

**PERAN PROFITABILITAS SEBAGAI MODERATING VARIABEL DARI
PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PERUSAHAAN MANUFAKTUR
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA)**

OKTA PRASTIKA PRATOMO PUTRI

*Program Studi Akuntansi - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 212201001613@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility sekarang ini tidak dihadapkan pada kondisi keuangan saja, namun juga memperhatikan tentang masalah lingkungan dan sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas terhadap nilai perusahaan, serta peran profitabilitas sebagai variabel moderating dari pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2012 yang laporan tahunannya berisi tentang aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan dan dapat diakses melalui BEI yang menggunakan metode purposive sampling. Teknis analisis ini menggunakan analisis regresi dan analisis statistik.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa CSR tidak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan, serta Profitabilitas juga tidak berpengaruh dalam memperkuat hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Namun profitabilitas terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : Corporate Social Responsibility, Nilai Perusahaan, Profitabilitas.

**THE ROLE OF OF PROFITABILITY AS A MODERATING VARIABEL
OF EFFECT ON CORPORATE VALUE SOCIAL RESPONSIBILITY
(EMPIRICAL STUDY OF MANUFACTURING COMPANIES LISTED IN
INDONESIA STOCK EXCHANGE)**

OKTA PRASTIKA PRATOMO PUTRI

*Program Studi Akuntansi - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 212201001613@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility is not faced with the current financial situation, but also concerned about the environmental and social problems. The purpose of this study was to clarify the effect of CSR on firm value, profitability on firm value, as well as the profitability of the role of moderating variables influence of CSR on firm value.

The sample in this study is a manufacturing company that is listed on the Indonesia Stock Exchange in 2010-2012 the annual report describes the activities of corporate social responsibility and is accessible via IDX using purposive sampling method. Technical analysis uses regression analysis and statistical analysis.

The results of this study indicate that CSR is no proven effect on firm value, and profitability also had no effect in strengthening the relationship between CSR with corporate values. However profitabilitas shown to have a significant effect on firm value.

Keyword : Corporate Social Responsibility, Corporate Value, Profitability.