

## **ABSTRACT**

*Increasing the value of the company is an achievement in accordance with the wishes of the owners of the company, because with increasing company value, the welfare of the owners and investors will also increase. Factors of company characteristics and CSR are predicted to influence the increase in firm value. This study aims to examine the effect of company characteristics on firm value with Corporate Social Responsibility as a moderating variable. Data population are all manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016-2018. Sampling used a purposive sampling method and 355 company samples were obtained. This study uses secondary data from annual reports. Data were analyzed using The Structural Equation Modeling (SEM) 3.0 method. The results of this study indicate that profitability has a significant positive effect on firm value. Leverage has a significant negative effect on firm value. Company size has no significant positive effect on firm value. Liquidity has a significant negative effect on firm value. CSR is able to moderate or strengthen profitability, which has a positive and significant effect on firm value. CSR is not able to moderate or weaken the influence of leverage on firm value. CSR is able to moderate or strengthen company size and has a positive and significant effect on firm value. CSR is not able to moderate the effect of liquidity on firm value.*

**Keywords:** *Company Characteristics, Corporate Social Responsibility, Company Value, Manufacturing Companies, IDX.*

## ABSTRAK

Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik maupun investor juga akan meningkat. Faktor-faktor karakteristik perusahaan dan CSR diprediksi dapat mempengaruhi meningkatnya nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh karakteristik perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel *moderating*. Populasi data adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan diperoleh 355 sampel perusahaan. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari laporan tahunan. Data dianalisis menggunakan metode *The Structural Equation Modeling* (SEM) 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. *Leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. CSR mampu memoderasi atau memperkuat profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. CSR tidak mampu memoderasi atau memperlemah pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. CSR mampu memoderasi atau memperkuat ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. CSR tidak mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.

**Kata Kunci :** Karakteristik Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, Nilai Perusahaan, Perusahaan Manufaktur, BEI.

## INTISARI

Penelitian ini menguji tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap nilai perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel *moderating*. *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab social perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Terdapat 8 hipotesis dalam penelitian ini, yaitu: a) profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan b) *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan c) ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan d) likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan e) CSR dapat memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan f) CSR dapat memoderasi *leverage* terhadap nilai perusahaan g) CSR dapat memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan h) CSR dapat memoderasi likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menggunakan populasi data sekunder yang bersumber dari Bursa Efek Indonesia (BEI) yang terdiri dari seluruh perusahaan manufaktur di tahun 2016-2018. Dari 519 data amatan terdapat sebanyak 355 sampel perusahaan yang memenuhi kriteria. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan aplikasi SmartPLS 3.0.

Berdasarkan pengujian hipotesis dalam studi ini, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. *Leverage*

berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. CSR mampu memoderasi atau memperkuat profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. CSR tidak mampu memoderasi atau memperlemah pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. CSR mampu memoderasi atau memperkuat ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. CSR tidak mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.