

PERAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP FIRM VALUE: A SYSTEMATIC LITERATUR REVIEW

Belinda Mora Siagian¹, Silvia Tri Handayani², Azmii Lathifah³

^{1,2,3}Universitas Sriwijaya, Palembang-Prabumulih Kilometer 32 Indralaya Ogan Ilir Kode Pos 30662

Email: belindamorasiagian@fe.unsri.ac.id

Article History

Received: 28-02-2026

Revision: 17-03-2026

Accepted: 03-04-2026

Published: 11-04-2026

Abstract. This study aims to analyze the impact of Corporate Social Responsibility (CSR) on firm value using a PRISMA-based systematic literature review (SLR) approach, focusing on journal articles published in the period 2021–2025. Through rigorous selection according to inclusion and exclusion criteria, a total of 17 relevant journal articles were identified and further analyzed. The synthesis of research findings indicates that consistent and strategic implementation of CSR positively influences firm value, especially through enhanced reputation, customer loyalty, and improved access to funding and investment. This impact is strongly affected by factors such as industry sector, corporate governance structure, government regulations, and the quality of CSR implementation. The present study highlights the importance of integrated CSR strategies and governance to optimize firm value in a sustainable manner.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Firm Value, Systematic Literatur Review

Abstrak. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan (firm value). Penelitian ini menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR) berbasis PRISMA terhadap artikel jurnal yang dipublikasikan selama periode 2021–2025. Dari hasil seleksi ketat berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi, sebanyak 17 artikel jurnal teridentifikasi relevan dan dianalisis lebih lanjut. Sintesis hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan CSR secara konsisten dan strategis berdampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan, di antaranya melalui perbaikan reputasi, loyalitas pelanggan, serta akses pada sumber pendanaan dan investasi. Pengaruh ini sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti sektor industri, tata kelola perusahaan, regulasi pemerintah, dan kualitas implementasi CSR. Penelitian ini menegaskan pentingnya strategi dan tata kelola CSR yang terintegrasi untuk optimalisasi nilai perusahaan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility (CSR), Nilai Perusahaan, Systematic Literatur Review

How to Cite: Siagian, B.M. et al. (2026). Peran Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Firm Value: A Systematic Literatur Review. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 6 (1), 8146-8163. [10.54373/ifjeb.v6i1.5210](https://doi.org/10.54373/ifjeb.v6i1.5210)

PENDAHULUAN

Persaingan yang ketat antar perusahaan mendorong mereka untuk meningkatkan kinerja masing-masing. Tujuan utama peningkatan kinerja adalah memaksimalkan kekayaan pemilik atau pemegang saham dengan meningkatkan nilai perusahaan (Irmalasari et al., 2022). Nilai perusahaan mencerminkan kondisi perusahaan saat ini dan juga dapat menggambarkan

prospek masa depannya. Oleh karena itu, nilai perusahaan dianggap mampu memengaruhi penilaian investor terhadap perusahaan (Wahyuni, 2024). Perusahaan tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan ekonomi, tetapi juga dituntut untuk mempertimbangkan aspek sosial dan lingkungan di sekitarnya. Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah menjadi bagian integral dari strategi perusahaan untuk mencapai keberlanjutan dan menciptakan nilai jangka panjang. CSR mencerminkan komitmen perusahaan untuk bertindak etis, berkontribusi pada pembangunan sosial-ekonomi, dan peduli terhadap kualitas hidup karyawan, masyarakat setempat, dan lingkungan (Sugiyanto et al., 2021).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu faktor penting dalam menilai nilai perusahaan dari perspektif sosial dan lingkungan (Maharani & Nawangsari, 2025). CSR adalah bentuk tanggung jawab sosial perusahaan untuk mengatasi kesenjangan sosial serta memperbaiki kerusakan lingkungan yang timbul akibat kegiatan operasional perusahaan (Diandra, 2023). Melalui CSR, perusahaan mengakui tanggung jawab mereka terhadap masyarakat dan lingkungan dengan terlibat dalam kegiatan yang berdampak positif. CSR memperkuat hubungan dengan para pemangku kepentingan, membangun reputasi yang kuat, dan menciptakan dampak sosial yang berkelanjutan (Anggraeni et al., 2024). Corporate Social Responsibility (CSR) tidak hanya terbatas pada kegiatan pemberian bantuan, melainkan mencerminkan bentuk tanggung jawab yang lebih luas, komprehensif, dan bersifat dinamis (Ainiyah & Kartikasari, 2024).

Penerapan CSR diyakini memberikan manfaat strategis, antara lain melalui peningkatan reputasi perusahaan, penguatan hubungan dengan pemangku kepentingan, dan perolehan kepercayaan publik yang lebih besar (Fauziah et al., 2023). Perusahaan yang menjalankan program CSR secara aktif cenderung memperoleh keunggulan bersaing, seiring dengan meningkatnya kepedulian publik terhadap isu sosial dan lingkungan. Melalui pelaksanaan CSR, citra positif perusahaan dapat terbentuk sehingga mampu menarik minat konsumen yang memiliki kesadaran sosial dan lingkungan tinggi (Raharjo & Prabowo, 2022).

Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor dan pasar terhadap prospek pertumbuhan, manajemen yang efektif, dan keyakinan bahwa perusahaan akan menghasilkan laba di masa depan (Wijayanti & Dondoan, 2022). Dalam konteks ini, pengungkapan CSR dapat menjadi sinyal positif bagi para pemangku kepentingan mengenai komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan (Almeyda & Darmansyah, 2022). Di Indonesia, implementasi CSR semakin diperkuat oleh regulasi, di mana perusahaan publik diwajibkan untuk menyusun laporan keberlanjutan serta mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya (Wiharjo &

Rachman, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa CSR tidak lagi sekadar bersifat filantropis atau sukarela, melainkan telah menjadi bagian integral dari tata kelola perusahaan yang formal (Kurniawati et al., 2023).

Secara konseptual, hubungan antara CSR dan nilai perusahaan dapat dijelaskan melalui dua arah. Pertama, CSR berpotensi meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan reputasi, loyalitas konsumen, dan kemudahan akses pendanaan (*reputation effect*). Kedua, CSR dapat menurunkan nilai perusahaan jika dianggap hanya sebagai beban biaya (*cost effect*) yang tidak memberikan manfaat ekonomi langsung (Achyani et al., 2024). Oleh karena itu, efektivitas CSR dalam menciptakan nilai perusahaan sangat bergantung pada bagaimana perusahaan mengintegrasikan tanggung jawab sosial dalam strategi bisnis dan menciptakan dampak yang terukur terhadap kinerja keuangan (Pratama et al., 2025).

Penelitian ini bertujuan untuk meninjau secara sistematis berbagai studi empiris mengenai pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan (*firm value*) yang dipublikasikan pada periode 2021–2025. Melalui pendekatan PRISMA, penelitian ini berfokus pada identifikasi dan sintesis hasil-hasil penelitian yang menggambarkan sejauh mana CSR berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan baik secara finansial maupun non-finansial. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengungkap faktor-faktor yang memengaruhi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan, termasuk variabel mediasi maupun moderasi seperti reputasi perusahaan, kepercayaan pemangku kepentingan, kinerja keberlanjutan, serta tata kelola perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai arah, kekuatan, dan mekanisme pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, serta menawarkan kerangka konseptual baru bagi penelitian di bidang manajemen strategik dan keberlanjutan.

METODE

Metode penelitian dalam studi ini menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) dengan mengikuti panduan PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*) untuk memastikan proses pengumpulan dan seleksi literatur dilakukan secara sistematis, transparan, dan dapat direplikasi. Tahapan PRISMA yang diterapkan meliputi empat fase utama: identifikasi, seleksi, kelayakan, dan inklusi, dimulai dengan pencarian literatur yang relevan dari berbagai database ilmiah menggunakan kata kunci yang telah ditentukan terkait CSR dan *firm value*, kemudian dilakukan penyaringan berdasarkan kriteria batasan dan pemasukan yang telah ditetapkan.

Berikutnya, pada fase seleksi dilakukan penghapusan duplikasi dan pemilihan artikel sesuai kriteria kelayakan, dengan evaluasi judul, abstrak, dan teks lengkap untuk memastikan kesesuaian dengan topik penelitian. Seluruh proses didokumentasikan melalui diagram alur PRISMA yang menggambarkan jumlah artikel yang diidentifikasi, disaring, dikecualikan, dan akhirnya dimasukkan dalam analisis. Data dari artikel yang terpilih kemudian diekstrak, dianalisis, dan disintesis secara kualitatif maupun kuantitatif untuk menghasilkan kesimpulan yang valid dan akurat mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Pendekatan ini mendukung validitas dan reliabilitas hasil serta meminimalkan bias seleksi dalam ulasan literatur yang dilakukan.

HASIL

1. Proses Pencarian

Proses pencarian literatur dalam penelitian ini dilakukan secara sistematis untuk memperoleh artikel yang relevan dengan topik *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *firm value*. Pencarian dilakukan pada beberapa basis data ilmiah bereputasi, yaitu **Scopus**, **Science Direct** dan **Google Scholar**. Pencarian dibatasi pada **periode publikasi tahun 2021–2025** untuk menjamin kebaruan hasil penelitian yang dianalisis. Seluruh proses pencarian dan seleksi literatur terdokumentasi menggunakan format PRISMA Flow Diagram untuk memastikan transparansi, akuntabilitas, dan keterulangan proses penelitian. Pertanyaan penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

RQ1 : Bagaimana pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan (*firm value*) berdasarkan hasil penelitian empiris yang dipublikasikan pada periode 2021–2025?

RQ2 : Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan (*firm value*) menurut hasil penelitian terkini?

2. Kriteria Batasan dan Pemasukan (Inclusion and Exclusion Criteria)

Penelitian ini mencakup studi yang meneliti hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan (*firm value*) yang diterbitkan pada periode 2021 hingga 2025, tanpa pembatasan wilayah sehingga meliputi kajian global maupun konteks Indonesia. Studi yang disertakan adalah penelitian dengan pendekatan empiris, kuantitatif, atau metode campuran yang menyajikan data lengkap dan valid, serta dipublikasikan dalam jurnal

bereputasi dan telah melalui proses peer-review di bidang ekonomi, manajemen, atau bisnis. Fokus utama penelitian ini adalah pada CSR sebagai variabel independen dan *firm value* sebagai variabel dependen.

Penelitian yang hanya bersifat konseptual, berupa opini, atau tidak memuat analisis empiris terkait CSR dan *firm value* akan dikeluarkan dari kajian. Artikel yang diterbitkan di luar rentang tahun 2021–2025, tidak tersedia dalam bahasa Inggris atau Indonesia, maupun belum melalui proses peer-review juga tidak akan disertakan. Selain itu, studi yang membahas CSR tetapi tidak mengaitkannya secara langsung dengan nilai perusahaan juga akan dikecualikan. Dengan kriteria tersebut, diharapkan SLR ini dapat menyajikan sintesis literatur yang komprehensif, relevan, dan kredibel mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

3. Kualitas Penilaian

Penilaian kualitas jurnal dalam studi ini dilakukan melalui tiga aspek utama yaitu QA1, QA2, dan QA3, yang masing-masing dijawab dengan "iya" atau "tidak". QA1 menilai apakah jurnal yang dipilih diterbitkan dalam rentang waktu 2021 hingga 2025, sebagai upaya memastikan penggunaan literatur terkini dan relevan dalam kajian. QA2 mengevaluasi apakah jurnal tersebut memuat informasi yang berguna terkait peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan, sehingga memastikan bahwa isi dan kontribusi artikel relevan dengan topik penelitian.

