

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Sutriningsih¹, Eti Susanti²

^{1,2}STIE 45 Mataram, Jl. Tawak-Tawak, Mataram, Nusa Tenggara Barat, Indonesia
Email: sutrin73@gmail.com

Article History

Received: 08-06-2026

Revision: 25-06-2026

Accepted: 28-06-2026

Published: 30-06-2026

Abstract. This study aims to analyze the influence of corporate social responsibility and capital structure on firm value in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2015–2017 period. This study uses a quantitative approach with a causality research type. The data used are secondary data obtained from annual reports and company financial statements, collected through documentation techniques. The study population includes all manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange, with the sample determined using a purposive sampling technique, resulting in 108 sample units that meet the research criteria. Data analysis was conducted using multiple linear regression to test the influence of independent variables on the dependent variable. The results of the study indicate that corporate social responsibility disclosure has a positive and significant effect on firm value, as well as capital structure, which is proven to have a significant effect on firm value. These findings provide an empirical contribution in strengthening evidence that non-financial policies, particularly corporate social responsibility disclosure, along with appropriate funding structure management, play an important role in increasing market perception of firm value. The results of this study are expected to be a consideration for company management in formulating strategic policies oriented towards increasing firm value in a sustainable manner.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Capital Structure, Company Value

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* dan struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015–2017. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausalitas. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan, yang dikumpulkan melalui teknik dokumentasi. Populasi penelitian mencakup seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dengan penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* sehingga diperoleh 108 unit sampel yang memenuhi kriteria penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, demikian pula struktur modal yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini memberikan kontribusi empiris dalam memperkuat bukti bahwa kebijakan nonkeuangan, khususnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, bersama dengan pengelolaan struktur pendanaan yang tepat, berperan penting dalam meningkatkan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam merumuskan kebijakan strategis yang berorientasi pada peningkatan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, Struktur Modal, Nilai Perusahaan

How to Cite: Sutriningsih & Susanti, E. (2026). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *HORIZON: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 4 (3), 3354-3364. <http://doi.org/10.54373/hijm.v4i3.6535>

PENDAHULUAN

Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam beberapa tahun terakhir menjadi perhatian utama, khususnya pada perusahaan-perusahaan besar yang terdaftar di pasar modal. Fenomena ini tidak hanya dipicu oleh meningkatnya tuntutan pemangku kepentingan terhadap akuntabilitas sosial dan lingkungan perusahaan, tetapi juga oleh kesadaran bahwa CSR dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Praktik pengungkapan CSR diyakini mampu meningkatkan citra perusahaan, memperkuat *brand image*, serta memengaruhi persepsi investor yang tercermin pada pergerakan harga saham dan nilai perusahaan secara keseluruhan. Dalam konteks ini, *corporate social responsibility* dipahami sebagai bentuk komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam mengurangi kesenjangan sosial dan dampak kerusakan lingkungan yang timbul akibat aktivitas operasional perusahaan (Basalamah & Jermias, 2005).

Dari sudut pandang ekonomi, perusahaan cenderung mengungkapkan informasi tertentu apabila informasi tersebut dipersepsikan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Basalamah dan Jermias (2005) menyatakan bahwa pengungkapan informasi, termasuk CSR, dilakukan secara strategis ketika manfaat ekonomis yang diperoleh perusahaan lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Sejalan dengan pandangan tersebut, Kiroyan (2006) menegaskan bahwa perusahaan yang menerapkan *corporate social responsibility* mengharapkan legitimasi sosial dari masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya, sehingga dapat mendukung keberlanjutan kinerja keuangan perusahaan dalam jangka panjang. Dengan demikian, CSR tidak semata-mata dipandang sebagai kewajiban moral, melainkan sebagai investasi strategis yang berpotensi memberikan respons positif dari investor dan kreditur, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Urgensi pengungkapan CSR semakin kuat ketika dikaitkan dengan upaya perusahaan dalam menjaga keberlanjutan usaha. Semakin banyak program CSR yang dijalankan, semakin besar pula peluang perusahaan untuk membangun hubungan harmonis dengan masyarakat sekitar. Hubungan yang baik ini menjadi modal sosial yang penting, karena dapat menciptakan dukungan terhadap aktivitas operasional perusahaan dan meminimalkan potensi konflik sosial. Dalam jangka panjang, kondisi tersebut berkontribusi pada stabilitas usaha dan peningkatan nilai perusahaan. Sejumlah penelitian empiris telah membuktikan adanya pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Suhardjanto (2010), misalnya, menemukan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diukur menggunakan rasio *Tobin's Q* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Selain CSR, faktor lain yang tidak kalah penting dalam menentukan nilai perusahaan adalah struktur modal. Struktur modal menggambarkan proporsi pendanaan perusahaan yang berasal dari utang (*debt financing*) dan modal sendiri (*equity financing*). Fahmi (2016) menjelaskan bahwa struktur modal merupakan bagian dari keputusan keuangan yang kompleks, karena perusahaan tidak hanya mengandalkan modal sendiri, tetapi juga memanfaatkan dana pinjaman dalam membiayai aktivitas operasional dan investasinya. Kebijakan struktur modal yang tepat diyakini mampu meningkatkan produktivitas dan kinerja perusahaan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Kusumajaya, 2011 dalam Nadillah, 2017).

