

The Influence of Corporate Social Responsibility to Firm Value With Leverage as A Moderating Variable

Rikza Fahrnisia

Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
UPN “Veteran” Yogyakarta

ABSTRACT

Entire companies in Indonesia increasingly required to provide transparent information on their social activities . So there is the issue of Corporate Social Responsibility (CSR) in recent years increasingly discussed with increasing awareness of the company to disclose its social activities. Corporate Social Responsibility (CSR) is a commitment of the company or the business world to participate in the sustainable economic development that takes into account corporate social responsibility and focuses on the balance between attention to aspects of economic, social , and environmental.

The aims of this research are to know ;1) the influence of corporate social responsibility (CSR) Disclosure to firm value,and, 2) the influence of leverage as the moderating variables in relation between corporate social responsibility and firm value. The research sample is mining sector in period 2013, 2014, 2015 by using purposive sampling method. There are 95 companies fulfilling criterion as this research sample. The research data was analyzed using moderated regression analysis with SPSS version 22.

The results of this research showed that corporate social responsibility had a effect on firm value. Leverage for moderating proxies by debt to equity ratio were not a moderating variable in relation between CSR and firm value

Keyword: corporate social responsibility (CSR) Disclosure, Firm value, Leverage

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Leverage* Sebagai Variabel Moderasi

Rikza Fahrurisa

Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
UPN “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAK

Seluruh perusahaan di Indonesia semakin dituntut untuk memberikan informasi yang transparan atas aktivitas sosialnya. Sehingga terdapat isu mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam beberapa tahun ini yang semakin diperbincangkan seiring bertambahnya kesadaran dari pihak perusahaan untuk mengungkapkan kegiatan sosial perusahaannya. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk ikut serta dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan yang memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek- aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan, dan , 2) pengaruh leverage sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan. Sampel penelitiannya yaitu pada sektor pertambangan periode 2013, 2014, 2015 dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Terdapat 95 perusahaan yang memenuhi kriteria pengambilan sampel penelitian ini. Data penelitian yang dianalisis dengan menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan SPSS versi 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. *Leverage* sebagai variabel moderasi dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) tidak dapat memoderasi dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Nilai Perusahaan, *Leverage*