

ABSTRAK

Pada umumnya perusahaan didirikan dengan tujuan memperoleh laba yang maksimal, kesejahteraan pemegang saham dan meningkatkan nilai perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan mencerminkan keberhasilan manajemen sehingga perusahaan mendapatkan kepercayaan para pemegang saham. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021 baik secara simultan maupun parsial.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* dan diperoleh sebanyak 10 sampel dalam kurun waktu pengamatan selama 4 (empat) tahun sehingga didapat 40 total sampel penelitian. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis Regresi Data Panel dan *Moderate Regression Analysis* (MRA). Pengolahan data menggunakan *software Eviews 12*.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa secara simultan *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara parsial *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, secara parsial variabel moderasi ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Tetapi ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi antara pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Namun demikian, variabel *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan memiliki kemampuan 85% menjelaskan variabel nilai perusahaan.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan