

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai pasar pada perusahaan keluarga dan non keluarga. Sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2016. Perusahaan manufaktur dibagi menjadi perusahaan keluarga dan non keluarga. Ada sebanyak 327 observasi yang menjadi sampel. Sebanyak 78 sampel untuk perusahaan keluarga dan 249 sampel untuk perusahaan non keluarga. Penelitian ini menggunakan teknik regresi linier berganda. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai pasar perusahaan dan variabel independen yang digunakan adalah *CSR*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan *CSR* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai pasar. Namun, pengungkapan *CSR* terhadap pada perusahaan keluarga tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja pasar perusahaan.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility*, Pengungkapan *CSR*, Nilai pasar, Perusahaan keluarga