

ABSTRACT

This study aims to determine how the Corporate Social Responsibility Model Based on Corporate Social Responsibility Improvement in Manufacturing Companies in the Consumer Goods Industry Sector Going Public on the Indonesia Stock Exchange. The data used in this study are secondary data obtained from the IDX website with a research period from 2015-2018. Sampling was done by purposive sampling method. Disclosure of company value using Price to Book Value (PBV) and CSR disclosure using CSR index (CSRI). The analytical method in this study uses multiple regression analysis and moderation regression analysis. In this study the significance level used was 0.05. The results showed that the variable profitability, leverage, and CSR together had a significant influence on firm value. Based on the t test results obtained that the profitability and CSR variables significantly influence the value of the company, while the variable leverage as well as CSR does not significantly influence the value of the company. CSR as a moderating variable is able to moderate the effect of profitability and leverage on firm value.

Keywords: Profitability, Leverage, CSR, and Company Value.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah Model Peningkatan Nilai Perusahaan Berbasis Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari website IDX dengan periode penelitian dari tahun 2015-2018. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling. Pengungkapan nilai perusahaan menggunakan Price to Book Value (PBV) dan pengungkapan CSR menggunakan indeks CSR (CSRI). Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dan analisis regresi moderasi. Dalam penelitian ini tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 0,05. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, leverage, dan CSR secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil uji t diperoleh hasil bahwa variabel profitabilitas dan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel leverage secara serta CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. CSR sebagai variabel pemoderasi mampu memoderasi pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Profitabilitas, *Leverage*, CSR, dan Nilai Perusahaan.