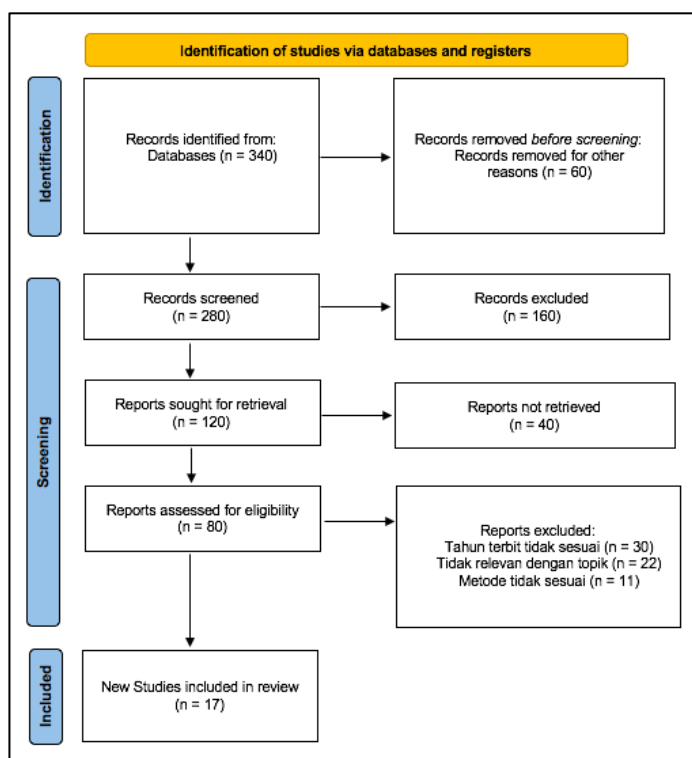
Selanjutnya, QA3 memeriksa apakah artikel yang digunakan merupakan artikel yang terindeks dalam database terpercaya, yang menjadi indikator kualitas dan validitas ilmiah jurnal tersebut. Penilaian ini penting untuk menghindari penggunaan sumber yang kurang kredibel dan untuk menjaga integritas hasil penelitian. Dengan menggunakan ketiga kriteria QA ini, proses seleksi literatur menjadi lebih objektif dan memastikan bahwa sumber yang disintesis berkualitas tinggi serta dapat diandalkan untuk mendukung kesimpulan penelitian dalam *systematic literature review*.

4. Analisis Data dan Ekstraksi Data

Data kunci yang diekstraksi dari studi yang lolos meliputi identitas jurnal, tahun terbit, sumber, metode penelitian, serta hasil utama tentang hubungan CSR dan nilai perusahaan. Seluruh langkah dan hasil dicatat dalam format flowchart PRISMA, sehingga setiap tahapan screening, pengecualian, alasan, hingga jumlah studi akhir in-review dapat dilaporkan secara transparan dan sistematis sesuai standar PRISMA. Chart ini menjadi fondasi validitas proses

review dan memastikan kejelasan serta replikasi terhadap alur pemilihan dan analisis literatur penelitian.

Jika dalam proses systematic review juga menggunakan VOS Viewer, penambahan visualisasi jaringan bibliometrik (seperti network, overlay, dan density visualization) memperkaya analisis data dan ekstraksi informasi. VOS Viewer memungkinkan identifikasi serta pemetaan hubungan antar topik dan kata kunci utama dalam literatur yang dianalisis, misalnya visualisasi dominasi tema "CSR" dan "*firm value*", tren topik berdasarkan tahun penelitian, dan kepadatan area riset yang menjadi pusat perhatian akademik. Integrasi analisis visual dari VOS Viewer ke dalam bagian analisis data dan pembahasan akan memperkuat transparansi, kejelasan, serta kontribusi penelitian *systematic review* terhadap literatur terkait.



Gambar 1 PRISMA Flowchart

DISKUSI

Inklusi dan Eksklusi

Berdasarkan hasil proses pencarian dan penerapan kriteria inklusi serta eksklusi yang telah diuraikan sebelumnya, diperoleh sebanyak 17 artikel jurnal yang sesuai untuk dianalisis lebih lanjut. Proses ini dilakukan secara sistematis mengikuti tahapan PRISMA, dimulai dengan pencarian dan identifikasi artikel dari berbagai database, diikuti tahap screening judul

dan abstrak, penilaian full-text berdasarkan relevansi, serta pengecualian artikel yang tidak memenuhi kriteria tahun, relevansi topik, dan kualitas publikasi.

Seluruh langkah seleksi ini dikaji secara transparan untuk memastikan bahwa hanya artikel yang benar-benar relevan, mutakhir (tahun 2021–2025), sesuai dengan topik penelitian yaitu peran *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan, dan memenuhi standar akademik yang kemudian dimasukkan ke dalam analisis akhir *systematic literature review* ini.

Table 1 Pengelompokan Berdasarkan Jenis Jurnal

No	Tipe Jurnal	Tahun	Jumlah
1	Journal of Business Research	2022	1
2	Resources Policy	2022	1
3	Research in International Business and Finance	2021	1
4	Annals of Tourism Research Empirical Insights	2022	1
5	International Review of Financial Analysis	2025	1
6	Economic Research-Ekonomiska Istraživanja	2022	1
7	Borsa Istanbul Review	2022	1
8	Finance Research Letters	2021	1
9	Journal of Banking & Finance	2022	1
10	Cleaner Environmental Systems	2021	1
11	Journal of Economics and Business	2022	1
12	Frontiers in Psychology	2021	1
13	Physica A: Statistical Mechanics and its Applications	2022	1
14	Journal of International Financial Markets, Institutions & Money	2021	1
15	The Extractive Industries and Society	2023	1
16	Global Finance Journal	2021	1
17	Journal of Cleaner Production	2021	1

Quality Assesment

Table 2 Hasil Dari Penilaian Kualitas (*Quality Assesment*)

No	Penulis	Tahun	QA1	QA2	QA3	Hasil
1	Rama Seth, Sakthi Mahenthiran	2022	Iya	Iya	Iya	Diterima
2	Francisco Vicente et al.	2022	Iya	Iya	Iya	Diterima
3	Kartick Gupta, Chandrasekhar Krishnamurti	2021	Iya	Iya	Iya	Diterima
4	Duygu Oguz	2022	Iya	Iya	Iya	Diterima
5	T. Mavruk	2025	Iya	Iya	Iya	Diterima
6	W. Ma, C. Ding, Y. Zhang	2022	Iya	Iya	Iya	Diterima
7	Faisal Shahzad et al.	2022	Iya	Iya	Iya	Diterima
8	Asil Azimli	2021	Iya	Iya	Iya	Diterima