Teori struktur modal menekankan bahwa keputusan pendanaan perusahaan bertujuan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan dengan meminimalkan biaya modal. Salah satu indikator yang umum digunakan untuk mengukur struktur modal adalah *Debt to Equity Ratio* (*DER*), yaitu rasio yang membandingkan total utang dengan total ekuitas. Menurut Kasmir (2014), *Debt to Equity Ratio* digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menjamin seluruh kewajibannya dengan modal yang dimiliki. Nilai *DER* yang tinggi menunjukkan proporsi utang yang lebih besar dibandingkan modal sendiri, sehingga dapat meningkatkan risiko keuangan perusahaan. Oleh karena itu, struktur modal menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam menilai kelayakan dan prospek suatu perusahaan.

Nilai perusahaan sendiri mencerminkan ekspektasi pasar terhadap kinerja perusahaan di masa depan. Nilai ini dapat dipahami sebagai nilai kini dari laba yang diharapkan, yang dihitung dengan tingkat diskonto tertentu. Nilai perusahaan juga sering diartikan sebagai ukuran keberhasilan manajemen dalam mengelola fungsi-fungsi keuangan perusahaan, baik yang tercermin pada harga pasar ekuitas maupun nilai pasar total aset perusahaan. Tujuan jangka panjang perusahaan pada dasarnya adalah mengoptimalkan nilai perusahaan dengan mengelola berbagai keputusan strategis, termasuk pengungkapan CSR dan kebijakan struktur modal.

Berdasarkan uraian tersebut, meskipun penelitian mengenai pengaruh *corporate social responsibility* dan struktur modal terhadap nilai perusahaan telah banyak dilakukan, hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan temuan yang beragam dan cenderung terpisah. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian simultan pengaruh pengungkapan CSR dan struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam periode tertentu, sehingga diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Oleh karena itu, permasalahan penelitian dirumuskan sebagai berikut: (1) apakah pengungkapan

corporate social responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan (2) apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013), pendekatan kuantitatif adalah pendekatan dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dengan analisis yang bersifat statistik yang memiliki tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan serta hubungan variabel terhadap objek yang diteliti bersifat kausal. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori (*explanatory research*) yaitu penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya (Umar, 2003) Penelitian ini dilakukan dengan mengambil data di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui situs web www.idx.co.id.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2017. Alasan digunakan perusahaan manufaktur adalah dikarenakan perusahaan manufaktur memiliki jumlah perusahaan terbesar. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu. Variabel independen (terikat) dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* dan struktur modal.

Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2020), Menyatakan bahwa analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (nilai perusahaan)

a = konstanta

b = koefisien regresi yang menunjukkan angka perubahan pada variabel terikat yang mempunyai akibat perubahan variabel bebas

X1 = Variabel bebas (Pengungkapan CSR)

X2 = Variabel bebas (Struktur modal)

e = error (factor lain atau residu yang mempengaruhi variabel terikat)

Uji Normalitas Data

Menurut Ghozali (2018), uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi variabel independen dan dependennya berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal yaitu distribusi

tidak menyimpang kekiri atau kekanan (Kurvanormal) dalam program aplikasi SPSS dengan taraf probabilitas (sig) 0,05.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antarvariabel bebas. Model regresi yang baik memiliki model yang di dalamnya tidak terjadi korelasi antarvariabel bebasnya. Uji multikolinearitas dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF).

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2018), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Uji heteroskedastisitas untuk menguji terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas maka dilihat dari koefisien korelasi rank Spearman antara masing-masing variabel bebas dengan variabel pengganggu, yaitu jika tiap variabel bebas memiliki nilai (sig) > 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan begitupula sebaliknya. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas itu dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi dengan residunya.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi (Ghozali, 2006). Jika terjadi korealsi maka dinamakan ada problem autokorelasi.

Uji Hipotesis

Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali nilai yang mendekati satu menyatakan variabel-variabel independen memberikan pernyataan yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen (Roswirman & Elazhari, 2022). Rumus Koefisien determinasi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen (bebas) secara bersama terhadap variabel dependen (terikat). Uji statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya. Apabila nilai F hitung lebih besar daripada F tabel, maka dapat dikatakan bahwa semua variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2016).

