

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi. Penelitian ini didasarkan pada latar belakang bahwa ketiga variabel tersebut memiliki potensi untuk mempengaruhi nilai perusahaan secara langsung maupun tidak langsung, serta adanya peran moderasi dari ukuran perusahaan yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh tersebut. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020–2022. Metode analisis yang digunakan meliputi regresi linier berganda dengan pengujian moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan Profitabilitas dan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan CSR berpengaruh negatif. Selain itu, ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi memperkuat hubungan antara CSR, profitabilitas dan *leverage* dengan nilai perusahaan. Temuan ini memberikan kontribusi kepada perusahaan dan pemangku kepentingan dalam memahami pentingnya pengungkapan CSR, profitabilitas dan *leverage* dalam meningkatkan nilai perusahaan, terutama pada perusahaan besar.

Kata Kunci : CSR, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure, profitability, and leverage on firm value, with firm size as a moderating variable. The research is based on the premise that these three variables have the potential to influence firm value either directly or indirectly, and that firm size may moderate these effects by strengthening or weakening the relationships. The data used in this study consist of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2020–2022 period. The analytical method employed is multiple linear regression with moderation testing. The results show that profitability has a positive and significant effect on firm value, while CSR disclosure has a negative effect. Furthermore, firm size as a moderating variable strengthens the relationship between CSR, profitability, and leverage with firm value. These findings contribute to companies and stakeholders by enhancing the understanding of the importance of CSR disclosure, profitability, and leverage in increasing firm value, particularly in large companies.

Keywords: *CSR, Profitability, Leverage, Firm Size, Firm Value*