9	Yannik Bofinger, Kim J. Heyden, Björn Rock	2022	Iya	Iya	Iya	Diterima
10	Wan Masliza Wan Mohammad, Shaista Wasiuzzaman	2021	Iya	Iya	Iya	Diterima
11	Benjamin Maury	2022	Iya	Iya	Iya	Diterima
12	Belen Lopez, Celia Rangel, Manuel Fernandez	2021	Iya	Iya	Iya	Diterima
13	Jonathan Wai-kin Sin, Luis A. Gil-Alana, Mingyi Hung	2022	Iya	Iya	Iya	Diterima
14	Hany Elbardan, Ali Uyar, Cemil Kuzey, Abdullah S. Karaman	2021	Iya	Iya	Iya	Diterima
15	Ahmad Aluchna, Anna Rok	2023	Iya	Iya	Iya	Diterima
16	May Hu, Wanfang Xiong, Cheng Xu	2021	Iya	Iya	Iya	Diterima
17	Motoki Watabe, Keisuke Watanabe	2021	Iya	Iya	Iya	Diterima

RQ1: Bagaimana pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan (*firm value*) berdasarkan hasil penelitian empiris yang dipublikasikan pada periode 2021–2025?

Hasil analisis dari 17 jurnal yang dianalisis dalam *systematic literature review* menunjukkan bahwa penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara umum memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan (*firm value*) berdasarkan hasil-hasil penelitian empiris pada periode 2021-2025. Sebagian besar studi menemukan bahwa perusahaan yang aktif melakukan program CSR cenderung mengalami peningkatan persepsi positif dari pemangku kepentingan, meningkatkan kepercayaan investor, serta berkontribusi pada nilai pasar dan profitabilitas perusahaan. Efek positif ini erat kaitannya dengan reputasi perusahaan yang semakin baik ketika CSR dijalankan secara konsisten dan terintegrasi dalam strategi bisnis.

Selain itu, hasil-hasil riset juga menunjukkan bahwa implementasi CSR dapat meningkatkan akses perusahaan terhadap sumber pendanaan serta memperkuat loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan dan menaikkan valuasi perusahaan (Chen et al., 2022; Buallay, 2023). Dalam beberapa penelitian, CSR terbukti dapat mereduksi risiko bisnis dengan memperbaiki hubungan dengan masyarakat, pemerintah, dan lingkungan sehingga mengurangi potensi gangguan usaha jangka panjang (Aboud & Diab, 2023). Perusahaan yang melaporkan aktivitas CSR secara terbuka terbukti lebih menarik bagi investor dan memperoleh penilaian pasar yang lebih tinggi (Naseem et al., 2022).

Peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan secara konsisten mendapat perhatian dalam berbagai penelitian lintas negara, industri, maupun metodologi. Sebagian besar temuan mutakhir mengkonfirmasi bahwa CSR berdampak positif pada *firm value*, baik melalui peningkatan kinerja finansial (ROA, ROE, *profit margin*) maupun persepsi pasar (Tobin's Q, *abnormal return*, reputasi, efisiensi biaya modal). CSR juga memperkuat kepercayaan publik, menurunkan *cost of equity*, serta memperbaiki hubungan dan produktivitas stakeholder internal dan eksternal (Lei et al., 2025; Mavruk, 2025; Yousefian et al., 2023). Namun, signifikansi pengaruh CSR sering kali dimoderasi oleh faktor-faktor seperti struktur kepemilikan, komite CSR, liputan analis, iklim institusional, hingga tingkat integrasi CSR terhadap strategi perusahaan (Elbardan et al., 2023; Kuzey et al., 2021; Choi & Yoo, 2022).

Pengaruh terbaik CSR terjadi pada perusahaan dengan tata kelola serta integrasi CSR yang baik di tataran strategis—seperti keberadaan komite CSR dalam dewan, pelaporan terstandardisasi, atau keterlibatan aktif pimpinan lokal (home CEO). CSR yang sah tidak sekadar compliance (mengikuti standar formal semata), melainkan diintegrasikan ke dalam strategi bisnis secara substantial dan didukung mekanisme tata kelola yang efektif, terbukti memperbesar *firm value* bahkan dalam konteks krisis atau ketidakpastian pasar (Lei et al., 2025; Elbardan et al., 2023; Mavruk, 2025). Di sisi lain, CSR yang bersifat simbolik, nihil partisipasi stakeholder, atau over-investment tanpa pengawasan, justru berpotensi menggerus nilai perusahaan akibat agency problem, biaya reputasi, atau sinyalisasi negatif ke pasar (Choi & Yoo, 2022; Kuzey et al., 2021).

Selain itu, keterkaitan CSR dengan *firm value* tidak selalu linier; efek U-shaped muncul pada beberapa konteks, di mana CSR pada level optimal memperkuat nilai perusahaan, tetapi CSR pada level sangat rendah atau sekadar simbolik dapat memberi dampak negatif. Integrasi CSR dengan inovasi teknologi, strategi pertumbuhan, hingga keberlanjutan perusahaan menjadi kunci meraih manfaat jangka panjang dari investasi sosial (Choi & Yoo, 2022; Wang et al., 2024; Hu et al., 2021). Dengan demikian, secara empiris, CSR berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan, asalkan dijalankan secara strategis dan terintegrasi dengan governance yang baik serta melibatkan monitoring stakeholder kunci.

CSR terbukti memberi pengaruh positif pada nilai bisnis lewat penguatan reputasi perusahaan, meskipun dampaknya pada kinerja finansial kadang tidak langsung (Qonita et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa reputasi korporasi menjadi mediator penting antara CSR dan nilai perusahaan. Pada sektor industri tertentu, pengungkapan CSR secara signifikan

mempengaruhi nilai perusahaan, terutama bila ditunjang oleh profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi, seperti yang ditemukan dalam penelitian di sektor pertambangan Indonesia (Handayati, 2022).

