

---

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, *LISTING AGE*, *FIRM SIZE*, DAN RISIKO BISNIS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN`  
(Studi Empiris pada Perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index*  
Periode 2019-2023)**

**Muhammad Adiputra<sup>1</sup>, Nur Aida Arifah Tara<sup>2</sup>**  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram  
E-mail: [Muhammadadiputra03@gmail.com](mailto:Muhammadadiputra03@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Listing Age*, *Firm Size*, dan Risiko Bisnis terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* Periode 2019-2023. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan menggunakan kriteria tertentu sehingga diperoleh sampel sebanyak 12 (dua belas) perusahaan dengan 5 (lima) tahun pengamatan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, kemudian *Listing Age* juga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan *Firm Size* juga berpengaruh negatif namun signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan Risiko Bisnis berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Kata Kunci: Nilai Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, *Listing Age*, *Firm Size*, Risiko Bisnis, *Jakarta Islamic Index*

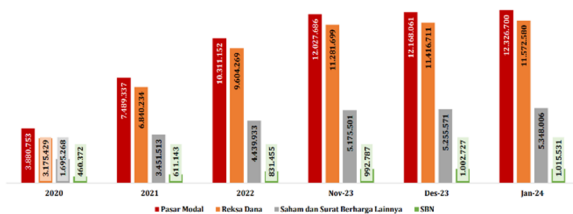
**ABSTRACT**

*This research aims to examine the effect of Corporate Social Responsibility, Listing Age, Firm Size, and Business Risk on the Value of Companies listed on the Jakarta Islamic Index for the 2019-2023 Period. Sampling in this study used purposive sampling using certain criteria so that a sample of 12 (twelve) companies with 5 (five) years of observation was obtained. The results of this study indicate that Corporate Social Responsibility (CSR) has a negative and insignificant effect on Firm Value, then Listing Age also has a negative and insignificant effect on Firm Value and Firm Size also has a negative but significant effect on Firm Value, while Business Risk has a negative and significant effect on Firm Value.*

*Keywords: Firm Value, Corporate Social Responsibility, Listing Age, Firm Size, Business Risk, Jakarta Islamic Index*

## PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang ketat menuntut perusahaan beradaptasi dan mencari pendanaan yang efisien melalui modal sendiri, investasi, atau utang, meskipun utang meningkatkan risiko keuangan (Rajagukguk et al., 2019). Di Indonesia, Bursa Efek Indonesia (BEI) berperan dalam menyediakan akses modal bagi perusahaan *go public* serta peluang investasi bagi masyarakat. Semakin banyak emiten di BEI, semakin besar kontribusinya terhadap pertumbuhan bisnis, diversifikasi investasi, dan daya saing perusahaan.



Sumber: [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

**Gambar 1. Perkembangan Jumlah Pertumbuhan Investor**

Pasar modal terus mengalami pertumbuhan signifikan. Per Januari 2024, jumlah investor mencapai 12,36 juta, meningkat 1,30% dari 2023 (12,16 juta) dan melonjak drastis dibanding 2020 yang hanya 3,88 juta investor. Tren ini mencerminkan minat investasi yang terus meningkat, baik dari dalam maupun luar negeri. Oleh karena itu, pertumbuhan jumlah investor perlu diimbangi dengan peningkatan kinerja perusahaan.

Peningkatan jumlah investor tidak hanya mencerminkan ketertarikan yang lebih luas terhadap pasar modal, tetapi juga menyensori potensi besar sektor keuangan syariah, mengingat Indonesia memiliki populasi Muslim terbesar di dunia (Wahyuni et al., 2018). Minat terhadap produk keuangan berbasis syariah terus meningkat, didukung oleh fatwa DSN-MUI No. 80 tentang penerapan prinsip syariah dalam perdagangan efek ekuitas di pasar reguler.

Penelitian ini berfokus pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII), indeks saham syariah yang diluncurkan pada 3 Juli 2000. JII terdiri dari 30 saham syariah paling likuid di BEI, dengan evaluasi konstituen dilakukan setiap Mei dan November

berdasarkan Daftar Efek Syariah (DES) yang diterbitkan OJK.

**Tabel 1. Statistik Perkembangan Kapitalisasi Pasar *Jakarta Islamic Index* (JII)**

| Tahun       | Kapitalisasi Pasar |               |
|-------------|--------------------|---------------|
|             | Nilai              | Perubahan (%) |
| 2018        | 2.239.507,78       | -             |
| 2019        | 2.318.565,69       | 4%            |
| 2020        | 2.058.772,65       | -11%          |
| 2021        | 2.015.192,24       | -2%           |
| 2022        | 2.155.449,41       | 7%            |
| 2023        | 2.501.485,69       | 16%           |
| 2024 (Juli) | 2.880.639,16       | 15%           |

Sumber: Data Statistik Saham Syariah OJK 2024

Tabel 1. menunjukkan Perkembangan kapitalisasi pasar *Jakarta Islamic Index* (JII) dari 2018 hingga Juli 2024 menunjukkan peningkatan signifikan, terutama setelah penurunan pada 2020 akibat dampak pandemi global. Setelah pemulihan, kapitalisasi pasar tumbuh 7% pada 2022, meningkat 16% pada 2023, dan bertambah 15% hingga Juli 2024. Peningkatan ini mencerminkan membaiknya performa pasar serta meningkatnya minat investor, khususnya investor Muslim, terhadap saham syariah. Hal ini menunjukkan kepercayaan yang semakin kuat terhadap instrumen investasi syariah seiring pemulihan ekonomi dan kesadaran akan pentingnya investasi berbasis prinsip Islam.

