

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

Abstrak

Nilai perusahaan yaitu pandangan serta pemikiran investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan saat ini maupun di masa yang akan datang. Nilai perusahaan di nilai sangat penting, karena menjadi patokan kinerja perusahaan. Para investor akan lebih berminat pada perusahaan yang mempunyai citra yang baik karena semakin baik perusahaan, maka loyalitas konsumen untuk membeli produk-produk perusahaan akan semakin tinggi. Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan diharapkan akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan sektor industri barang konsumsi.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018 – 2020. Sampel penelitian ini sebanyak 84 sampel pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah *Moderated Regression Analysis* (MRA).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. CSR tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan menggunakan variabel lain atau menambah variabel lain yang lebih relevan terhadap nilai perusahaan, seperti ukuran perusahaan dan kebijakan deviden.

Kata Kunci: Nilai Perusahaan, Profitabilitas, CSR

UNMAS DENPASAR