

ABSTRAK

Universitas Ngudi Waluyo
Fakultas Ekonomi Hukum Dan Humaniora
Skripsi, Februari 2023
Ratna Asti Aditya
181191015

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI PADA PERUSAHAAN MANUFATUR TAHUN 2021

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *corporate social responsibility* dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan apakah profitabilitas merupakan variabel moderasi antara CSR, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan. Sampel penelitian meliputi perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2021 sebanyak 30 emiten dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dalam penelitian ini berasal dari data sekunder yang diperoleh melalui teknik dokumenter. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR mempengaruhi nilai perusahaan, profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan, ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan dan profitabilitas dapat memoderasi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Saran dalam penelitian ini ditujukan bagi peneliti yang diharapkan lebih mendalami informasi tentang konsep CSR, profitabilitas dan nilai perusahaan, serta harus peka terhadap permasalahan yang berkembang saat ini. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan item yang lebih luas dan menambahkan variabel lain yang belum atau jarang diteliti. Bagi perusahaan dapat meningkatkan keuntungan sehingga nilai perusahaan meningkat dan menerangi pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan. Seorang investor harus lebih berhati-hati dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam suatu investasi yang tidak hanya terfokus pada besar kecilnya nilai perusahaan.

Kata Kunci : Corporate Social Responsibility (CSR), Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas

ABSTRAK

Universitas Ngudi Waluyo
Fakultas Ekonomi Hukum Dan Humaniora
Skripsi, Februari 2023
Ratna Asti Aditya
181191015

THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) AND COMPANY SIZE ON COMPANY VALUE WITH PROFITABILITY AS A MODERATION VARIABLE IN MANUFACTURING COMPANIES IN 2021

The purpose of this research is to find out whether corporate social responsibility and profitability affect firm value and whether profitability is a moderating variable between CSR, firm size, and firm value. The research sample includes 30 listed manufacturing companies on the IDX for the 2021 period using a purposive sampling technique. The data in this study comes from secondary data obtained through documentary techniques. Data analysis using multiple linear regression. The results of this study indicate that CSR affects firm value, profitability affects firm value, firm size influences firm value and profitability can moderate the relationship between CSR and firm value. Suggestions in this study are intended for researchers who are expected to be more in-depth information about the concept of CSR, profitability and corporate value, and must be sensitive to the problems that are currently developing. Future researchers can use a wider range of items and add other variables that have not been or are rarely studied. For companies to increase profits so that the value of the company increases and illuminates the importance of corporate social responsibility. An investor must be more careful in considering aspects that need attention in an investment that is not only focused on the size of the company's value.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Company Value, Company Size, Profitability