**Tabel 2. Statistik Perkembangan Indeks Saham *Jakarta Islamic Index* (JII)**

| Tahun        | Indeks Saham | Perubahan Indeks (Rp) | Perubahan Indeks (%) |
|--------------|--------------|-----------------------|----------------------|
| 2018         | 685.22       | -                     | -                    |
| 2019         | 698.09       | Rp 12.87              | 2%                   |
| 2020         | 630.42       | Rp -67.67             | -10%                 |
| 2021         | 562.02       | Rp -68.40             | -11%                 |
| 2022         | 588.04       | Rp 26.02              | 5%                   |
| 2023         | 535.68       | Rp -52.36             | -9%                  |
| Agustus 2024 | 499.65       | Rp -36.03             | -7%                  |

Tabel 2. menunjukkan bahwa rata-rata perkembangan indeks *Jakarta Islamic Index* (JII) periode 2018-2024 mengalami penurunan. Investor perlu menganalisis perusahaan yang layak untuk investasi guna memperoleh keuntungan optimal. Sebagai indeks berbasis syariah, JII menjadi pilihan bagi investor Muslim yang ingin berinvestasi sesuai prinsip Islam. Selain itu, investor harus mampu mendeteksi sinyal dari emiten, memahami

pergerakan harga saham, serta faktor yang mempengaruhinya. Informasi berperan penting dalam mendukung keputusan investasi sebelum menanamkan modal (Pratiwi, 2020).

Informasi bagi investor dapat berasal dari sumber internal maupun eksternal. Informasi eksternal mencakup suku bunga, kondisi politik, ekonomi, dan kebijakan pemerintah, sedangkan informasi internal meliputi kinerja perusahaan, kebijakan manajemen, dan laporan keuangan. Nilai perusahaan mencerminkan keseluruhan aset yang dimiliki di pasar modal dan menjadi indikator perkembangan serta kinerja perusahaan, yang dapat meningkatkan kepercayaan pemegang saham (Rajagukguk et al., 2019). Nilai perusahaan menjadi indikator perkembangan perusahaan dan berperan dalam meningkatkan kepercayaan pemegang saham melalui harga saham. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi nilai perusahaan, dan sebaliknya, harga saham yang rendah mencerminkan nilai perusahaan yang menurun (Anggasta & Suhendah, 2020a).

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, salah satunya *Corporate Social Responsibility* (CSR), yaitu tanggung jawab berkelanjutan perusahaan terhadap masyarakat, lingkungan, dan pemangku kepentingan. Implementasi CSR yang baik dapat meningkatkan citra perusahaan dan menarik investor, sehingga berdampak positif terhadap nilai perusahaan (Cristofel & Kurniawati, 2021).

Faktor berikutnya adalah *listing age*, yaitu lamanya perusahaan terdaftar di pasar saham. Semakin lama perusahaan beroperasi, semakin besar pengalamannya dalam menghadapi dinamika pasar dan memenuhi tuntutan transparansi. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor dan memperkuat nilai perusahaan (Hendasri & Taqwa, 2022).

Selanjutnya, *firm size* atau ukuran perusahaan juga berpengaruh. Perusahaan dengan aset besar memiliki skala operasi yang lebih luas, daya saing yang lebih tinggi, serta kemampuan finansial yang lebih kuat. Hal ini membuat perusahaan lebih fleksibel dalam memperoleh pendanaan dan meningkatkan kepercayaan investor, sehingga meningkatkan nilai perusahaan (Zahara & Harahap, 2022).

Terakhir, risiko bisnis menjadi faktor krusial dalam menentukan nilai perusahaan. Risiko bisnis mencerminkan ketidakpastian

operasional yang dapat mengganggu pencapaian tujuan perusahaan. Tingginya risiko bisnis dapat meningkatkan kemungkinan kebangkrutan, memberikan sinyal negatif kepada investor, dan menurunkan daya tarik saham perusahaan di pasar (Pujakesuma, 2022).

