

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS
SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa efek Indonesia Periode 2015-2017. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan tahunan yang diambil dari Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017. Jumlah populasinya 18 perusahaan dengan sampel penelitian 11 perusahaan selama 3 tahun, sehingga total sampel dalam penelitian ini berjumlah 33 yang diambil menggunakan metode *purposive sampling*. Metode analisis pada penelitian ini adalah *Moderated Regression Analysis* (MRA). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan *Statistic Product and Service Solution* (SPSS 21), menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderasi dapat memperkuat hubungan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci : *Corporate Social Responsibility*, profitabilitas, nilai perusahaan.

***EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE ON
COMPANY VALUE WITH PROFITABILITY AS MODERATING
VARIABLES***

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of the Corporate Social Responsibility influences the value of the company with profitability as a moderating variable on food and beverage industry companies. That are listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2014-2017 period. The data used is secondary data in the form of annual reports taken from the Indonesia Stock Exchange for the period 2015-2017. The total population is 18 companies with a sample of 11 companies for 3 years, so that the total sample in this study amounted to 33 taken using the purposive sampling method. Based on the results of research conducted using the Product and Service Solution Statistics (SPSS 21), it shows that CSR has a significant negative effect on firm value and profitability as a moderating variable that can strengthen CSR disclosure relationships with company values.

Keywords : Corporate Social Responsibility, profitability, firm value.