Uji Signifikasi Parsial (Uji-t)

Uji statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016). Pengujian dilakukan dengan satu arah (*one tailed*) dengan kriteria jika setengah nilai signifikansi (sig) lebih kecil dari α 0,05 dan nilai t statistik lebih tinggi daripada t tabel maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel-variabel dependen.

HASIL

Hasil Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil output diagram plot

		Unstandardized Residual
N		108
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,44897665
Most Extreme Differences	Absolute	,070
	Positive	,070
	Negative	-,041
Test Statistic		,070
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel di atas, nilai Asymp.Sig.(2-tailed) sebesar 0,200, yang lebih besar dari 0,05, menunjukkan bahwa data residual terdistribusi secara normal. Artinya, uji normalitas, yang merupakan salah satu persyaratan penting untuk analisis regresi linier, telah dipenuhi. Uji normalitas penting dilakukan karena uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residu mengikuti distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S).

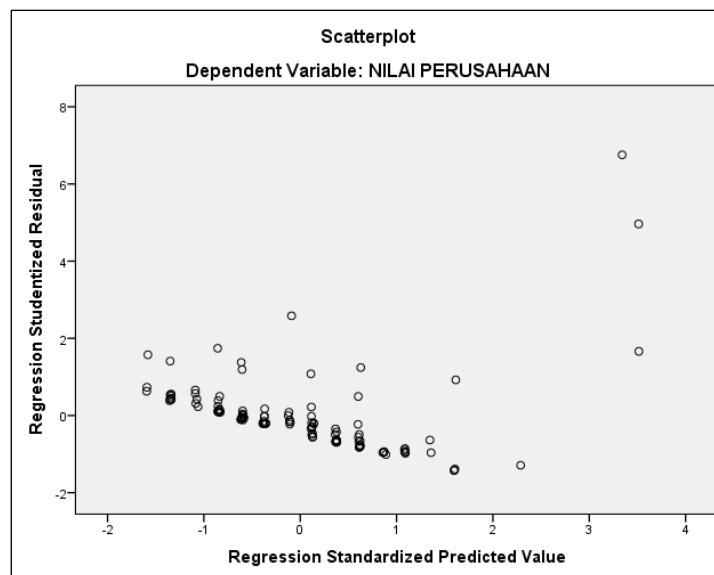
Hasil Uji Multikorelinearitas

Tabel 2. Hasil uji multikorelinearitas

Model	Colinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
1	Constanta	,949
	CSR	1,054
	SM	1,118
	CSR	,894
	SM	,890
		1,123

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai tolerance untuk variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) adalah sebesar 0,949 dan variabel struktur modal adalah sebesar 0,894. Untuk perhitungan nilai VIF pada variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) adalah sebesar 1,054 dan variabel struktur modal sebesar 1,118. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,10 dan tidak terdapat variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat masalah multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji Heterokedastisitas



Gambar 1. Grafik *Scatterplots*

Berdasarkan grafik scatterplots di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi ini layak untuk dipakai.

Uji Autokorelasi

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	,060a	,004	-,025	1,03304	1,465

Berdasarkan hasil di atas Nilai DW sebesar 1,456 lebih besar dari batas atas (du) 1,59 dan kurang dari 4-1,59 (4-du), sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil ini menolak H0 yang menyatakan bahwa tidak ada autokorelasi positif atau negatif.

Pengujian Hipotesis H1 dan H2

Tabel 4. Hasil uji hipotesis

Hipotesis	Hubungan Variabel	Arah Hubungan +/-	t statistik	t-tabel	Sig	Kesimpulan
H1	CSR ke Nilai Perusahaan	0,008	0,003	1,660	0,997	H0 Diterima H1 Ditolak
H2	Struktur Modal ke Nilai Perusahaan	0,084	0,545	1,660	0,587	H0 Diterima H1 Ditolak

Hipotesis ketiga (H1) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa t-statistik untuk pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan adalah sebesar 0,003 lebih kecil dari nilai t tabel 1,660 dengan nilai signifikansi 0,997 di atas α 0,05 (*one-tiled*). Maka berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sehingga H1 di tolak. Hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa t-statistik untuk pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan adalah sebesar 0,545 lebih kecil dari t tabel sebesar 1,660 dengan nilai signifikansi 0,587 lebih besar dari α 0,05 (*one-tiled*). Sehingga dapat disimpulkan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, atau H2 ditolak.