Penelitian terdahulu mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Listing Age*, *Firm Size*, dan Risiko Bisnis menunjukkan hasil yang beragam. CSR, yang diukur dengan CSR GRI G4, berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan menurut penelitian Cristofel dan Kurniawati (2021). Namun, penelitian Anggraeni dan Susilo (2022) menemukan pengaruh negatif CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil yang bervariasi juga terjadi pada *listing age*. Haryono dan Lestari (2022) menyatakan bahwa *listing age* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan Salsa dan Nugraha (2022) menemukan pengaruh negatif. Untuk *firm size*, penelitian Dinayu dkk (2020) menunjukkan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, penelitian Susanti dan Restiana (2018) menemukan pengaruh negatif *firm size* terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, risiko bisnis juga memberikan hasil yang beragam. Rinjani dan Indrati (2023) menemukan pengaruh negatif risiko bisnis terhadap nilai perusahaan, sedangkan Dinayu dkk (2020) menyatakan bahwa risiko bisnis justru berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

## KAJIAN PUSTAKA

### Teori sinyal (*Signaling theory*)

Teori sinyal (*Signaling Theory*) yang dikemukakan oleh Spence (1973) menjelaskan bahwa pihak yang memiliki informasi memberikan sinyal kepada investor mengenai kondisi perusahaan, yang dapat memengaruhi keputusan investasi dan harga saham di pasar modal (Munzir et al., 2023). Brigham dan Houston (2018) menyatakan bahwa sinyal yang diberikan manajemen perusahaan membantu investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan. Jika sinyal yang diberikan positif, harga saham cenderung meningkat, sementara sinyal negatif dapat menyebabkan penurunan harga saham (Uy & Hendrawati, 2020). Tingginya harga saham menjadi indikasi bahwa nilai perusahaan juga tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan

pemegang saham (Nguyen & Bui, 2019). Selain itu, pengungkapan informasi lingkungan yang bernuansa positif juga dapat membantu mengurangi risiko penurunan kemakmuran perusahaan di masa depan.

### **Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*)**

*Stakeholder theory* menjelaskan bagaimana perusahaan mengelola harapan para pemangku kepentingan untuk memperoleh dukungan dalam mencapai kesuksesan (Gray et al., 1995). Teori ini menekankan bahwa penciptaan nilai tidak hanya ditujukan bagi pemegang saham, tetapi juga *stakeholder* lain, seperti pelanggan, pemasok, dan institusi keuangan (Schaltegger et al., 2019). Menurut (Sopian dkk (2018), perusahaan tidak dapat menghindari tekanan sosial dan harus menjaga legitimasinya di mata *stakeholder*. Oleh karena itu, perusahaan perlu menyeimbangkan kepentingan bisnis dengan tuntutan lingkungan sosial agar keberlanjutannya tetap terjaga.

### **Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)**

Menurut Shocker dan Sethi (1973), teori legitimasi menyatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada kemampuannya dalam memenuhi harapan masyarakat serta mendistribusikan manfaat ekonomi, sosial, dan politik. Perusahaan perlu menjaga hubungan baik dengan lingkungan sekitarnya untuk memperoleh legitimasi, yang menjadi faktor penting dalam mendapatkan dukungan publik (Mahmud, 2019). Salah satu cara untuk meningkatkan legitimasi adalah melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR), yang mencerminkan kontribusi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Dengan memenuhi norma sosial dan ekologis, perusahaan dapat meningkatkan nilai serta memastikan keberlanjutannya.

### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan mencerminkan keseluruhan aset yang dimiliki perusahaan di pasar modal dan menjadi indikator kinerja serta perkembangan perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan pemegang saham (Octoriawan & Rusliati, 2019). Nilai ini terbentuk melalui mekanisme pasar saham dan dipengaruhi oleh peluang investasi yang tersedia (Wahyuni et al., 2018). Nilai saham

berperan penting dalam mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja perusahaan, yang berdampak langsung pada harga saham. Kenaikan harga saham meningkatkan valuasi perusahaan dan kesejahteraan pemegang saham (Brealey et al., 2007). Dengan demikian, semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar pula keuntungan bagi pemilik perusahaan.

### ***Corporate Social Responsibility* (CSR)**

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan kewajiban perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan mereka (Alamsyah & Malanua, 2021). CSR menciptakan hubungan saling menguntungkan, di mana perusahaan memperoleh manfaat dari lingkungan dan masyarakat melalui operasionalnya serta memberikan kontribusi positif kembali (Winningsih et al., 2022). Selain berdampak sosial, CSR juga membangun reputasi dan meningkatkan nilai perusahaan, memperkuat daya saing di pasar.

### ***Listing Age***

*Listing age* menunjukkan lamanya perusahaan terdaftar di bursa saham sejak go public hingga periode laporan keuangan yang diamati (Hendasri & Taqwa, 2022). Sebagai emiten, perusahaan harus rutin melaporkan kinerja dan strategi kepada investor. *Listing age* mencerminkan kemampuan perusahaan bertahan dan bersaing di industri. Semakin lama terdaftar, semakin berpengalaman perusahaan dalam menghadapi fluktuasi pasar dan perubahan bisnis, yang memperkuat posisi serta meningkatkan nilai perusahaan (Salsa & Nugraha, 2022).