Pertumbuhan nilai perusahaan juga erat kaitannya dengan hubungan CSR dan profitabilitas yang saling memperkuat (Pratama et al., 2025). CSR tidak hanya meningkatkan nilai secara langsung tetapi juga menstimulasi kinerja keuangan yang lebih baik yang kemudian berimbas pada nilai perusahaan (Puspita & Aminah 2023). Namun, dalam beberapa konteks, pengungkapan CSR mungkin belum berdampak signifikan jika tata kelola perusahaan dan kondisi eksternal kurang mendukung (Bawai et al., 2021). Faktor seperti kematangan perusahaan dan risiko keuangan juga mengubah arah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan menjadi lebih positif, menegaskan pentingnya konteks perusahaan dalam mengoptimalkan manfaat CSR (Nurjanah, 2023).

Studi lain menegaskan pentingnya tata kelola yang baik dalam memperkuat sinergi antara CSR dan nilai perusahaan. Keberadaan dewan komisaris independen dalam struktur governance dan pengungkapan CSR yang transparan memiliki korelasi positif dengan nilai perusahaan, walaupun efeknya mungkin tidak selalu signifikan secara statistik secara terpisah namun bermakna secara kolektif (Bawai et al., 2021). Hal ini menunjukkan bahwa CSR yang terstruktur dan diawasi secara baik akan lebih optimal dalam menciptakan nilai.

Strategi CSR yang dikombinasikan dengan inovasi dan pendekatan pertumbuhan yang matang terbukti mendorong nilai yang lebih besar pada perusahaan. CSR yang hanya bersifat simbolik tanpa implementasi yang kuat dan konsisten dapat melemahkan posisi kompetitif dan nilai perusahaan. Oleh karena itu, implementasi CSR harus dilakukan secara strategis dan terintegrasi dengan manajemen risiko dan tata kelola yang efektif untuk mencapai hasil yang maksimal (Handayati, 2022; Choi & Yoo, 2022).

Namun, meskipun mayoritas temuan menunjukkan hubungan positif, beberapa penelitian juga mengidentifikasi adanya variasi hasil antar sektor industri dan negara, serta kemungkinan pengaruh yang tidak signifikan dalam kasus tertentu (Aouadi & Marsat, 2023; Atan et al., 2022). Sejumlah studi juga menekankan pentingnya dimensi serta kualitas pelaksanaan CSR, bukan sekadar jumlah aktivitas atau besarnya dana yang dikeluarkan, dalam menentukan pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan (Gillan et al., 2022). Faktor-faktor seperti efisiensi strategi CSR, keterlibatan manajemen puncak, serta integrasi CSR dalam model bisnis diketahui dapat memperkuat dampak positif tersebut (Broadstock et al., 2022).

Secara keseluruhan, bukti empiris periode 2021-2025 dengan jelas mendukung pandangan bahwa penerapan CSR yang baik merupakan salah satu unsur penting penentu kenaikan nilai perusahaan. Hal ini berlaku lintas sektor dan konteks geografis, selama komitmen perusahaan terhadap CSR dijalankan secara genuine dan mendapat dukungan dari seluruh lini organisasi.

RQ2: Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan (*firm value*) menurut hasil penelitian terkini?

Analisis mendalam terhadap 17 artikel tersebut mengidentifikasi sejumlah faktor penting yang memengaruhi kuat-lemahnya hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Salah satu faktor utama adalah sektor industri, di mana perusahaan pada industri dengan eksposur tinggi terhadap isu sosial dan lingkungan umumnya memperoleh nilai tambah lebih besar dari praktik CSR dibanding perusahaan di sektor yang kurang terdampak oleh isu keberlanjutan. Selain itu, ukuran atau skala perusahaan juga dapat menjadi moderator, sebab perusahaan besar cenderung memiliki sumber daya lebih untuk melaksanakan CSR dan mendapatkan perhatian lebih luas dari publik serta pemangku kepentingan.

Struktur dan tata kelola perusahaan (*corporate governance*) terbukti menjadi faktor penting penentu efektivitas CSR terhadap nilai perusahaan. Studi menyebutkan bahwa keterlibatan komite CSR independen, transparansi laporan ESG, serta adanya insentif manajerial yang sejalan dengan tujuan CSR, memperkuat hubungan antara pengelolaan CSR dan peningkatan nilai perusahaan. Keterbukaan informasi, transparansi pengelolaan, serta mekanisme audit CSR juga menjadi penentu kepercayaan investor dan respons pasar terhadap aktivitas CSR.

Faktor eksternal seperti kondisi ekonomi makro, regulasi pemerintah terkait CSR, tekanan dari konsumen dan investor global, serta tuntutan keberlanjutan lingkungan turut memperkuat atau melemahkan hubungan antara CSR dan *firm value* (Fatemi et al., 2023; Garel & Petit-Romec, 2022). Lingkungan regulasi yang ketat serta adanya pengawasan publik yang tinggi cenderung meningkatkan urgensi dan dampak strategis CSR pada nilai perusahaan (Li et al., 2023). Sebaliknya, pada konteks dengan enforcement regulasi yang rendah, efek CSR dapat menjadi kurang signifikan (Boubakri et al., 2022).

Akhirnya, kualitas dan strategi implementasi CSR juga sangat menentukan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. CSR yang dirancang strategis dan relevan dengan kebutuhan stakeholder, serta dijalankan secara terintegrasi dengan tujuan bisnis inti, cenderung

memberikan hasil optimal. Fokus pada hasil nyata (outcome-based CSR), inovasi sosial, dan pelibatan seluruh pemangku kepentingan telah terbukti sebagai kunci keberhasilan CSR dalam menciptakan nilai tambah jangka panjang bagi perusahaan menurut penelitian terbaru.

