

RINGKASAN

Saat ini, di berbagai negara, banyak perusahaan yang mempraktikkan Corporate Social Responsibility (CSR). CSR merupakan bentuk komitmen perusahaan untuk membangun perekonomian yang berkelanjutan dengan berbagai aspek seperti ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hal ini dibuktikan dengan adanya CSR akan meningkatkan nilai perusahaan dan meningkatkan citra perusahaan dikalangan investor, masyarakat, dan pihak-pihak yang terkait terutama pada Bank Konvensional yang menangani nasabah secara langsung, sehingga tingkat peluang perusahaan akan semakin positif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial bank konvensional terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan data sekunder yang berasal dari laporan keuangan yang berada di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. Sampel perusahaan berjumlah 23 perusahaan selama periode 3 tahun menjadi total 69 perusahaan.

Dalam penelitian ini, sampel data adalah bank konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2018 dengan jumlah sampel sebanyak 69 perusahaan yang dipilih berdasarkan metode purposive sampling yang memenuhi kriteria sebagai sampel dalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purpose sampling dan teknik analisis data melalui analisis linier berganda menggunakan SPSS.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat keterikatan yang signifikan dan memiliki hubungan yang positif antar variabel penelitian. Variabel independen (CSR) yang berpengaruh positif terhadap variabel dependen (nilai perusahaan) dan variabel moderasi (profitabilitas) berpengaruh positif terhadap variabel independen dan dependen. Pada penelitian ini masih terbatas, untuk itu penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan jumlah tahun penelitian, menambahkan jumlah bank konvensional, dan menambahkan bank daerah bukan hanya bank konvensional secara nasional atau internasional.

Kata Kunci: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), Nilai Perusahaan, Profitabilitas.

ABSTRACT

Currently, in various countries, many companies are practicing Corporate Social Responsibility (CSR). CSR is a form of company's commitment to building a sustainable economy with various such as economic, social and environmental aspects. This is evidenced by the existence of CSR which increase the value of the company and enhance the company's image among investors, the public, and related parties, especially at Conventional Banks which handle customers directly, so that the level of company opportunities will be even more positive.

This study aims to analyze the effect of conventional bank social responsibility disclosure on firm value and profitability as moderating variables. This research is a quantitative study with secondary data derived from financial reports on the Indonesia Stock Exchange for the period 2016-2018. The sample of companies is 23 companies over a period of 3 years to a total of 69 companies.

In this study, the sample data were conventional banks listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2016-2018 period with a total sample of 69 companies selected based on the purposive sampling method that met the criteria for the sample in this study. The sampling technique used was purposive sampling and data analysis techniques through multiple linear analysis using SPSS.

The results of this study indicate that there is a significant relationship and have a positive relationship between the research variables. The independent variable (CSR) has a positive effect on the dependent variable (firm value) and the moderating variable (profitability) has a positive effect on the independent and dependent variables. This research is still limited, therefore further research is expected to add the number of years of research, add the number of conventional banks, and add regional banks not only national or international conventional banks.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Corporate Value, Profitability.