan tanggung jawab pengambilan keputusan kepada *agent*. Selain itu juga memastikan *agent* untuk melakukan tugas-tugas tertentu sesuai dengan kontrak kerja yang telah disepakati sebelumnya.

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



Perumusan Hipotesis

Pengaruh *Profitabilitas* Terhadap Pengungkapan CSR

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. *Profitabilitas* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan (Irham, dkk, 2018). Hal ini sama dengan hasil penelitian Munsaidah, dkk (2016). Sedangkan, penelitian lain menyatakan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (Auliani, 2019). Penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian Wigrhayani (2019) dan Sukenti *et al.* (2017). Selain itu, dalam teori *stakeholder* juga menyatakan bahwa semakin besar *profitabilitas*, maka semakin luas pula pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

H1: *Profitabilitas* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Pertumbuhan perusahaan menunjukkan peningkatan kinerja perusahaan (Sari, 2012). Perusahaan yang memiliki pertumbuhan tinggi akan cenderung mendapat sorotan sehingga diprediksi akan lebih banyak melakukan pengungkapan CSR-nya (Ekowati, 2014). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wigrhayani (2019) dan Sukenti *et al.* (2017), yang menyatakan bahwa *growth*/pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

H2: Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan CSR

Leverage merupakan seberapa besar rasio antara total kewajiban dengan total modal yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Dalam penelitian ini, *leverage* dapat dihitung dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER), yaitu total kewajiban dibagi total modal perusahaan. Berdasarkan teori *stakeholder*, manajemen perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi akan mengungkapkan CSR lebih sedikit agar tidak mendapat sorotan dari *debtholder*. Hal ini sejalan dengan penelitian Auliani (2019), Zanirah (2015), dan Badjuri (2011) yang menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

H3: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Ukuran perusahaan merupakan jumlah aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Irham, dkk, 2018). Hal ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Munsaidah, dkk (2016). Penelitian lainnya menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (Auliani, 2019). Penelitian lain yang menyatakan hasil serupa, yaitu penelitian oleh Krisna (2016) dan Sha (2014). Hal ini juga diperkuat dengan teori keagenan, yang menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga akan semakin besar. Sehingga perusahaan akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

H4: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Umur perusahaan dapat menjadi indikator berkembangnya suatu perusahaan. Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan dengan umur yang lebih lama akan cenderung memiliki lebih banyak kesadaran dan berprinsip untuk membangun citra baiknya di mata masyarakat melalui pengungkapan CSR perusahaan. Hal ini juga sejalan dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa semakin lama umur perusahaan maka CSR yang diungkapkan juga akan semakin tinggi, agar perusahaan dapat memberikan manfaat kepada *stakeholder* dan lingkungan sekitarnya. Hasil penelitian yang mendukung teori-teori tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh Hana, dkk (2023), Oviliana *et al.* (2021), dan Saputra *et al.* (2021), yang menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

H5: Umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Di dalam teori *stakeholder* mengungkapkan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, melainkan harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Ketika perusahaan dapat memaksimalkan manfaat yang diterima *stakeholder*, maka akan timbul kepuasan bagi *stakeholder* yang nantinya akan membantu meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sulbahri (2021), Kesumastuti & Dewi (2021), serta R. Nurlela dan Islahuddin (2008), yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

H6: Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan populasi dan sampel penelitian, variabel-variabel yang digunakan beserta pengukurannya, serta model penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam pengujian dan penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang telah terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada tahun 2020-2022. Sampel pada penelitian ini ditetapkan dengan menggunakan *purposive sampling*, yaitu penetapan sampel dengan berdasarkan kriteria, yaitu:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2020-2022.
2. Perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan selama periode 2020-2022 secara konsisten.
3. Perusahaan yang mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan atau laporan keberlanjutan secara terpisah selama periode 2020-2022.
4. Menggunakan mata uang Rupiah (Rp) dalam laporan keuangannya.

5. Tidak mengalami kerugian selama periode 2020-2022.
6. Memiliki kelengkapan data sesuai dengan variabel yang diteliti.

Variabel dan Pengukurannya

Penelitian ini menggunakan variabel independen berupa *profitabilitas*, pertumbuhan perusahaan, *leverage*, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan. Serta variabel dependen yang digunakan yaitu pengungkapan CSR dan nilai perusahaan.