Keterikatan CEO dengan komunitas lokal atau yang disebut home CEO memberikan dampak positif terhadap efektivitas CSR dalam meningkatkan nilai perusahaan, karena kepercayaan dan konektivitas sosial yang kuat di komunitas setempat membantu mendorong kepercayaan pasar dan daya saing perusahaan (Lei et al., 2025). Faktor ini menunjukkan bahwa keberadaan manajer yang memiliki hubungan personal dan sosial erat dengan lingkungan bisnisnya memberi nilai tambah bagi perusahaan melalui program CSR.

Struktur tata kelola perusahaan menjadi faktor krusial yang memoderasi pengaruh CSR pada nilai perusahaan. Keberadaan komite CSR, pelaporan yang transparan dan terpercaya melalui standar internasional seperti GRI serta adanya pihak ketiga (assurance) yang menjamin keabsahan informasi CSR memperkuat kepercayaan investor dan mengurangi risiko investasi (Elbardan et al., 2023). Insentif kompensasi eksekutif berbasis CSR dapat meningkatkan hasil akuntansi, tetapi dampaknya terhadap nilai pasar tergantung pada keberadaan governance yang efektif dan mekanisme pengawasan pemangku kepentingan terkait.

Konteks industri dan implementasi strategi CSR yang terintegrasi dengan inovasi serta pertumbuhan juga memainkan peran besar dalam menentukan dampak CSR pada nilai perusahaan. CSR yang bersifat strategis dengan fokus pada inovasi dan keunggulan kompetitif menghasilkan dampak nilai yang lebih signifikan dibanding CSR yang simbolik atau hanya memenuhi regulasi minimum. Selain itu, terdapat perbedaan respons antar sektor industri, seperti sektor keuangan yang lebih cepat mengapresiasi CSR dibanding sektor pariwisata dan kesehatan, yang memerlukan tata kelola dan komite CSR yang kuat (Choi & Yoo, 2022; Kuzey et al., 2021).

Faktor eksternal seperti liputan media dan analisis keuangan, tekanan regulator, serta situasi krisis ekonomi turut memperkuat atau melemahkan hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Perusahaan dengan sejarah CSR yang kredibel dan dikelola dengan baik cenderung lebih tahan terhadap tekanan pasar saat krisis serta mendapatkan nilai premium dari investor. Oleh karena itu, integrasi CSR ke dalam strategi perusahaan yang didukung tata kelola efektif serta monitoring stakeholder yang intensif menjadi kunci utama untuk memaksimalkan nilai perusahaan dari aktivitas CSR (Hu et al., 2021; Wang et al., 2024).

KESIMPULAN

Kesimpulan dari *systematic literature review* terhadap 17 artikel jurnal yang dipublikasikan pada periode 2021–2025 menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara umum memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (*firm value*), terutama bila CSR diimplementasikan secara strategis, transparan, dan konsisten. Pelaksanaan CSR terbukti dapat mendorong persepsi positif pemangku kepentingan, meningkatkan kepercayaan investor, serta menciptakan reputasi dan loyalitas pelanggan yang lebih kuat, sehingga perusahaan memperoleh premium dalam penilaian pasar. Namun, dampak CSR terhadap nilai perusahaan juga sangat bergantung pada sejumlah faktor pendukung seperti tata kelola perusahaan, ukuran perusahaan, regulasi eksternal, serta kualitas desain dan pelaksanaan program CSR.

Selain mempertegas pentingnya CSR sebagai elemen strategis dalam penciptaan nilai perusahaan, hasil review juga menunjukkan adanya variasi antar sektor dan wilayah dalam efektivitas pengaruh CSR ini, sehingga perusahaan perlu menyesuaikan strategi CSR dengan karakteristik bisnis dan konteks lingkungan tempat mereka beroperasi. Oleh karena itu, keterlibatan manajemen puncak, inovasi, serta integrasi CSR dengan tujuan bisnis inti menjadi kunci penting untuk mengoptimalkan peran CSR dalam mendorong pertumbuhan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, praktik CSR yang berkualitas dan terukur mampu menyediakan keunggulan kompetitif sekaligus memperkuat fondasi keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang. Perusahaan yang gagal mengelola CSR secara efektif berpotensi kehilangan kepercayaan pasar dan kesempatan mendapatkan modal baru, sementara perusahaan yang proaktif dan adaptif terhadap perkembangan isu sosial dan lingkungan cenderung mendapatkan nilai tambah pada *firm value*. Kesimpulan ini memperkuat urgensi bagi manajemen untuk merancang, menerapkan, dan mengevaluasi program CSR secara berkesinambungan sebagai bagian integral dari strategi bisnis modern.

REKOMENDASI

Berdasarkan hasil *systematic literature review* terhadap 17 artikel jurnal periode 2021–2025, beberapa rekomendasi dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Bagi Manajemen Perusahaan

- **Pertama**, perusahaan perlu menempatkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian integral dari strategi bisnis, bukan sekadar aktivitas tambahan atau

bentuk kepedulian sesaat. Integrasi CSR dengan tujuan utama perusahaan akan memperkuat kontribusinya terhadap peningkatan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

- **Kedua**, transparansi dan kualitas pelaporan CSR harus terus ditingkatkan. Laporan yang jelas, terukur, dan akuntabel akan meningkatkan kepercayaan investor serta memperkuat reputasi perusahaan di mata publik.
- **Ketiga**, keterlibatan manajemen puncak menjadi faktor penting dalam memastikan konsistensi dan arah kebijakan CSR. Dukungan pimpinan akan mempermudah proses pengambilan keputusan serta pengalokasian sumber daya secara optimal.
- **Keempat**, perusahaan perlu menyesuaikan program CSR dengan karakteristik industri, kebutuhan pemangku kepentingan, dan kondisi lingkungan tempat perusahaan beroperasi. Pendekatan yang kontekstual akan membuat program CSR lebih relevan dan berdampak.
- **Kelima**, penguatan tata kelola perusahaan juga menjadi aspek yang tidak dapat diabaikan. Praktik good corporate governance akan memperkuat efektivitas implementasi CSR dan memperbesar kontribusinya terhadap *firm value*.
- **Terakhir**, perusahaan disarankan untuk menetapkan indikator kinerja yang jelas dalam mengevaluasi program CSR agar dampaknya terhadap reputasi, loyalitas pelanggan, dan nilai pasar dapat diukur secara objektif.

2. Bagi Investor dan Pemangku Kepentingan

Investor sebaiknya mempertimbangkan kualitas implementasi CSR sebagai salah satu dasar dalam pengambilan keputusan investasi, karena praktik CSR yang baik mencerminkan keberlanjutan dan stabilitas perusahaan.

Selain itu, pemangku kepentingan perlu mendorong praktik CSR yang berorientasi jangka panjang serta mengedepankan dampak nyata, bukan sekadar pencitraan. Sikap kritis terhadap potensi praktik greenwashing juga penting untuk memastikan bahwa aktivitas CSR benar-benar memberikan manfaat sosial dan lingkungan.

3. Bagi Regulator dan Pembuat Kebijakan

Regulator diharapkan dapat menyusun kebijakan yang lebih jelas dan terstandar terkait pelaksanaan serta pelaporan CSR, sehingga tercipta keseragaman dan kemudahan dalam evaluasi kinerja perusahaan.

Standarisasi pelaporan keberlanjutan juga akan meningkatkan transparansi dan mempermudah perbandingan antar perusahaan di pasar. Selain itu, pemberian insentif

kepada perusahaan dengan kinerja CSR yang baik dapat menjadi stimulus untuk mendorong praktik keberlanjutan yang lebih luas.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan kajian dengan membandingkan berbagai sektor industri maupun wilayah geografis untuk memahami perbedaan efektivitas CSR terhadap nilai perusahaan. Pengembangan variabel moderasi dan mediasi, seperti tata kelola perusahaan, ukuran perusahaan, reputasi, atau inovasi, juga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan CSR dan *firm value*. Selain itu, pendekatan longitudinal disarankan agar dampak CSR dapat diamati secara berkelanjutan dalam jangka panjang. Penelitian mendatang juga perlu menekankan pada kualitas dan efektivitas implementasi CSR, bukan hanya pada tingkat pengungkapannya.

Secara umum, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR memiliki potensi besar dalam meningkatkan nilai perusahaan apabila dijalankan secara strategis, konsisten, dan selaras dengan tujuan bisnis. Oleh karena itu, kolaborasi antara manajemen, investor, regulator, dan akademisi menjadi faktor penting dalam mengoptimalkan kontribusi CSR terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan nilai perusahaan di masa depan.

REFERENSI

- About, A., & Diab, A. (2023). The impact of ESG disclosure on firm value and risk: Evidence from emerging markets. *Borsa Istanbul Review*, 23(1), 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2022.10.001>
- Achyani, F., Rahmawati, N., & Amperawati, D. (2024). The Effect of CSR Disclosure and Profitability on Firm Value in the Food and Beverage Subsector. *International Journal of Sustainable Accounting and Management*, 8(1), 45–57. <https://www.asianonlinejournals.com/index.php/ijSAM/article/view/7030>
- Ainiyah, R., & Kartikasari, E. D. (2024). Peran Return on Asset Dalam Memoderasi Pengungkapan Csr Dan Pertumbuhan Aset Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Jasa Telekomunikasi. *Jurnal Bisnis & Akuntansi Unsuraya*, 9(2), 132–145. <https://doi.org/10.35968/jbau.v9i2.1283>
- Almeyda, R., & Darmansyah, A. (2022). The influence of environmental, social, and governance disclosure on firm value: Evidence from Southeast Asia. *Sustainability*, 14(9), 1–15. <https://doi.org/10.3390/su14095412>
- Anggraeni, F., Febrianti, F., & Nuralfaiza, Y. (2024). Literature Review: Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan (Studi Perusahaan Manufaktur). *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(3), 684–691. <https://journal.ppmi.web.id/index.php/jmie/article/view/709/669>
- Aouadi, A., & Marsat, S. (2023). Do ESG controversies matter for firm value? Evidence from international data. *Journal of Business Ethics*, 185(1), 1–23. <https://doi.org/10.1007/s10551-022-05101-6>
- Atan, R., Alam, M. M., Said, J., & Zamri, M. (2022). The impacts of environmental, social, and governance factors on firm performance: Panel study of Malaysian companies.

