ABSTRAK

YUNETRI, Nim 3416051, Program studi Akuntansi Syariah.” Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018)”

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan. Dimana CSR menjadi suatu perhatian yang penting bagi suatu perusahaan untuk keberlanjutan perusahaan dimasa yang akan datang. Permasalahan yang sering terjadi yaitu kurangnya perhatian perusahaan terhadap pengungkapan informasi CSR. Hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman oleh perusahaan tentang arti pentingnya CSR untuk perusahaan dimasa yang akan datang. Perhatian terhadap pengungkapan CSR telah diatur dalam pasal 74 ayat (1) UU No 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas (PT). CSR menjadi acuan bagi investor dalam berinvestasi karena perusahaan yang selalu mengungkapkan informasi CSR akan dipandang baik dimata stakeholder maupun investor. Serta dengan pengungkapan informasi CSR akan meningkatkan Nilai Perusahaan, yaitu dengan melihat seberapa besar minat investor terhadap suatu perusahaan dan dengan melihat seberapa baik citra perusahaan dimata pemangku kepentingan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sumber data sekunder berupa laporan berkelanjutan dan laporan tahunan yang diterbitkan perusahaan yang diakses melalui situs bursa <http://www.idx.co.id>. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2015-2018 sebanyak 26 perusahaan dan sampel dalam penelitian ini terdiri dari 11 perusahaan yang dipilih dengan metode *purposive sampling*.

Metode analisis data yang digunakan adalah : Uji Asumsi Klasik Yang Terdiri dari Uji Normalitas dan Uji Autokorelasi. Analisis Regresi Linear Sederhana dan Uji Hipotesis menggunakan Uji t (Parsial).

Hasil penelitian ini menunjukkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018. Artinya semakin besar pengungkapan CSR yang diungkapkan perusahaan maka semakin tinggi pula nilai jual dari suatu perusahaan sehingga menaikkan nilai perusahaan.

Kata kunci : *Corporate Social Responsibility* (CSR), Nilai Perusahaan