Tabel 1
Variabel & Pengukurannya

Variabel	Simbol	Pengukuran
Variabel Independen		
Pengungkapan CSR	Y	CSDRI GRI-G4= $\sum X : N$
Nilai Perusahaan	Z	Tobin's Q = MVE + Debt : BVE + Debt
Variabel Dependen		
<i>Profitabilitas</i>	X1	ROA = Laba bersih : Total aset
Pertumbuhan Perusahaan	X2	(Penjualan – Penjualan tahun lalu) : Penjualan tahun lalu
<i>Leverage</i>	X3	DER = Total liabilitas : Total ekuitas
Ukuran Perusahaan	X4	LN (Total aset)
Umur Perusahaan	X5	Tahun penelitian – Tahun pendirian perusahaan

Model Penelitian

Hipotesis pada penelitian ini diuji dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Tujuannya untuk memberikan jawaban atas rumusan masalah pada penelitian yaitu pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Maka, persamaan nilai regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X1 + \beta X2 + \beta X3 + \beta X4 + \beta X5 + \xi$$

$$Z = \alpha + \beta Y + \beta X1 + \beta X2 + \beta X3 + \beta X4 + \beta X5 + \xi$$

Keterangan:

- Y = Pengungkapan CSR
- α = *Intercept*
- β = Koefisien regresi
- X1 = *Profitabilitas*
- X2 = Pertumbuhan perusahaan
- X3 = *Leverage*
- X4 = Ukuran perusahaan
- X5 = Umur perusahaan
- Z = Nilai perusahaan
- ξ = Koefisien error

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Sampel Penelitian

Penelitian ini menggunakan kriteria dalam data yang diamati untuk diolah, yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia selama periode 2020-2022 serta memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Dimana perusahaan yang memenuhi kriteria tersebut berjumlah 61. Dengan demikian sampel yang digunakan untuk diolah sebanyak 183 sampel penelitian. Langkah-langkah pemilihan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2
Pemilihan Sampel

No.	Kriteria Sampel	Jumlah
1.	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2020-2022.	170
2.	Perusahaan manufaktur yang tidak mempublikasikan laporan tahunan secara konsisten pada selama 2020-2022.	(49)
3.	Perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan atau laporan keberlanjutan secara terpisah selama periode 2020-2022.	0
4.	Perusahaan manufaktur yang tidak menggunakan mata uang Rupiah (Rp) dalam laporan keuangannya.	(13)
5.	Perusahaan manufaktur yang mengalami kerugian selama periode 2020-2022.	(47)
6.	Perusahaan yang tidak memiliki kelengkapan data variabel sesuai dengan variabel yang diteliti.	0
Jumlah perusahaan yang memenuhi syarat sampel		61
Jumlah sampel penelitian (61x 3)		183

Statistik Deskriptif

Tabel 3
Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
X1	183	0,00	0,36	0,0849	0,07076
X2	183	-0,32	1,27	0,1201	0,23281
X3	183	0,07	7,94	0,8087	0,84957
X4	183	26,16	32,83	28,8896	1,44397
X5	183	11,00	89,00	42,2131	16,36981
Y	183	0,07	0,54	0,2637	0,12201
Z	183	-0,91	26,08	1,9818	2,50614
Valid N (listwise)	183				

Sumber: Data sekunder yang diolah menggunakan IBM SPSS 26, 2024

Analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel *profitabilitas* memiliki standar deviasinya sebesar 0,07076 dengan nilai maksimum sebesar 0,36 dan terendah sebesar 0,00 artinya laba paling besar dihasilkan dari penggunaan aset adalah 36% dan paling sedikit 0%. Nilai *mean* variabel *profitabilitas* adalah sebesar 0,0849.

Variabel pertumbuhan perusahaan memiliki nilai *mean* sebesar 0,1201 dengan nilai standar deviasinya sebesar 0,23281. Nilai standar deviasi tersebut lebih besar dibandingkan nilai *mean*, sehingga menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan pada perusahaan manufaktur yang diteliti belum merata atau perbedaan data satu dengan data yang lainnya tergolong tinggi. Nilai maksimum variabel pertumbuhan perusahaan sebesar 1,27 dan terendah sebesar -0,32. Artinya, tingkat pertumbuhan perusahaan manufaktur yang terdaftar tersebut masih tergolong rendah karena tingkat pertumbuhan masih dibawah lima persen.