### ***Firm Size***

*Firm size* mencerminkan skala perusahaan yang diukur dari total aset, penjualan, dan rata-rata penjualan (Sinaga et al., 2019). Total aset menjadi indikator utama karena mencerminkan skala operasi dan besarnya modal pemilik (Azzahra et al., 2022). Perusahaan dengan aset besar lebih fleksibel dalam pendanaan eksternal dan berpotensi meningkatkan laba serta nilai pemegang saham. Investor cenderung mengapresiasi perusahaan besar karena dianggap lebih stabil, yang dapat meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan di pasar modal.

### Risiko Bisnis

Menurut Brigham dan Houston (2018), risiko bisnis adalah ketidakpastian dalam proyeksi pendapatan operasi perusahaan. Risiko ini mencerminkan kemungkinan ketidakmampuan perusahaan mendanai operasionalnya, yang lebih kecil jika permintaan produknya stabil. Perusahaan dengan risiko bisnis tinggi cenderung menghindari pendanaan utang untuk mengurangi potensi kerugian. Oleh karena itu, manajemen harus mempertimbangkan risiko bisnis sebelum berutang, karena dapat memengaruhi nilai dan kelangsungan perusahaan, termasuk kemampuan membayar utang (Azzahra et al., 2022).

### METODE PENELITIAN

#### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini akan menganalisis hubungan atau pengaruh antara *Corporate Social Responsibility*, *Listing Age*, *Firm Size*, dan Risiko Bisnis terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) periode 2019-2023.

#### Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) periode 2019-2023. Tercatat terdapat 30 perusahaan dalam indeks ini. Dari total populasi, dipilih 12 perusahaan sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yang bersifat *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah tehnik penentuan sampel dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu atau sesuai dengan kriteria tertentu berdasarkan tujuan penelitian (Sugiyono, 2018).

#### Variabel Penelitian

##### *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengukuran CSR dapat dilakukan menggunakan *Global Reporting Initiative* (GRI) G4 sebagai panduan praktik keberlanjutan. GRI G4 mencakup 91 aspek

utama dalam tiga kategori: ekonomi, lingkungan, dan sosial. Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$CSR = \frac{\sum x_{ij}}{N}$$

##### *Listing Age*

*Listing age* dihitung sejak *Initial Public Offering* (IPO) hingga periode laporan keuangan yang diamati, mencerminkan lamanya perusahaan terdaftar di bursa saham. Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$Listing\ age = Tahun\ penelitian - Tahun\ awal\ listing$$

##### *Firm Size*

*Firm size* merupakan proksi untuk mengkategorikan skala perusahaan berdasarkan total aset, total penjualan, dan kapitalisasi pasar (Hamdani, 2020). Pada penelitian ini *Firm Size* diproksikan dengan *Logaritma* Total Aset. Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$Firm\ Size = \ln(Total\ Aset)$$

##### Risiko Bisnis

Risiko bisnis dapat didefinisikan sebagai ketidakpastian dalam estimasi laba rugi operasional perusahaan di masa depan. Proksi yang digunakan untuk melakukan pengukuran risiko bisnis yaitu menggunakan *Degree of Operating Leverage* (DOL), yaitu DOL adalah alat untuk mengukur bagaimana perubahan dalam penjualan akan memengaruhi laba operasional (EBIT) perusahaan. Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$DOL = \frac{(EBIT_1 - EBIT_0)/EBIT_0}{(SALES_1 - SALES_0)/SALES_0}$$

##### Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan keseluruhan nilai aset yang dimiliki oleh perusahaan, yang tercermin dalam harga sahamnya di pasar modal. Proksi yang digunakan untuk melakukan pengukuran nilai perusahaan bisnis menggunakan *Tobin's Q* yaitu penambahan dari rasio nilai pasar perusahaan dengan utang dan dibandingkan dengan nilai aset perusahaan. Adapun proksi yang digunakan untuk

melakukan pengukuran nilai perusahaan bisnis, yaitu menggunakan *Tobin's Q* dengan rumus sebagai berikut:

$$Tobin's Q = \frac{MVE + DEBT}{TA}$$

### Prosedur Analisis Data Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan data dengan mendeskripsikan atau menyajikan data yang telah terkumpul tanpa menarik kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2018)

### Analisis Model Regresi Data Panel

Data panel (*pool*) merupakan gabungan antara data runtun waktu (*time series*) dengan data ruang (*cross section*). Persamaan regresi data panel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$NP_{it} = \alpha + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 LA_{it} + \beta_3 FS_{it} + \beta_4 RB_{it} + \varepsilon_{it}$$

Keterangan:

$NP_{it}$  = Nilai Perusahaan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$ - $\beta_4$  = Koefisien regresi masing-masing variabel independen

