

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *moderating* pada perusahaan konstruksi BUMN yang terdaftar di BEI.

Sampel penelitian ini adalah perusahaan konstruksi BUMN yang terdaftar di BEI, periode yang digunakan adalah tahun 2015-2020 sebanyak 10 perusahaan. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik *sampling* dengan metode pengambilan sampel secara tidak acak tetapi berdasarkan atas tujuan dan pertimbangan atas kriteria tertentu. Analisis yang digunakan adalah *Moderated Regression Analysis* (MRA).

Hasil penelitian ini telah memenuhi syarat uji asumsi klasik dan uji kelayakan model, serta dilakukan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi. Diperoleh nilai t hitung untuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar -2,163, sedangkan untuk nilai t hitung profitabilitas sebesar -4,857. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa profitabilitas sebagai variabel *moderating* tidak mampu memperkuat pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas, Nilai Perusahaan



ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) on the firm value, meanwhile, profitability was the moderating variable at BUMN construction company listed in IDX.

The research sample used 10 BUMN construction companies listed in IDX in the 2015-2020 period. Furthermore, the sample collection technique of this research used purposive sampling i.e., a sampling method that was not random but based on objectives and considerations of determined criteria. Moreover, the research analysis used Moderated regression Analysis (MRA).

The result showed that this research had already fulfilled the classic assumption and feasibility model test, and also conducted the descriptive statistical analysis and regressions analysis. Moreover, the t count value for Corporate Social Responsibility (CSR) was -2,163, while, the t count value of profitability was -4,857. The research concluded that the disclosure variable of Corporate Social Responsibility (CSR) had a negative and significant effect on the firm value. The research result showed that profitability as the moderating variable was unable to strengthen the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure on the firm value effect of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure on the firm value.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), Profitability, Firm Value*