Hasil analisis deskriptif menunjukan variabel *leverage* memiliki nilai *mean* sebesar 0,8087 yang menunjukkan bahwa nilai rata-rata utang lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-rata ekuitas perusahaan, atau sebesar 80,87%. Nilai maksimum sebesar 7,94 menunjukkan bahwa utang perusahaan 7,94 kali lebih besar dibandingkan ekuitasnya. Nilai minimum sebesar 0,07 yang berarti bahwa utang perusahaan hanya sebesar 7% dari ekuitasnya. Dengan nilai standar deviasinya sebesar 0,84957.

Nilai *mean* pada variabel ukuran perusahaan sebesar 28,8896, sedangkan nilai standar deviasinya sebesar 1,44397. Nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata, menunjukkan bahwa ukuran perusahaan pada perusahaan manufaktur yang diteliti sudah merata atau perbedaan data satu dengan data yang lainnya tidak tergolong tinggi. Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai maksimum sebesar 32,83 dan minimum sebesar 26,16.

Variabel umur perusahaan memiliki nilai *mean* sebesar 42,2131 menunjukkan nilai positif, artinya kecenderungan rata-rata perusahaan manufaktur yang terdaftar di ISSI periode 2020-2022

memiliki umur perusahaan yang tinggi yang mencapai lebih dari 40 tahun. Nilai standar deviasi atas umur perusahaan sebesar 16,36981 nilai ini lebih rendah dibandingkan nilai rata-ratanya. Hal ini menunjukkan bahwa umur perusahaan manufaktur yang terdaftar di ISSI periode 2020-2022 yang diteliti sudah merata atau perbedaan data satu dengan data yang lainnya tidak tergolong tinggi. Nilai minimum umur perusahaan sebesar 11,00 yang berarti umur perusahaan terendah adalah 11 tahun, sedangkan nilai maksimum adalah sebesar 89,00 yang berarti umur perusahaan tertinggi adalah 89 tahun pada tahun 2022.

Pengungkapan CSR memiliki nilai *mean* sebesar 0,2637 menunjukkan nilai positif, artinya kecenderungan rata-rata perusahaan manufaktur yang terdaftar di ISSI periode 2020-2022 memiliki penerapan pengungkapan CSR yang baik. Nilai standar deviasi atas pengungkapan CSR sebesar 0,12201 nilai ini lebih rendah dibandingkan nilai rata-ratanya. Hal ini menunjukkan bahwa sebaran data terkait pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar tersebut sudah merata atau perbedaan data satu dengan yang lainnya tidak tergolong tinggi. Nilai minimum pengungkapan CSR sebesar 0,07, sedangkan nilai maksimum adalah sebesar 0,54.

Variabel nilai perusahaan memiliki nilai *mean* sebesar 1,9818 menunjukkan nilai positif, artinya kecenderungan rata-rata perusahaan manufaktur yang terdaftar di ISSI periode 2020-2022 memiliki nilai perusahaan yang baik. Nilai standar deviasi atas nilai perusahaan sebesar 2,50614 nilai ini lebih rendah dibandingkan nilai rata-ratanya. Hal ini menunjukkan bahwa sebaran data terkait nilai perusahaan sudah merata atau perbedaan data satu dengan data yang lainnya tergolong rendah. Nilai minimum variabel nilai perusahaan sebesar -0,91, sedangkan nilai maksimumnya sebesar 26,08.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Pada uji normalitas yang diolah menggunakan metode statistik *one sample Kolmogorov-smirnov* menunjukkan nilai signifikansi untuk model 1 dan 2 adalah 0,200 sehingga lebih dari 0,05. Sehingga, dengan nilai signifikansi tersebut dapat diindikasikan bahwa nilai residual terdistribusi secara normal yang dapat dilihat pada tabel 4. Selanjutnya dilakukan uji multikolinieritas pada model regresi seperti yang tersaji pada tabel 5. Hasilnya menunjukkan bahwa untuk keseluruhan variabel memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10, sehingga dinyatakan model regresi penelitian tidak mengalami gejala multikolinieritas. Kemudian untuk uji autokorelasi ditetapkan menggunakan metode *Durbin Watson* (*DW Test*) yang hasilnya ditampilkan pada tabel 6 dengan nilai *Durbin-Watson* untuk model 1 sebesar 2,191 dan model 2 sebesar 1,945. Dapat disimpulkan bahwa model-model regresi tersebut memiliki nilai *Durbin-Watson* pada daerah 1,66 samapai dengan 2,34. Sehingga model regresi tidak mengalami gejala autokorelasi. Selanjutnya untuk mendeteksi gejala heterokedastisitas digunakan *scatterplot* yang dapat dilihat pada Gambar 1. Dimana dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Sehingga model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Model 1	<i>Unstandardized Residual</i>
N	183
Kolmogorov-Smirnov Z	0,051
Asymp. Sig (2-tailed)	0,200
Model 2	<i>Unstandardized Residual</i>
N	183
Kolmogorov-Smirnov Z	0,045
Asymp. Sig (2-tailed)	0,200

