

ABSTRAK

Dalam menjaga eksistensi perusahaan di dunia bisnis, perusahaan tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Perusahaan dan pelaku bisnis semakin dituntut agar tidak hanya berorientasi dalam memaksimalkan laba tetapi mampu memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan dengan mengembangkan apa yang disebut dengan *Corporate Social Responsibility*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengungkapan CSR berpengaruh dengan nilai perusahaan dengan menggunakan metode analisis regresi sederhana. Selain itu dalam penelitian ini juga menggunakan *Market Value Added* (MVA) sebagai variabel moderasi untuk mengetahui apakah MVA dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan dengan menggunakan metode analisis *Moderate Regression Analysis* (MRA). Pada penelitian ini terdapat tiga sampel perusahaan sektor transportasi dan infrastruktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011 sampai dengan 2015, yaitu Samudera Indonesia, Mitra International Resources, dan Garuda Indonesia.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dimana nilai signifikansi sebesar 0.681 lebih besar dari 0.05 dengan perolehan R square sebesar 0.013 atau 1.3% yang mana sisanya yaitu 98.7% dipengaruhi oleh variabel lain. Disamping itu, penelitian ini juga menyatakan bahwa *Market Value Added* (MVA) tidak berhasil memoderasi hubungan antara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan, artinya pengungkapan CSR tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat MVA perusahaan tinggi dan sebaliknya.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Market Value Added* (MVA), nilai perusahaan.