

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of disclosure of corporate social responsibility (CSR) on firm value with the level of profitability as a moderating variable. The higher the CSR that is implemented, the company value will increase and the higher the level of profitability, the better CSR and company value. The current phenomenon shows that the market capitalization value of companies in Indonesia is mostly supported by shares that are members of business conglomerates, this has resulted in the decline in the value of the company's market capitalization from year to year. This study aims to examine the influence of disclosure of corporate social responsibility (CSR) on firm value with the level of profitability as a moderating variable. This study uses a sample of 25 manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) with an observation range of 2016 - 2018 or 75 observations (firm years). The method used in this research is descriptive and verification methods with a quantitative approach. Hypothesis testing is performed using simple linear regression analysis and Moderated Regression Analysis (MRA) to test the hypothesis. The results showed that disclosure of corporate social responsibility (CSR) has no effect on firm value. The level of profitability does not affect the relationship between disclosure of corporate social responsibility (CSR) and firm value.

Keywords : *Corporate social responsibility (CSR) disclosure, Company Value, Level of Profitability.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Corporate social responsibility (CSR) disclosure* terhadap nilai perusahaan dengan tingkat profitabilitas sebagai variabel *moderating*. Semakin tinggi CSR yang dilaksanakan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat dan semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin baik CSR dan nilai perusahaan. Fenomena yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa nilai kapitalisasi pasar perusahaan di Indonesia banyak ditopang saham yang tergabung dalam konglomerasi bisnis, hal ini mengakibatkan nilai kapitalisasi pasar perusahaan semakin menurun dari tahun-ketahun. Penelitian ini bertujuan untuk menguji besarnya pengaruh *corporate social responsibility (CSR) disclosure* terhadap nilai perusahaan dengan tingkat profitabilitas sebagai variabel moderating. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 25 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan rentang observasi 2016 - 2018 atau 75 pengamatan (*firm years*). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode analisis regresi linier sederhana dan *Moderated Regression Analysis (MRA)* untuk menguji hipotesis tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility (CSR) disclosure* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Tingkat profitabilitas tidak mempengaruhi hubungan antara *corporate social responsibility (CSR) disclosure* terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci : *Corporate social responsibility (CSR) disclosure, Nilai Perusahaan, Tingkat Profitabilitas.*