

ABSTRAK

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DAN EKSTERNALITAS SOSIAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Oleh

Cristina Lastarida Yuliana

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* pada nilai perusahaan dan mengetahui eksternalitas sosial dalam memoderasi pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada nilai perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016 – 2020 . Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data panel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan, Variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini disebabkan karena dalam pengungkapan CSR di setiap perusahaan memiliki perbedaan dan tidak memiliki standar yang baku dalam penyusunan, sehingga terdapat banyak perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI memiliki pengungkapan CSR yang rendah atau tidak secara rinci. Sedangkan variabel eksternalitas sosial tidak dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini disebabkan item yang diungkapkan dalam PROPER berbeda dengan apa yang ada di pengungkapan CSR. PROPER hanya berfokus pada pengelolaan lingkungan saja, namun CSR juga mengungkapkan pengembangan masyarakat dan karyawan, pemberdayaan masyarakat dan keselamatan konsumen yang tidak terdapat dalam pengungkapan kinerja lingkungan.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility (CSR)* , nilai perusahaan dan eksternalitas sosial