

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan, serta mengetahui apakah pengaruh tersebut dimediasi oleh manajemen laba dan profitabilitas sebagai variabel intervening. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) pada periode 2015-2016. Dengan teknik *purposive sampling* diperoleh sampel sebanyak 156 sampel. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi dengan *Path Analysis* dihitung melalui program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) pengungkapan CSR berpengaruh positif tidak signifikan terhadap manajemen laba; 2) pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas; 3) pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan; 4) manajemen laba berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan; 5) profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan; 6) manajemen laba bukan merupakan variabel intervening didalam menunjang pengaruh antara CSR terhadap nilai perusahaan; 7) profitabilitas bukan merupakan variabel intervening didalam menunjang pengaruh antara CSR terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility*, Manajemen Laba, Profitabilitas, Nilai Perusahaan

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the influence of Corporate Social Responsibility on corporate value, and to determine whether the influence is mediated by earnings management and profitability as an intervening variable. The population of this study are manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in the 2015-2016 period. With purposive sampling technique obtained 156 samples. The analysis technique used is regression with Path Analysis calculated through the SPSS program.

The results of the study show that: 1) CSR disclosure has a positive and not significant effect on earnings management; 2) CSR disclosure has a significant positive effect on profitability; 3) CSR disclosure has a significant positive effect on the corporate value; 4) earnings management has no significant negative effect on the corporate value; 5) profitability has a significant positive effect on the corporate value; 6) earnings management is not an intervening variable in supporting the influence of CSR on corporate value; 7) profitability is not an intervening variable in supporting the influence of CSR on corporate value.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Earnings Management, Profitability, Corporate Value