

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating. Sampel pada penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk tahun 2006 sampai dengan tahun 2008 yang menerbitkan laporan keuangan secara lengkap, melaporkan tanggung jawab sosial perusahaan, dan dipublikasikan di *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD). Metode analisis yang dipakai adalah *Ordinary Least Square* (OLS) atau regresi linear sederhana dan regresi linear berganda dengan model *Moderated Regression Analysis* (MRA).

Penelitian ini memperoleh hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajemen tidak dapat bertindak sebagai variabel moderating dalam hubungannya antara variabel *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan. Hasil pada penelitian ini juga menunjukkan bahwa variasi nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel *Corporate Social Responsibility*, kepemilikan manajemen dan interaksi antara variabel *Corporate Social Responsibility* dengan kepemilikan manajemen.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, Nilai Perusahaan , dan Kepemilikan Manajemen.

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of corporate social responsibility towards the firm value with management ownership as a moderating variable. The sample in this research are all companies listed on Indonesian Stock Exchange for period of 2006 through 2008 who published the complete financial statements, corporate social responsibility reports, and published in Indonesian Capital Market Directory (ICMD). The analytical method used are Ordinary Least Square (OLS) and multiple regression with Moderated Regression Analysis (MRA).

The result of this research shows that corporate social responsibility significantly affect to firm value. Managerial ownership is unable to act as a moderating variable in relation between corporate social responsibility and corporate value. The results of this study also showed that the variation of firm value can be explained by variables of corporate social responsibility, management ownership and interaction between corporate social responsibility with management ownership.

Key Words: *Corporate Social Responsibility, Firm value, and Management Ownership.*