CSR = *Corporate Social Responsibility*

LA = *Listing Age*

FS = *Firm Size*

RB = Risiko Bisnis

$\varepsilon$  = *Error*

i = Data perusahaan

t = Data periode waktu

### HASIL PENELITIAN Statistik deskriptif

**Tabel 3. Analisis Statistik Deskriptif**

|                      | Mean   | Maximum | Minimum | Std. Dev. |
|----------------------|--------|---------|---------|-----------|
| <i>Tobin's Q</i> (Y) | 1,358  | 3,788   | 0,351   | 0,784     |
| CSR (X1)             | 0,323  | 0,714   | 0,066   | 0,158     |
| LA (X2) (tahun)      | 25     | 40      | 9       | 8,224     |
| FS (X3) (triliun Rp) | 95,219 | 287,042 | 20,265  | 71,564    |
| DOL (X4) (x)         | 2,607  | 33,961  | -7,735  | 5,911     |

Size (X3), DOL = *Degree of Operating Leverage* (X4)

Hasil analisis statistik deskriptif pada tabel 3, menunjukkan bahwa Nilai Perusahaan (*Tobin's Q*) memiliki rata-rata 1,358 dengan nilai maksimum 3,788 pada PT Kalbe Farma Tbk (2019) dan minimum 0,351 pada PT XL Axiata Tbk (2023). Standar deviasi sebesar 0,784, lebih kecil dari nilai rata-rata, menunjukkan sebaran data yang kecil.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) (GRI G4) memiliki rata-rata 0,323, maksimum 0,714 pada PT Vale Indonesia Tbk (2023), dan minimum 0,066 pada PT Barito Pacific Tbk (2022). Standar deviasi sebesar 0,158, lebih kecil dari nilai rata-rata, menunjukkan sebaran data yang kecil.

*Listing Age* memiliki rata-rata 25 tahun, dengan maksimum 40 tahun pada PT Barito Pacific Tbk (2023) dan minimum 9 tahun pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (2019). Standar deviasi sebesar 8 tahun, lebih kecil dari nilai rata-rata, menunjukkan sebaran data yang kecil.

*Firm Size* (Total Aset) memiliki rata-rata Rp 95,219 triliun, maksimum Rp 287,042 triliun pada PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (2023), dan minimum Rp 20,265 triliun pada PT Kalbe Farma Tbk (2019). Standar deviasi sebesar Rp 71,564 triliun, lebih kecil dari nilai rata-rata, menunjukkan sebaran data yang kecil.

Risiko Bisnis (DOL) memiliki rata-rata 2,607 kali, maksimum 33,960 kali ada PT Indocement Tungal Prakarsa Tbk (2023), dan minimum -7,735 kali pada PT XL Axiata Tbk (2019). Standar deviasi sebesar 5,911 kali, lebih besar dari rata-rata, menunjukkan sebaran data yang besar.

### Hasil Regresi Data Panel

Dari tiga uji yaitu uji *Chow*, uji *Hausman*, dan uji LM yang digunakan untuk menentukan model regresi data panel yang dilakukan, yang terpilih adalah Regresi Data Panel *Random Effect Model* (REM).

**Tabel 4. Regresi Data Panel Random Effect Model (REM)**

| Variable              | Coefficient | Std. Error         | t-Statistic | Prob.    |
|-----------------------|-------------|--------------------|-------------|----------|
| C                     | 28.95150    | 5.363000           | 5.398378    | 0.0000   |
| CSR                   | -0.538467   | 0.433871           | -1.241074   | 0.2198   |
| LA                    | -0.162195   | 0.442154           | -0.366829   | 0.7152   |
| FS                    | -0.842133   | 0.180486           | -4.665917   | 0.0000   |
| DOL                   | -0.015761   | 0.007543           | -2.089459   | 0.0413   |
| Effects Specification |             |                    |             |          |
|                       |             |                    | S.D.        | Rho      |
| Cross-section random  |             |                    | 0.720999    | 0.8422   |
| Idiosyncratic random  |             |                    | 0.312127    | 0.1578   |
| Weighted Statistics   |             |                    |             |          |
| Root MSE              | 0.298462    | R-squared          |             | 0.397555 |
| Mean dependent var    | 0.258119    | Adjusted R-squared |             | 0.353741 |
| S.D. dependent var    | 0.387775    | S.E. of regression |             | 0.311733 |
| Sum squared resid     | 5.344759    | F-statistic        |             | 9.073671 |
| Durbin-Watson stat    | 1.675628    | Prob(F-statistic)  |             | 0.000011 |
| Unweighted Statistics |             |                    |             |          |
| R-squared             | 0.182167    | Mean dependent var |             | 1.357994 |
| Sum squared resid     | 29.68028    | Durbin-Watson stat |             | 0.301743 |

Keterangan: *Tobin's Q* (Y), CSR = *Corporate Social Responsibility* (X1), LA = *Listing Age* (X2), FS = *Firm Size* (X3), DOL = *Degree of Operating Leverage* (X4)

### Uji Kelayakan Model

#### Uji F

Pada tabel 4. Nilai prob (F-statistic) sebesar 0,000, yaitu  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa uji model layak untuk digunakan.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pada tabel 4. diketahui bahwa nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0,3537 yang menunjukkan bahwa CSR, LS, TA, dan DOL berpengaruh sebesar 0,3537 (35,37 persen) terhadap Nilai perusahaan sisanya 64,63 persen dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain diluar penelitian.

