

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN
PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**(Studi pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia periode 2017-2019)**

ABSTRAK

Mekanisme untuk memperbaiki citra perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan adalah dengan memperbanyak buntut tanggungjawab yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungan atau lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility*. Saat ini tanggung jawab perusahaan sudah berkembang menjadi prinsip *triple bottom line*, yang mengarahkan perusahaan untuk tidak hanya fokus pada pencapaian profit saja, tetapi juga mampu menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) dan memberikan kontribusi dalam pengembangan masyarakat (*people*).

Sesuai dengan amanat UU, setiap perseroan terbatas yang kegiatannya memanfaatkan SDA wajib untuk melakukan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Oleh karena itu, perusahaan pertambangan wajib untuk melaksanakan TJSL atau CSR. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan menguji Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas sebagai variabel moderasi. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2019 yang berjumlah 47 perusahaan.

Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Moderated Regresion Analysis* (MRA). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran Perusahaan sebagai variabel moderasi tidak mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Nilai Perusahaan *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas.