

ABSTRAK

Faridah, 2023, Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Properti yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia Periode Tahun 2015-2019, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing Dr. Muhaimin, S. Ag. M.A

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility* (CSR), Harga Saham

Seiring dengan persaingan bisnis yang semakin ketat banyak perusahaan yang melakukan kegiatan produksi semata-mata untuk mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin tanpa memperhatikan kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan. Oleh karena itu munculnya kesadaran perusahaan untuk mengurangi dampak-dampak negatif akibat operasi bisnis tersebut, maka berkembanglah konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Properti yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Periode Tahun 2015-2019. 2) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan Properti.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data studi kepustakaan yaitu berupa data sekunder laporan tahunan perusahaan properti dan jurnal yang berhubungan dengan masalah yang dibahas. Teknis analisis data yang digunakan regresi linier sederhana, uji normalitas, uji homogenitas, uji t, serta koefisien determinasi (R^2).

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa: 1) *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Properti yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) hal tersebut dapat dibuktikan di hasil perhitungan uji t. Nilai Prob. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) < Nilai probabilitas kritis ($\alpha = 5\%$) sebesar $0,09 > 0,05$, sehingga variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. 2) Dari hasil penelitian (Koefisien Determinasi) R^2 sebesar 0,79. Artinya pengaruh variabel Independen (*Corporate Social Responsibility*) (X) terhadap variabel dependen (Nilai Perusahaan) (Y) sebesar 79%