ABSTRAK

Pelaksanaan *corporate social responsibility* berkaitan erat dengan keberlansungan perusahaan. CSR dapat dimanfaatkan untuk memaksimalkan nilai pemegang saham, strategi untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam jangka panjang, serta sebagai media pemasaran. Untuk mencapai hal tersebut maka setiap kegiatan CSR perlu diungkapkan kepada pemegang saham.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi data yang bersumber pada laporan keuangan, laporan tahunan, dan laporan berkelanjutan yang dipublikasikan melalui Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan pengumpulan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* didapatkan jumlah sampel dari penelitian ini sebanyak 6 perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia sub sektor Telekomunikasi tahun 2010-2014.

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan *software Eviews 8.0*, secara simultan variabel independen yang terbagi atas pengungkapan CSR, profitabilitas, dan interaksi CSR dengan profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial, didapatkan hasil yang menunjukkan variabel pengungkapan CSR berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan, kemudian variabel profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan interaksi antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas tidak berpengaruh atau tidak memoderasi dalam hubungan antara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian, naiknya pengungkapan CSR akan berpengaruh pada nilai perusahaan karena semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan akan berpengaruh pada semakin tingginya beban CSR perusahaan sehingga akan menurunkan laba perusahaan, kemudian akan menurunkan minat investor untuk membeli saham perusahaan sehingga akan mengakibatkan pada turunnya nilai perusahaan. Kemudian naiknya profitabilitas perusahaan akan ikut menaikkan nilai perusahaan karena akan menarik minat investor untuk membeli saham perusahaan. Sedangkan interaksi antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas tidak dapat memoderasi dalam hubungan antara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan. Dengan kata lain, naiknya profitabilitas perusahaan tidak akan memperkuat hubungan antara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan, dan sebaliknya menurunnya profitabilitas perusahaan juga tidak akan memperlemah hubungan antara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan.

Kata Kunci : pengungkapan CSR; profitabilitas; nilai perusahaan.