Sumber: Data sekunder yang diolah menggunakan IBM SPSS 26, 2024

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinearitas

Model 1	Tolerance	VIF
X1	0,908	1,102
X2	0,911	1,098
X3	0,952	1,051
X4	0,922	1,084
X5	0,898	1,114

Model 2	Tolerance	VIF
Y	0,427	2,342
X1	0,484	2,066
X2	0,902	1,108
X3	0,951	1,052
X4	0,718	1,392
X5	0,896	1,116

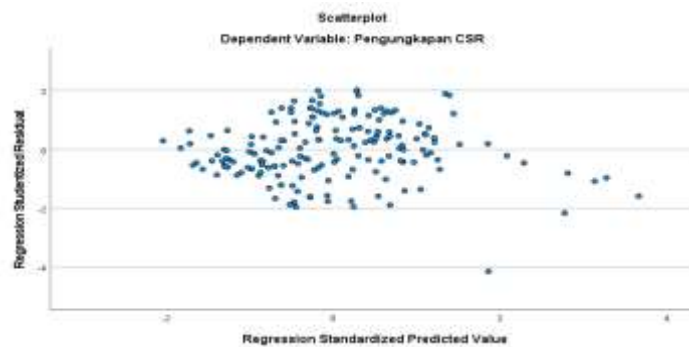
Sumber: Data sekunder yang diolah menggunakan IBM SPSS 26, 2024

Tabel 6
Hasil Uji Autokorelasi

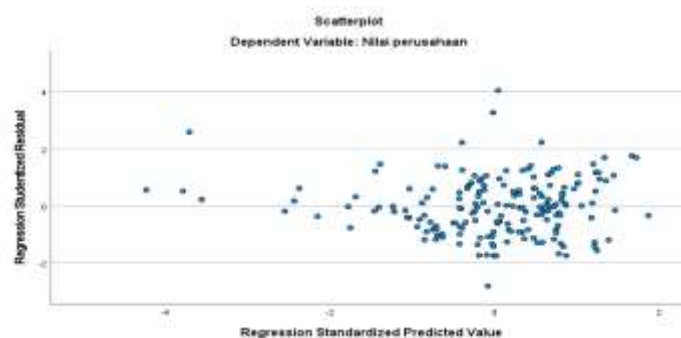
<i>Durbin-Watson</i>	
Model 1	2,191
Model 2	1,945

Sumber: Data sekunder yang diolah menggunakan IBM SPSS 26, 2024

Gambar 2
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Model 1



Model 2



Hasil Uji Hipotesis

Tabel 7
Hasil Uji R-square

	<i>R-square</i>
Model 1	0,561
Model 2	0,328

Sumber: Data sekunder yang diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Pada tabel 7 merupakan perhitungan pengujian koefisien determinasi (R^2) untuk model 1 dan 2. Nilai koefisien determinasi pada model 1 adalah 0,561 atau 56,1% yang mengartikan variasi pengungkapan CSR dapat dijelaskan oleh *profitabilitas*, pertumbuhan perusahaan, *leverage*, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan sebagai variabel independen, sedangkan sisanya ($100\% - 56,1\% = 43,9\%$) dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Nilai koefisien determinasi pada model 2 menunjukkan angka 0,328 atau 32,8% yang menerangkan jika variasi nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh pengungkapan CSR, *profitabilitas*, pertumbuhan perusahaan, *leverage*, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan sebagai variabel independen sedangkan persentase sisanya yaitu 67,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Tabel 8
Hasil Uji F

Model 1	F	Sig.
Residual	47,523	0,000
Model 2		
Residual	15,824	0,000

Sumber: Data sekunder yang diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Berdasarkan Tabel 8, nilai F pada model 1 sebesar 47,523 dengan tingkat signifikansi 0,000 dimana nilai signifikansi tersebut jauh lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan analisis tersebut, maka semua variabel independen secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, sehingga H_0 ditolak.