### Uji Hipotesis

Hipotesis pertama, yang menguji apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, menunjukkan hasil bahwa CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar -0,5384 dengan tingkat signifikansi 0,2198 ( $>0,05$ ), sehingga hipotesis pertama ditolak.

Hipotesis kedua, yang menguji apakah *Listing Age* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, juga menunjukkan hasil yang tidak

signifikan. *Listing Age* memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,1621 dengan tingkat signifikansi 0,7152 ( $>0,05$ ), sehingga hipotesis kedua ditolak.

Hipotesis ketiga, yang menguji apakah *Firm Size* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, menunjukkan bahwa *Firm Size* justru berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,8421 dan tingkat signifikansi 0,000 ( $<0,05$ ), sehingga hipotesis ketiga ditolak.

Hipotesis keempat, yang menguji apakah Risiko Bisnis berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan, menunjukkan hasil yang sesuai dengan prediksi. Risiko Bisnis memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,0157 dan tingkat signifikansi 0,0413 ( $<0,05$ ), sehingga hipotesis keempat diterima.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji t menunjukkan koefisien regresi CSR sebesar -0,5384 dengan signifikansi 0,2198 ( $> 0,05$ ), yang berarti CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka, hipotesis pertama ditolak.

Pengungkapan CSR belum berdampak positif karena komunikasi yang belum efektif, sehingga belum dianggap penting oleh pemangku kepentingan. Perusahaan masih lebih fokus pada aspek keuangan dibanding pelaporan non-keuangan seperti CSR (Suryati et al., 2019). Rata-rata pengungkapan CSR di 12 perusahaan *Jakarta Islamic Index* juga rendah, seluruhnya di bawah 50%, dan banyak yang belum menyediakan laporan keberlanjutan, terutama aspek lingkungan. CSR juga dianggap sebagai kewajiban yang menjadi beban perusahaan sesuai UUPT No. 40 Tahun 2007, sehingga tidak dipandang sebagai nilai tambah oleh investor (Rahayu & Agustina, 2022). Investor lebih mempertimbangkan faktor pasar dan keuangan dibandingkan tanggung jawab sosial (Muliani et al., 2019). Mereka cenderung mengejar keuntungan seperti dividen atau capital gain tanpa mempertimbangkan aspek sosial perusahaan (Valentino & Setiawan, 2024).

Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Valentino & Setiawan (2024),

Adelina dan Arza (2021), dan Yuliandari (2020) yang juga menunjukkan pengaruh negatif dan tidak signifikan CSR terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh *Listing Age* terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil uji t menunjukkan koefisien *Listing Age* sebesar -0,1621 dengan signifikansi 0,7152 ( $> 0,05$ ), yang berarti *Listing Age* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka, hipotesis kedua ditolak.

Secara teoritis, semakin lama perusahaan tercatat di bursa, seharusnya semakin tinggi tanggung jawab dan transparansi informasinya, yang dapat meningkatkan kepercayaan investor (Susanti & Restiana, 2018). Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usia listing yang lebih panjang justru cenderung menurunkan nilai perusahaan. Hal ini bisa disebabkan oleh model bisnis yang mulai usang, kurang inovatif, dan tidak responsif terhadap perubahan (Dewi & Susanto, 2022). Perusahaan lama juga belum tentu menunjukkan kinerja stabil atau menarik minat investor (Anggasta & Suhendah, 2020). Persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan dengan umur listing panjang tetap menghadapi tantangan mempertahankan daya saing (Zahara & Harahap, 2022). Investor cenderung lebih mempertimbangkan kinerja keuangan, inovasi, dan strategi bisnis daripada usia perusahaan (Hermawinata & Sufiyati, 2023).

Temuan ini sejalan dengan penelitian Zahara dan Harahap (2022) yang juga menyatakan bahwa *Listing Age* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil uji t menunjukkan bahwa koefisien regresi *Firm Size* sebesar -0,8421 dengan signifikansi 0,0000 ( $< 0,05$ ), yang berarti *Firm Size* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka, hipotesis ketiga ditolak.

Secara teori, ukuran perusahaan yang besar diasumsikan menunjukkan kredibilitas, stabilitas, dan prospek yang baik (Azzahra et al., 2022). Namun, hasil penelitian ini menunjukkan sebaliknya. Koefisien negatif

menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan justru cenderung menurunkan nilai perusahaan. Hal ini bisa disebabkan oleh ketidakefisienan dalam pengelolaan aset atau kurangnya sinyal positif dari total aset yang besar (Clarinda et al., 2023). Dalam teori sinyal, aset besar seharusnya memberi sinyal positif, namun dapat pula ditafsirkan negatif jika dianggap tidak efisien (Fajriah et al., 2022). Pemilik perusahaan juga dapat khawatir jika pertumbuhan aset tidak diiringi dengan peningkatan kinerja. Selain itu, semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula kebutuhan dan beban dana operasional, termasuk risiko gagal bayar akibat utang yang meningkat (Hermawinata & Sufiyati, 2023). Kemudian, perusahaan besar juga cenderung menahan laba untuk pembiayaan internal dan mengurangi distribusi dividen, yang bisa menurunkan daya tarik bagi investor (Ukhriyawati & Dewi, 2019).