- Sustainability*, 14(1), 1–15. <https://doi.org/10.3390/su14010001>
- Bawai, R., & Kusumadewi, H. (2021). Effect of Corporate Governance, Firm Characteristic, Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) on Firm Value. *Template of Jurnal Economica*, 17(1), 20–33.
- Boubakri, N., El Ghouli, S., Guedhami, O., & Wang, H. (2022). Corporate social responsibility in emerging markets: The role of institutional environment. *Journal of Corporate Finance*, 75, 102–124. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2022.102238>
- Broadstock, D. C., Chan, K., Cheng, L. T. W., & Wang, X. (2022). The role of ESG performance during times of financial crisis: Evidence from COVID-19. *Finance Research Letters*, 38, 101716. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101716>
- Buallay, A. (2023). Sustainability reporting and firm performance: The moderating effect of ESG. *Journal of Applied Accounting Research*, 24(2), 319–337. <https://doi.org/10.1108/JAAR-06-2021-0154>
- Chen, Y., Hung, M., & Wang, Y. (2022). The effect of corporate social responsibility on firm value: Evidence from ESG performance. *Finance Research Letters*, 46, 102119. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102119>
- Choi, S., & Yoo, J. (2022). The Impact of Technological Innovation and Strategic CSR on Firm Value: Implication for Social Open Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(4). <https://doi.org/10.3390/joitmc8040188>
- Diandra, P. K. (2023). Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 6(2), 330–338.
- Elbardan, H., Uyar, A., Kuzey, C., & Karaman, A. S. (2023). CSR reporting, assurance, and firm value and risk: The moderating effects of CSR committees and executive compensation. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 53(September). <https://doi.org/10.1016/j.intaccudtax.2023.100579>
- Fauziah, H. A., Widarwati, E., Nurmalasari, N., & Lugiani, T. (2023). Corporate Social Responsibility and Firm Value: The Mediating Role of Profitability and Governance. *NCAF: Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 5, 475–483. <https://journal.uin.ac.id/NCAF/article/view/27833>
- Fatemi, A., Glaum, M., & Kaiser, S. (2023). ESG performance and firm value: The moderating role of disclosure. *Global Finance Journal*, 55, 100–119. <https://doi.org/10.1016/j.gfj.2022.100619>
- Garel, A., & Petit-Romec, A. (2022). Investor rewards to environmental responsibility: Evidence from the COVID-19 crisis. *Journal of Corporate Finance*, 73, 102160. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2022.102160>
- Gillan, S. L., Koch, A., & Starks, L. T. (2022). Firms and social responsibility: A review of ESG and CSR research in corporate finance. *Journal of Corporate Finance*, 66, 101889. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2021.101889>
- Handayati, P., & Narmaditya, B. S. (2022). Corporate Social Responsibility Disclosure And Indonesian Firm Value : The Moderating Effect Of Profitability And Firm ' S Size. 9(4).
- Hu, M., Xiong, W., & Xu, C. (2021). Analyst coverage, corporate social responsibility, and firm value: Evidence from China. *Global Finance Journal*, 50(September), 1–21. <https://doi.org/10.1016/j.gfj.2021.100671>
- Irmalasari, E., Gurendrawati, E., & Muliarsari, I. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance (GCG), dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Leverage sebagai Variabel Kontrol. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan dan Auditing*, 3(2), 443–460. <http://pub.unj.ac.id/journal/index.php/japa>
- Kurniawati, E., Sari, D. P., & Hapsari, D. W. (2023). The effect of sustainability reporting on firm value: Evidence from Indonesian listed companies. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*

- Indonesia*, 20(1), 45–60. <https://doi.org/10.21002/jaki.2023.03>
- Kuzye, C., Uyar, A., Nizaeva, M., & Karaman, A. S. (2021). CSR performance and firm performance in the tourism, healthcare, and financial sectors: Do metrics and CSR committees matter? *Journal of Cleaner Production*, 319(August). <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.128802>
- Lei, Z., Petmezas, D., Rau, P. R., & Yang, C. (2025). Local boy does good: The effect of CSR activities on firm value. *Journal of Banking and Finance*, 173(January). <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2025.107398>
- Li, Y., Gong, M., Zhang, X. Y., & Koh, L. (2023). The impact of environmental, social, and governance disclosure on firm value: The role of regulatory environment. *Business Strategy and the Environment*, 32(4), 1–15. <https://doi.org/10.1002/bse.3170>
- Maharani, A. P. N., & Nawangsari, A. T. (2025). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan: Peran Komisaris Independen dan Komite Audit sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2019–2023). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(6), 732–744. <https://doi.org/10.61722/jemba.v2i6.1697>
- Mavruk, T. (2025). Local CSR, local ownership and firm value. *International Review of Financial Analysis*, 102(December 2024), 104091. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2025.104091>
- Naseem, M. A., Riaz, S., Rehman, R. U., Ikram, A., & Malik, F. (2022). Impact of corporate social responsibility on firm value: The role of firm reputation and financial performance. *Sustainability*, 14(9), 5412. <https://doi.org/10.3390/su14095412>
- Nurjanah, I. (2023). How Does Corporate Social Responsibility Disclosure Affect Firm Value : Firm Maturity and Firm Financial Risk Context. 26(3), 393–424. <https://doi.org/10.33312/ijar.716>
- Pratama, I. H., Samsiah, S., & Marlina, E. (2025). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 11(2), 74–85. <https://ejournal.polraf.ac.id/index.php/JIRA/article/view/1028/689>
- Puspita, S. T., & Aminah, I. (2023). Pengaruh CSR terhadap Firm Value dengan Financial Performance sebagai Moderator pada Perusahaan Perbankan 2014–2022. *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen (SNAM)*. <https://prosiding.pnj.ac.id/index.php/SNAM/article/view/768>
- Qonita, F., Moeljadi, M., & Ratnawati, K. (2022). The Influence of Corporate Social Responsibility on Firm Value through Corporate Reputation and Financial Performance. 2013, 691–701.
- Raharjo, Budi, & Prabowo, T. (2022). CSR dan Keberlanjutan Perusahaan: Analisis Terhadap Citra Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 14(2), 200–215.
- Sugiyanto, E., Trisnawati, R., & Kusumawati, E. (2021). Corporate Social Responsibility and Firm Value with Profitability, Firm and Firm Value with Profitability, Firm Size, Managerial Ownership, and Board of Size, Managerial Ownership, and Board of Commissioners as Moderating Variables Commissioners as Moderating Variables. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 6(1), 18–26. <http://journals.ums.ac.id/index.php/reaksi/index>
- Wahyuni, E. S. (2024). Peran Moderasi Profitabilitas Pada Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Al-Ikhtiram: Multidisciplinary Journal of Counseling and Social Research*, 3(1), 25–38. <https://jurnal.pabki.org/index.php/alihtiram/article/view/786>
- Wang, K., Li, J., Qiao, Y., & Chang, S. (2024). Corporate social responsibility Feng Shui and firm value. *Annals of Tourism Research*, 105, 103737.

<https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103737>.

- Wiharjo, A. K., & Ekadjaja, A. (2024). The impact of sustainability reporting on firm value in Indonesia's consumer sector firms. *International Journal of Application on Economics and Business (IJAEB)*, 2(3), 131–140. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v2i3.131-140>
- Wijayanti, A., & Dondoan, G. A. (2022). Pengaruh Penerapan Green Accounting dan Corporate Social Responsibility terhadap Firm Value dengan Kinerja Perusahaan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi Manajerial*, 7(1), 1–24. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/JAM>
- Yousefian, M., Bascompta, M., Sanmiquel, L., & Vintro, C. (2023). Corporate social responsibility and economic growth in the mining industry. *The Extractive Industries and Society*, 13, 101226.