DISKUSI

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara konseptual, hasil ini dapat dijelaskan melalui teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan berupaya memperoleh dukungan sosial dengan menyesuaikan aktivitas operasional dan pengungkapan informasinya

terhadap nilai dan norma yang berlaku di masyarakat. Ketika perusahaan secara konsisten mengungkapkan aktivitas *CSR*, perusahaan dipersepsikan lebih bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan, sehingga memperoleh legitimasi publik yang pada akhirnya tercermin dalam peningkatan nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan pandangan Kiroyan (2006) yang menyatakan bahwa pengungkapan *CSR* merupakan strategi perusahaan untuk memperoleh legitimasi sosial sekaligus menjaga keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Selain itu, temuan ini juga mendukung perspektif *stakeholder theory*, yang menekankan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada pemangku kepentingan lain seperti masyarakat, karyawan, pemerintah, dan lingkungan. Pengungkapan *CSR* yang memadai memberikan sinyal positif kepada para *stakeholder* bahwa perusahaan dikelola secara etis dan berorientasi pada keberlanjutan. Sinyal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor dan mendorong keputusan investasi yang lebih positif, sehingga berimplikasi pada peningkatan nilai perusahaan. Hasil ini konsisten dengan penelitian Suhardjanto (2010) yang menemukan bahwa pengungkapan *CSR* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang diukur menggunakan *Tobin's Q* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Di sisi lain, struktur modal yang diproksikan dengan *debt to equity ratio (DER)* menunjukkan pengaruh terhadap nilai perusahaan. Temuan ini dapat dikaitkan dengan teori struktur modal yang menjelaskan bahwa keputusan pendanaan perusahaan memiliki implikasi langsung terhadap risiko dan pengembalian yang diterima investor. Penggunaan utang yang proporsional dapat memberikan manfaat berupa *tax shield*, namun penggunaan utang yang berlebihan justru meningkatkan risiko kebangkrutan dan beban keuangan perusahaan. Oleh karena itu, struktur modal yang tidak dikelola secara optimal dapat menurunkan persepsi investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan, sehingga berdampak pada nilai perusahaan. Penjelasan ini sejalan dengan pandangan Fahmi (2016) yang menyatakan bahwa struktur modal merupakan keputusan keuangan yang kompleks dan sangat menentukan kinerja serta nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini juga mendukung argumen Kasmir (2014) yang menyebutkan bahwa *DER* merupakan indikator penting bagi investor dalam menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Investor cenderung berhati-hati terhadap perusahaan dengan tingkat utang yang tinggi karena berpotensi menurunkan stabilitas keuangan perusahaan. Dengan demikian, struktur modal menjadi faktor strategis yang perlu dikelola secara hati-hati agar dapat meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa nilai perusahaan tidak hanya ditentukan oleh faktor keuangan semata, tetapi juga oleh faktor non-keuangan seperti pengungkapan CSR. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa integrasi antara kinerja keuangan dan tanggung jawab sosial merupakan pendekatan yang relevan dalam meningkatkan nilai perusahaan di era bisnis modern. Dibandingkan dengan penelitian terdahulu, penelitian ini memberikan kontribusi dengan menguji pengaruh CSR dan struktur modal secara simultan pada perusahaan manufaktur di Indonesia, sehingga memberikan gambaran empiris yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan dalam konteks pasar berkembang.

KESIMPULAN

Fenomena yang diperoleh dan hasil uji secara empiris yang telah dilakukan factor factor yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan adalah pengungkapan CSR. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh pengungkapan CSR dan struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Penelitian ini juga memberikan bukti empiris yang mendukung teori stakeholder, legitimasi, keagenan, teori sinyal dan beberapa hasil penelitian sebelumnya. Semakin banyak perusahaan melakukan CSR, maka semakin tinggi citra atau nilai perusahaan tersebut. Berdasarkan simpulan maka saran penelitian adalah pengungkapan CSR di Indonesia yang masih kurang sebaiknya ditingkatkan, bagi perusahaan yang konsisten melakukan dan mengungkapkan CSR yang bermanfaat bagi masyarakat sebaiknya memberikan penghargaan yang sesuai sehingga memberikan rangsangan bagi perusahaan yang belum melakukan CSR.

REFERENSI

- Agustina. (2013). *Pengaruh profitabilitas dan pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan* (Skripsi). Universitas Negeri Padang.
- Basalamah, A. S., & Jermias, J. (2005). Social and environmental reporting and auditing in Indonesia: Maintaining organizational legitimacy? *Gadjah Mada International Journal of Business*, 7(1), 109–127.
- Fahmi, I. (2016). *Pengantar manajemen keuangan: Teori dan soal jawab*. Alfabeta.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasmir. (2014). *Analisis laporan keuangan*. Rajawali Pers.
- Kiroyan, N. (2006). *Corporate social responsibility: Konsep dan implementasi di Indonesia*. Business Links.

Suhardjanto, D. (2010). Corporate social responsibility disclosure terhadap nilai perusahaan (Studi empiris di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, 14(1), 95–106.

[Neliti – Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan Bursa Efek Indonesia \(IDX\)](#)

Indonesia Capital Market Directory (ICMD)