

## INTISARI

Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi investor secara maksimal apabila harga saham tersebut meningkat. Semakin banyak peningkatan harga saham sebuah perusahaan, maka semakin maksimal pula kemakmuran investor. Informasi mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu informasi penting yang perlu disampaikan kepada para investor karena dengan adanya pengungkapan informasi mengenai *corporate social responsibility* dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan. Perusahaan akan dapat melakukan aktivitas *corporate social responsibility* apabila perusahaan memiliki profitabilitas yang baik, sehingga semakin baik profitabilitas, aktivitas *corporate social responsibility* meningkat dan nilai perusahaan akan meningkat pula. Penelitian ini bertujuan menguji dampak pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dan dimoderasi dengan profitabilitas.

Sampel perusahaan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia). Dalam penelitian ini ditetapkan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang *representative*. Sesuai dengan kriteria yang diperoleh sampel 81 perusahaan manufaktur pada tahun 2015. Data ini merupakan data sekunder diperoleh dari Indonesia Stock Exchange ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)).

Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan teknik analisis linier berganda dengan alat bantu SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel penelitian terdistribusi normal, seluruh variabel bebas pada penelitian ini tidak ada masalah heteroskedastisitas didalam model regresi, dan tidak adanya gejala multikolinieritas dan tidak adanya masalah di autokorelasi.

Hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahawa: 1) Variabel *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 2) Variabel ROA berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 3) ROA memoderasi *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

## ABSTRAKSI

Pengungkapan informasi mengenai *corporate social responsibility* memiliki nilai strategis dalam membentuk image para *stakeholder* sehingga dapat meningkatkan legitimasinya, legitimasi pada *stakeholder* selanjutnya akan diwujudkan dalam merespon positif sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2015. Sedangkan sampel penelitian ini ditentukan dengan metode *purposive sampling* sehingga diperoleh 81 perusahaan sampel. Data yang digunakan adalah laporan keuangan dan laporan tahunan dari masing-masing perusahaan sampel, yang dipublikasikan melalui website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan termuat dalam *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD). Penelitian ini menggunakan alat uji statistik dengan metode analisis regresi linier berganda. Hasil ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas dapat memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

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