Temuan ini sejalan dengan penelitian Hermawinata dan Sufiyati (2023), Rivandi dan Petra (2022), serta Fajriah et al. (2022) yang menyimpulkan bahwa *Firm Size* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh Risiko Bisnis terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil uji t menunjukkan bahwa koefisien regresi Risiko Bisnis sebesar -0,0157 dengan nilai signifikansi 0,0413 ( $< 0,05$ ), yang berarti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka, hipotesis keempat diterima.

Risiko bisnis mencerminkan ketidakpastian pendapatan operasi masa depan. Menurut teori sinyal, risiko tinggi mengirimkan sinyal negatif kepada investor sehingga dapat menurunkan nilai perusahaan (Munzir et al., 2023). Semakin tinggi *Degree of Operating Leverage* (DOL), maka semakin tinggi pula risiko bisnis (Triyonowati & Maryam, 2022). Meskipun risiko tinggi dapat menawarkan potensi return besar, namun investor cenderung tidak mempertimbangkan hal ini karena risiko sulit diukur secara pasti (Olyvia & Widyawati, 2022). Koefisien negatif DOL menunjukkan bahwa peningkatan risiko bisnis berdampak pada penurunan nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena risiko tinggi menimbulkan ketidakpastian laba di masa depan dan dapat

menurunkan minat investasi (Rinjani & Indrati, 2023). Sesuai teori sinyal, informasi negatif seperti meningkatnya risiko dapat membatalkan niat investor karena dianggap sebagai tanda penurunan kinerja (Pangestuti et al., 2022). Risiko bisnis yang tinggi juga menunjukkan bahwa perusahaan mungkin kesulitan dalam mendanai operasionalnya, yang menjadi sinyal buruk bagi investor (Bandanuji & Khoiruddin, 2020). Akibatnya, produktivitas menurun, minat investor berkurang, harga saham turun, dan nilai perusahaan ikut terdampak.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Pujakesuma (2022), Rinjani dan Indrati (2023), serta Pangestuti et al. (2022) yang menyatakan bahwa Risiko Bisnis berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, yang mengindikasikan bahwa rendahnya kualitas pengungkapan CSR tidak mampu meningkatkan kepercayaan investor. *Listing age* juga berpengaruh negatif dan tidak signifikan, menandakan bahwa lamanya perusahaan terdaftar di bursa tidak menjadi faktor utama dalam keputusan investasi investor. *Firm size* memiliki pengaruh negatif dan signifikan, yang menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan justru dapat menurunkan nilai perusahaan karena meningkatnya risiko keuangan akibat tingginya jumlah utang. Sementara itu, risiko bisnis berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berarti semakin tinggi risiko bisnis, semakin rendah nilai perusahaan akibat ketidakpastian profitabilitas yang dapat mengurangi kepercayaan investor. Dengan demikian, perusahaan perlu meningkatkan transparansi CSR, mengelola risiko keuangan, dan memastikan stabilitas operasional agar dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adelina, F., & Arza, F. I. (2021). Pengaruh Intellectual Capital dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2020. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 3(3), 583–598.
- Alamsyah, M. F., & Malanua, W. (2021). Pengaruh Investment Opportunity Set, Corporate Social Responsibility, dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(2), 154.
- Anggasta, G., & Suhendah, R. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dividen dan Umur Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, 2(2), 586–593.
- Anggraeni, D. M., & Susilo, D. E. (2022). Pengaruh Manajemen Laba, Ukuran Perusahaan, Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2018-2020). *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(1), 21–32.
- Azzahra, V. F., Saphira, J., & Astuti, C. D. (2022). Pengaruh kepemilikan institusional, risiko bisnis, kualitas audit, ketepatan waktu pelaporan keuangan, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(3), 2622–2205.
- Bandanuji, A., & Khoiruddin, M. (2020). Management Analysis Journal the Effect of Business Risk and Firm Size on Firm Value with Debt Policy as Intervening Variable Article Information. In *Management Analysis Journal* (Vol. 9, Issue 2).
- Brealey, Myers, & Marcus. (2007). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*. Erlangga.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen keuangan I* (Edisi 14). Salemba Empat.
- Clarinda, L., Susanto, L., & Dewi, S. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 5(1), 2099–2108.
- Cristofel, C., & Kurniawati, K. (2021). Pengaruh Enterprise Risk Management, Corporate Social Responsibility dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai

- Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 14(1).
- Dewi, C., & Susanto, L. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Kepemilikan Institusional, dan Umur Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 4(2), 540–549.
- Dinayu, chani, Sinaga, A., & Sakuntala, d. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Kimia yang di Indonesia. *Jurnal Fidusia*, 3(1).
- Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 1–12.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 47–77.
- Haryono, A. A. L., & Lestari, H. S. (2022). Pengaruh enterprise risk management, profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan umur perusahaan terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(9), 2622–2205.
- Hendasri, M. R., & Taqwa, S. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Listing Age, Profitabilitas dan Reputasi KAP terhadap Corporate Internet Financial Reporting (CIFR) pada Bank Konvensioal Tahun 2018-2020. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)*, 4(3), 496–512.
- Hermawinata, V. C., & Sufiyati. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Solvabilitas, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 5(3), 1345–1355.
- Mahmud, T. (2019). Legitimacy Theory and its Relationship to CSR Disclosures: A Literature Review. *Economic Research Publication Information* 163, p.1-16 03-29-2019 Kyushu University Graduate School of Economics Society, 1–16.
- Muliani, K., Novitasari, N. L. G., & Saitri, P. W. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 290–321.
- Munzir, M., Andriyan, Y., & Hidayat, R. (2023). Consumer Goods: Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dimediasi oleh Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Dan Governance*, 3(2), 153.
- Nguyen, T. T. N., & Bui, P. K. (2019). Dividend policy and earnings quality in Vietnam. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 26(2), 301–312.
- Octoriawan, A., & Rusliati, E. (2019). Corporate Social Responsibility, Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Moderasi ukuran Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 11(2), 60–68.
- Olyvia, P. E., & Widyawati, D. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Risiko Bisnis, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(9).
- Pangestuti, D. C., Muktiyanto, A., Geraldina, I., & Darmawan. (2022). Role of Profitability, Business Risk, and Intellectual Capital in Increasing Firm Value. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 37(3), 311–338.
- Pratiwi, L. (2020). Memahami pentingnya Informasi Akuntansi dalam Pengambilan Keputusan Investasi bagi Investor: Sebuah Kajian Literatur. *Accounting Auditing & Accountability Journal*, 1(1), 1–15.
- Pujakesuma, A. (2022). Penerapan Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance dan Resiko Bisnis terhadap Nilai Perusahaan. *Remik*, 6(4), 974–986.
- Rahayu, A., & Agustina, R. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dan Volume Perdagangan Saham. *Journal of Finance and Accounting Studies*, 4(2), 90–96.
- Rajagukguk, L., Ariesta, V., & Pakpahan, Y. (2019). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Keputusan Investasi, dan Kebijakan Utang Terhadap Nilai

- Perusahaan. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 77–90.
- Rinjani, F., & Indrati, M. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Risiko Bisnis, dan Struktur Utang Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26376–26383.
- Salsa, S. S., & Nugraha, D. S. (2022). Pengaruh Umur Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 2(3), 692–703.
- Schaltegger, S., Hörisch, J., & Freeman, R. E. (2019). Business cases for sustainability: A stakeholder theory perspective. *Organization and Environment*, 32(3), 191–212.
- Shocker, A. D., & Sethi, S. P. (1973). An Approach to Incorporating Societal Preferences in Developing Corporate Action Strategies. *California Management Review*, 15(4), 97–105.
- Sinaga, L. V., Nababan, A. M., Sinaga, A. N., Hutahean, T. F., & Guci, S. T. (2019). Pengaruh Sales Growth, Firm Size, Debt Policy, Return on Asset terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 2(2), 345–355.
- Sopian, A., Mulya, H., & Mulya, H. (2018). The Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure on Firm Value. *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)*, 6(11).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryati, A. K., Gama, A. W. S., & Astiti, N. P. Y. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Forum Manajemen*, 17(2), 111–121.
- Susanti, N., & Restiana, N. G. (2018). What's the Best Factor to Determining Firm Value? *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(2), 301–309.
- Triyonowati, & Maryam, D. (2022). *Buku Ajar Manajemen Keuangan II* (Edisi Pertama). Indomedia Pustaka. [www.indomediapustaka.com](http://www.indomediapustaka.com)
- Ukhriyawati, C. F., & Dewi, R. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Equilibiria*, 6(1), 1–14.
- Uy, W. S., & Hendrawati, E. (2020). Social Responsibility dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 2(2), 87–108.
- Valentino, A. D., & Setiawan, P. E. (2024). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), 272–285.
- Wahyuni, W., Nugraha, I. N., & Hidayati, S. A. (2018). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Variabel Pemoderasi Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Periode 2010 - 2017. *JMM UNRAM - Master of Management Journal*, 7(2).
- Winningsih, P., Unkris, J., Timur, J. J., & Rejeki, D. (2022). Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Determinasi Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020). *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Krisnadwipayana*, 9(1), 520–536.
- Yuliandari, G. A. P. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, dan Investment Opportunity Set terhadap Nilai Perusahaan LQ45 Tahun 2017-2018. *Values*, 1(4), 209–220.
- Zahara, F. A., & Harahap, L. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Risiko Pasar, Profitabilitas, Umur Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Trilogi Accounting and Business Research*, 03(01), 149–166.

