

ABSTRACT

Corporate social responsibility program implemented by the company can increase the company's credibility and profits, but manufacturing companies have not yet carried out their social responsibility activities maximum. This study aims to empirically analyze the effect of corporate social responsibility disclosure on company value through profitability with institutional ownership as a moderating variable in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2013-2018. Corporate social responsibility is an independent variable in this study. The intervening variable used is profitability. The moderating variable used is institutional ownership. The dependent variable in this study is firm value.

This study uses secondary data sourced from financial reports, annual reports, and sustainable reports published through the Indonesia Stock Exchange. The samples used were 19 manufacturing sector companies during 6 year observation period. The sampling technique is done by purposive non random sampling method. The statistical method used is panel data regression. Data analysis and hypothesis testing techniques using Econometric Views.

The results of this study indicate that corporate social responsibility has a negative effect on profitability, corporate social responsibility moderated by institutional ownership has a positive effect on profitability, corporate social responsibility has no effect on firm value, corporate social responsibility moderated by institutional ownership has no effect on firm value, profitability positive effect on company value.

Keywords: *corporate social responsibility, profitability, institutional ownership, company value.*

ABSTRAK

Program *corporate social responsibility* yang dilaksanakan perusahaan bisa meningkatkan kredibilitas dan keuntungan perusahaan, tetapi perusahaan manufaktur belum melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan secara maksimal. Tujuan dari penelitiannya ialah menganalisa secara empiris pengaruh pengungkapan *CSR* pada nilai perusahaan melalui profitabilitas dengan kepemilikan institusional selaku variabel moderating pada perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI tahun 2013-2018. *CSR* adalah variabel bebasnya penelitian ini. Variabel interveningnya yaitu profitabilitas. Variabel moderatingnya ialah kepemilikan institusional. Variabel terikatnya dalam penelitian ini ialah nilai perusahaan.

Pada penelitian ini memakai data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan, laporan tahunan, dan laporan berkelanjutan yang dipublikasikan dari BEI. Sampel yang dipakai sejumlah 19 perusahaan sektor manufaktur selama 6 tahun periode observasi. Sampel penelitiannya ditentukan memakai metode *purposive non random sampling*. Metode statistik yang dipergunakan adalah analisa regresi data panel. Teknik analisis data dan menguji hipotesisnya menggunakan Econometric Views.

Hasil penelitiannya memperlihatkan jika *CSR* mempengaruhi secara negative pada profitabilitas, *CSR* yang dimoderasi oleh kepemilikan institusional mempengaruhi secara positif terhadap profitabilitas, *CSR* tidak mempengaruhi nilai perusahaan, *CSR* yang dimoderasi oleh kepemilikan institusional tidak mempengaruhi nilai perusahaan, profitabilitas mempengaruhi secara positif pada nilai perusahaan.

Kata Kunci : *corporate social responsibility*, profitabilitas, kepemilikan institusional, nilai perusahaan.