

## Abstraksi

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan mensejahterakan baik pihak *intern* perusahaan maupun pihak *ekstern* perusahaan. CSR akan menjadi informasi yang penting dan menguntungkan bagi perusahaan bila dilakukan dan diungkapkan secara berkelanjutan. Pengungkapan sosial bertujuan untuk memperlihatkan aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan dengan harapan mendapat respon positif dari *stakeholder* sehingga perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan serta menguji apakah kepemilikan manajemen dan ukuran perusahaan dapat memoderasi hubungan CSR dan nilai perusahaan. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2007 hingga 2009 dengan metode *purposive sampling*. Terdapat 20 perusahaan sampel yang memenuhi kriteria pemilihan sampel. Metode analisis yang digunakan adalah *moderated regression analysis*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajemen mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Namun interaksi CSR dengan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility* (CSR), nilai perusahaan, kepemilikan manajemen, dan ukuran perusahaan.

## **Abstract**

Social Responsibility (CSR) is a social activity undertaken by the company with the purpose of both parties prosper the company's internal and external company. CSR will become an important and beneficial information for the company when it's done and make a disclosure on going basis. Social disclosure purpose to demonstrate the social activities undertaken by the company in hopes of getting a positive response from stakeholders so that the company can increase shareholder value.

This study purpose to examine the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) on corporate value and to test whether management ownership and firm size may moderate the relationship of CSR and corporate value. The samples are manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange in 2007 until 2009 with a purposive sampling method. There is a sample of 20 companies that meet the criteria of sample selection. The analytical method used is moderated regression analysis.

The results of this study show the influence of CSR on firm value. Ownership management could moderate the influence of CSR on firm value. However, CSR interaction with firm size has no effect on firm value.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility (CSR), corporate value, management ownership, and firm size.