Nilai F pada model 2 adalah sebesar 15,824 dengan tingkat signifikansi 0,000 dimana nilai signifikansi tersebut jauh lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan analisis tersebut, maka variabel independen dan variabel kontrol secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, sehingga H_0 ditolak.

Tabel 9
Hasil Uji t

Model 1	B	Std. Error	T	Sig.
(Constant)	-0,713	0,122	-5,827	0,000
X1	0,901	0,072	12,451	0,000
X2	0,033	0,026	1,263	0,208
X3	0,003	0,007	0,407	0,685
X4	0,031	0,004	7,088	0,000
X5	0,000	0,000	0,565	0,573

Model 2	B	T	Sig.	
(Constant)	2,501	0,406	6,164	0,000
Y	0,582	0,228	2,547	0,012
X1	-2,440	0,301	-8,101	0,000
X2	0,112	0,080	1,396	0,164
X3	-0,046	0,022	-2,088	0,038
X4	-0,055	0,015	-3,731	0,000
X5	0,002	0,001	1,331	0,185

Sumber: Data sekunder yang diolah dengan IBM SPSS 26, 2024

Berdasarkan Tabel 9, maka persamaan model regresi adalah:

$$Y = -0,713 + 0,901X1 + 0,033X2 + 0,003X3 + 0,031X4 + 0,000X5 + 0,122$$

$$Z = 2,501 + 0,582Y + -2,440X1 + 0,112X2 + -0,046X3 + -0,055X4 + 0,002X5 + 0,406$$

Pengaruh *Profitabilitas* Terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil analisis regresi pada Tabel 7, diperoleh koefisien regresi untuk variabel *profitabilitas* sebesar 0,901 dan nilai t hitung sebesar 12,451 dengan signifikansi sebesar 0,000. Dimana nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi (α)=5% atau 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian H1 diterima.

Perusahaan yang mempunyai *profitabilitas* lebih tinggi akan cenderung melakukan aktivitas CSR yang lebih banyak pula. Hal ini karena perusahaan tersebut mempunyai lebih banyak biaya untuk melakukan aktivitas CSR tersebut. Selain itu, perusahaan yang memiliki *profit/laba* lebih tinggi akan cenderung untuk melakukan intervensi kebijakan. Oleh karena itu, perusahaan tersebut akan terdorong untuk mengungkapkan informasi yang lebih rinci dalam laporan tahunan mereka dalam rangka mengurangi biaya operasional dan menunjukkan kinerja keuangan kepada publik. Hasil ini sejalan dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa semakin besar *profitabilitas*, maka semakin luas pula pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Penelitian dengan hasil yang sama dilakukan oleh Auliani (2019), Wigrhayani (2019) dan Sukenti *et al.* (2017).

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil analisis regresi pada Tabel 7, diperoleh koefisien regresi untuk variabel pertumbuhan perusahaan sebesar 0,033 dan nilai t hitung sebesar 1,263 dengan signifikansi sebesar 0,208. Dimana nilai signifikansi tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi (α)=5% atau 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian H2 ditolak.

Pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan erat kaitannya dengan perilaku konsumen. Dimana di Indonesia sendiri, konsumen cenderung tidak memperhatikan kegiatan CSR saat membeli produk suatu perusahaan. Berbeda dengan negara-negara maju, di mana konsumen akan sangat memperhatikan kegiatan CSR suatu perusahaan saat hendak membeli produk perusahaan tersebut. Selain itu, kualitas pertumbuhan perusahaan tidak mudah diukur dan orientasi investor lebih kepada kinerja jangka pendek dengan berorientasi kepada keuntungan (*profit*) pada tahun berjalan, sedangkan pertumbuhan perusahaan dianggap berpengaruh pada kinerja jangka menengah dan jangka panjang (Ulfa, 2009). Sehingga pertumbuhan perusahaan bukan merupakan hal yang menjadi pertimbangan investor dalam melakukan investasi. Hasil ini

relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2019), Irham, dkk., (2018), dan Sari (2012).

Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil analisis regresi pada Tabel 7, diperoleh koefisien regresi untuk variabel *leverage* sebesar 0,003 dan nilai t hitung sebesar 0,407 dengan signifikansi sebesar 0,685. Dimana nilai signifikansi tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi (α)=5% atau 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian H3 ditolak.

Leverage menunjukkan risiko keuangan perusahaan karena dapat menunjukkan saldo awal dan mengetahui risiko tidak tertagihnya utang. Utang merupakan salah satu bentuk pendanaan dalam perusahaan. Namun, apabila utang dalam perusahaan berjumlah besar, maka justru akan berakibat pada memburuknya kondisi keuangan perusahaan. Tinggi rendahnya nilai *leverage* pada perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR karena tingkat utang perusahaan bukanlah hal yang utama, sedangkan pengungkapan CSR sendiri merupakan hal yang wajib dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawabnya terhadap lingkungan sekitarnya. Sehingga meskipun perusahaan mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi, perusahaan tersebut tetap harus melakukan aktivitas CSR dan mengungkapkannya. Hasil ini relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Reza & Rita (2021), Irham, dkk., (2018), dan Munsaidah, dkk (2016).

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil analisis regresi pada Tabel 7, diperoleh koefisien regresi untuk variabel ukuran perusahaan sebesar 0,031 dan nilai t hitung sebesar 7,088 dengan signifikansi sebesar 0,000. Dimana nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi (α)=5% atau 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian H4 diterima.

Perusahaan yang berukuran lebih besar biasanya akan lebih banyak melakukan pengungkapan CSR karena perusahaan tersebut biasanya mendapat lebih banyak sorotan dari masyarakat atau lingkungan sekitarnya. Selain itu, perusahaan yang lebih besar akan cenderung ingin terlihat baik di mata masyarakat dan lingkungan sekitarnya, salah satunya dengan melakukan aktivitas CSR dan mengungkapkan aktivitas CSR tersebut. Jika dilihat dari sisi tenaga kerja, dengan semakin banyaknya jumlah tenaga kerja yang dimiliki perusahaan, maka tekanan pada pihak manajemen untuk memperhatikan kepentingan tenaga kerja juga akan semakin besar. Sehingga program berkaitan dengan tenaga kerja yang merupakan bagian dari CSR, juga akan semakin banyak dilakukan oleh perusahaan. Hal ini berarti program CSR perusahaan akan semakin banyak dan akan diungkapkan dalam laporan tahunan (Sembiring, 2005). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Auliani (2019), Krisna (2016), dan Sha (2014). Hasil ini juga didukung dengan teori keagenan, yang menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga akan semakin besar. Sehingga perusahaan akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut.

Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil analisis regresi pada Tabel 7, diperoleh koefisien regresi untuk variabel umur perusahaan sebesar 0,000 dan nilai t hitung sebesar 0,565 dengan signifikansi sebesar 0,573. Dimana nilai signifikansi tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi (α)=5% atau 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian H5 ditolak.

Umur perusahaan bukan menjadi faktor penentu suatu perusahaan mengungkapkan aktivitas CSR-nya. Hal ini karena jika perusahaan tersebut mempunyai kesadaran untuk melakukan aktivitas CSR perusahaan dan mengungkapkan aktivitas CSR tersebut, maka perusahaan tersebut akan tetap melakukannya. Tidak peduli apakah perusahaan tersebut baru berdiri atau sudah lama berdiri. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian Prakoso (2020), Munsaidah, dkk (2016), dan Aprilliani (2017).

Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis regresi pada Tabel 7, diperoleh koefisien regresi untuk variabel pengungkapan CSR sebesar 0,582 dan nilai t hitung sebesar 2,547 dengan signifikansi sebesar 0,012. Dimana nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi (α)=5% atau 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian H6 diterima.

Dengan adanya pelaksanaan aktivitas dan pengungkapan CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan karena pasar akan memberikan apresiasi positif kepada perusahaan yang melakukan CSR yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi pengungkapan CSR ini sebagai salah satu keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan. Biasanya dalam pengambilan keputusan investasi, banyak investor yang juga memperhatikan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sulbahri (2021), Kesumastuti & Dewi (2021), serta R. Nurlela dan Islahuddin (2008). Pemikiran ini juga didukung dengan *stakeholder theory* yang berpandangan bahwa perusahaan harus melakukan pengungkapan sosial sebagai salah satu bentuk tanggung jawab kepada para *stakeholder*. Ketika perusahaan dapat memaksimalkan manfaat yang diterima *stakeholder*, maka akan timbul kepuasan bagi *stakeholder* yang nantinya akan membantu meningkatkan nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan, *leverage*, dan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Sedangkan *profitabilitas* dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan dengan karakteristik perusahaan (*profitabilitas*, pertumbuhan perusahaan, *leverage*, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan) sebagai variabel kontrol.

Namun penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu ini penelitian ini hanya menggunakan sampel data berupa perusahaan manufaktur yang terdaftar di ISSI, sehingga masih terjadi kurangnya variasi data penelitian. Rentang waktu penelitian ini juga tergolong singkat, yaitu hanya tiga tahun, sehingga datanya sangat terbatas. Selain itu, laporan tahunan pada beberapa perusahaan yang menjadi populasi juga tidak dilaporkan.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan jumlah sampel dengan melaksanakan pengujian yang tidak hanya dilakukan pada sektor manufaktur namun juga sektor lainnya yang terdaftar pada ISSI, seperti sektor pertambangan, aneka industri, properti, dan sektor lain lainnya, dan dapat memperbesar skala masa pengujian dengan menambahkan tahun-tahun setelahnya untuk menemukan hasil yang berbeda dari penelitian ini.

REFERENSI

- Ahmad, N.N.N dan Sulaiman, M. 2004. "Environmental Disclosures in Malaysian Annual Reports: A Legitimacy Theory Perspective." *The International Journal of Commerce and Management*, 14(1), 44-58.
- Auliani, R. 2019. "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan CSR Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI pada Tahun 2014-2016." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Vol. 8, No. 1*. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v1i2.886>
- Badjuri, A. 2011. "Faktor-Faktor Fundamental, Mekanisme Corporate Governance, Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam di Indonesia." *Dinamika Keuangan dan Perbankan*, 3(1), 38-54.
- Ekowati, L. 2014. "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Growth, dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan." *Universitas Trunojoyo Madura*.
- Ghozali, I. 2018. "Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 (Edisi 9)." Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hana, L.A., Prihatni, R., dan Purwohedi, U. 2023. "Pengaruh Agresivitas, Leverage, dan Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR." *Jurnal Akuntansi, Perpajakan dan Auditing*, Vol. 4, No. 2. <https://doi.org/10.21009/japa.0402.02>
- Irham, A.R., Yuliana, S., dan Widiyanti, M. 2018. "The Effect Firm Characteristic on Corporate Social Responsibility Disclosure in the Firms Listed in Indonesia Sharia Stock Index." *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah* Vol. 6 No. 3. <https://doi.org/10.22437/ppd.v6i3.5820>
- Jensen, M., C., dan W. Meckling. 1976. "Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure." *Journal of Finance Economic* 3:305- 360.
- Kesumastuti, M. A. R. M. dan 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>
- Krisna, A. D. 2016. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial." *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 18(2), 119-128. <https://doi.org/10.9744/jak.18.2.119-128>
- Munsaidah, S., Andini, R., dan 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*, Vol. 2 No.2.
- Oviliana, R., Wijaya, S., dan Subur. 2021. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, dan Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR." *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, Vol. 2.
- "PT Bursa Efek Indonesia." Diakses 26 April 2024. <https://www.idx.co.id/idx-syariah/indeks-saham-syariah/>.
- Putri. 2016. "Pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Moderasi." *vol. 14, no. 1, pp. 56-69*.
- Saputra, I., Rusmanto, dan Hikmah, I. 2021. "Pengaruh Umur Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility." *Dinamika Ekonomi Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(1).
- Sha, T. L. 2014. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI." *Jurnal Akuntansi*, 18(1), 86-98.
- Sulbahri, R.A. 2021. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan." *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* Vol. 16, No. 2, 2021, Hal. 215-226. <https://doi.org/10.30630/jam.v16i2.140>
- Sukenti, S., N. Hidayati, dan M.C. Mawardi. 2017. "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Growth terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013 – 2015)." *Universitas Islam Malang*.
- Wigrhayani, N. N. S. W. 2019. "Pengaruh Tipe Industri, Growth, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR." *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* Vol. 8, No. 8.
- Zanirah, D. N. 2015. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan." *Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang*.