

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. Sampel penelitian terdiri atas 20 perusahaan LQ-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan jumlah pengamatan sebesar 60 dan dipilih secara *purposive sampling*. Data laporan keuangan auditan dan laporan tahunan yang diperoleh dari *Indo-Exchange* (IDX).

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda (*Multiple Regression Analysis*) dengan variabel independen *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diproyeksi dengan CSRDI terhadap nilai perusahaan dan variabel moderating ROA, ROE, dan NPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan uji t dengan tingkat signifikan $< 0,05$ memberikan hasil bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. ROA tidak mampu memoderasi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Sedangkan ROE dan NPM mampu memoderasi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan ROE memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan, sedangkan NPM melemahkan pengaruh pengungkapan CSR dan nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat CSR (perusahaan semakin banyak melakukan pengungkapan item kegiatan sosial) maka akan semakin meningkatkan nilai perusahaan, dan ROE yang tinggi akan memperkuat pengaruh CSR dan nilai perusahaan.

Kata kunci : *corporate social responsibility*, profitabilitas, nilai perusahaan

ABSTRACT

This research is aimed to find out the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure to the firm value with profitability as the moderating variable. The research samples are 20 LQ-45 companies which are listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) and the numbers of observations are 60 and these companies have been selected by using purposive sampling. The audited financial statement data and annual report which has been obtained from Indo-Exchange (IDX).

The data analysis has been carried out by using multiple regressions analysis and independent variables Corporate Social Responsibility (CSR) which is proxied by the CSRDI to firm value and the moderating variables are ROA, ROE, and NPM. The result of the research shows that based on the result of t-test with its significant level <0.05 it shows that the CSR gives positive influence to the firm value. The ROA is unable to moderate the correlation between CSR and firm value. Meanwhile ROE and NPM is able to moderate the correlation between CSR and firm value.

It can be concluded from the result of the research that the CSR disclosure gives positive influence to the firm value and the ROE strengthens the influence of CSR to the firm value whereas the NPM weakens the influence of CSR disclosure and firm value. It means that when the level of CSR is getting high (the company conducts a lot of disclosure of social activity items), the firm value will get high as well, and high ROE will strengthen the influence of CSR and firm value.

Keywords: Corporate social responsibility, profitability, firm value