

ABSTRACT

The Effect of Profitability on Firm Value with Corporate Social Responsibility as a Moderating Variable

***(A Survey on Manufacturing Companies in the Consumer Goods Industry
Sector Listed on the Indonesia Stock Exchange 2019 - 2023)***

By:

Zulfikar Radya Putra

NIM. 213403160

Guide I : Euis Rosidah S.E., M.Ak.

Guide II : Wildan Dwi Dermawan S.E., M.Ak., Ak., CA.

This study aims to determine: (1) The disclosure of profitability, company value, and corporate social responsibility in manufacturing sector consumer good companies that are listed on the Indonesia Stock Exchange. (2) The effect of profitability on company value. (3) The effect of corporate social responsibility in moderating profitability on company value. The data used is secondary data obtained from the website www.idx.co.id. The sample used by the researcher consists of 6 companies in the consumer goods industry sector on the IDX. The analysis used was simple regression analysis and moderation regression analysis with the assistance of SPSS 27. The results of this study are as follows: (1) Profitability proxied by Return on Asset (ROA) has a minimum value at PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, while the maximum value is achieved by PT. Unilever Indonesia Tbk. Company value proxied by Price to Book Value (PBV) has a minimum value at PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, while the maximum value is achieved by PT. Unilever Indonesia Tbk. Corporate Social Responsibility has a minimum value, namely CSR disclosure carried out by PT. Unilever Indonesia Tbk, while the maximum value is achieved by CSR disclosure carried out by PT. H.M. Sampoerna Tbk. (2) Profitability does affect company value. This indicates that the level of profitability does influence company value. (3) Corporate Social Responsibility does not moderating the affect of profitability towards company value.

Keywords: *profitability, company value, Corporate Social Responsibility*

ABSTRAK

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

**(Survei pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang
terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019 - 2023)**

Oleh:

Zulfikar Radya Putra

NIM. 213403160

Pembimbing I : Euis Rosidah S.E., M.Ak.

Pembimbing II : Wildan Dwi Dermawan S.E., M.Ak., Ak., CA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengungkapan Profitabilitas, Nilai perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* dalam perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. (2) Pengaruh profitabilitas terhadap nilai Perusahaan. (3) Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dalam memoderasi profitabilitas terhadap nilai Perusahaan. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh melalui website www.idx.co.id. Sampel yang digunakan peneliti adalah sebanyak 6 perusahaan sektor industri barang konsumsi di BEI. Analisis yang digunakan merupakan analisis regresi sederhana dan analisis regresi moderasi dengan alat bantu SPSS 27. Hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Asset* (ROA) memiliki nilai minimum pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, sedangkan nilai maksimum dicapai oleh PT. Unilever Indonesia Tbk. Nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Price to Book Value* (PBV) memiliki nilai minimum pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, sedangkan nilai maksimum dicapai oleh PT. Unilever Indonesia Tbk. *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai minimum yaitu pengungkapan CSR yang dilakukan oleh PT. Unilever Indonesia, sedangkan nilai maksimum dicapai oleh pengungkapan CSR yang dilakukan oleh PT. H.M. Sampoerna Tbk. (2) Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa tinggi rendahnya profitabilitas akan mempengaruhi nilai Perusahaan. (3) *Corporate Social Responsibility* tidak memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

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