

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Windya Sheryn UY

Erna Hendrawati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

Abstract— *This study aims to examine and analyze the effect of corporate social responsibility and environmental performance on company value. This type of research is descriptive quantitative research and uses secondary data. The population in this study is manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period of 2016-2018. The research sampling technique was done by using purposive sampling method. Criteria for selecting research samples are manufacturing companies that are participants of the 2016-2018 PROPER period, manufacturing companies that have not suffered a net loss for 3 years, and manufacturing companies that publish financial reports and annual reports and present additional information for research. Manufacturing companies that became the sample of research according to criteria amounted to 39. Data collection methods by downloading financial reports and annual reports on the Indonesia Stock Exchange website. The analysis technique uses multiple linear regression analysis. The results showed that partially corporate social responsibility affects the value of the company, while environmental performance does not affect the value of the company. The results of the study simultaneously showed that corporate social responsibility and environmental performance influence the value of the company.*

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Environmental Performance, Company Value.*

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh corporate social responsibility dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif dan menggunakan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. Teknik pengambilan sampel penelitian dilakukan dengan metode purposive sampling. Kriteria pemilihan sampel penelitian yaitu perusahaan manufaktur yang merupakan peserta PROPER periode 2016-2018, perusahaan manufaktur yang tidak mengalami kerugian bersih selama 3 tahun, dan perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan maupun laporan tahunan serta menyajikan informasi tambahan untuk penelitian. Perusahaan manufaktur yang menjadi sampel penelitian sesuai kriteria berjumlah 39. Metode pengumpulan data dengan cara mengunduh laporan keuangan dan laporan tahunan di situs Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial corporate social responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa corporate social responsibility dan kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.*

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility, Kinerja Lingkungan, Nilai Perusahaan.*

1. Pendahuluan

Setiap entitas mempunyai tujuan untuk menjaga keberlangsungan usahanya agar eksistensinya tetap terjaga. Dalam menjaga keberlangsungan usahanya, sebuah entitas harus memiliki tujuan yang jelas dan terarah. Menurut Anjasari dan Andriati (2016), ada beberapa hal yang menjadi tujuan dari sebuah entitas, yaitu untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya, ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemilik saham, serta memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Perusahaan dalam mencapai tujuannya tersebut akan menghadapi banyak tantangan. Perusahaan tidak hanya akan menghadapi tantangan dalam memaksimalkan kinerja keuangannya dan menghasilkan keuntungan ekonomi. Persoalan lain yang harus dihadapi perusahaan adalah masalah lingkungan karena perusahaan akan melibatkan lingkungan sehingga lingkungan berkontribusi kepada perusahaan dalam mencapai tujuannya. Komitmen terhadap lingkungan hidup maupun lingkungan sosial merupakan hal yang utama dan tidak terpisahkan dari kegiatan operasional perusahaan (Ningsih dan Rachmawati, 2016). Perusahaan tidak hanya dituntut untuk mengejar keuntungan ekonomi, tetapi juga seharusnya memperhatikan lingkungan hidup maupun lingkungan sosial. Dengan kata lain, perusahaan harus berorientasi pada konsep *triple bottom line*, yaitu meliputi keuangan (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*). Tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan hidup dan lingkungan sosial sudah diatur di dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang menyatakan bahwa Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Corporate Social Responsibility merupakan bentuk dari pertanggungjawaban perusahaan atas aktivitas operasionalnya yang memberi dampak kepada lingkungan hidup maupun lingkungan sosial. Perusahaan yang mengungkapkan informasi *Corporate Social Responsibility* di dalam laporan keuangan maupun laporan tahunan menunjukkan bahwa perusahaan telah berkontribusi dalam melestarikan lingkungan hidup dan menjaga hubungan sosial. Dengan pengungkapan informasi positif tersebut, maka kepercayaan masyarakat dapat ditingkatkan. Para investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan yang mempunyai citra baik di mata masyarakat dan memiliki kepedulian terhadap lingkungan. Pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* dapat membuat para pemegang kepentingan (*stakeholder*) termotivasi untuk mengidentifikasi kegiatan serta biaya dalam melaksanakan tanggung jawab sosial dengan bertujuan untuk meningkatkan kualitas lingkungan dan kesejahteraan pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan.

Pengelolaan kinerja lingkungan merupakan upaya manajemen dalam mencegah kerusakan lingkungan yang bertujuan untuk melestarikan lingkungan. Kinerja lingkungan perusahaan yang

bagus dapat dijadikan sebagai salah satu faktor dalam meningkatkan nilai perusahaan. Semakin baik pertanggungjawaban perusahaan kepada kelestarian lingkungan hidup, maka semakin baik juga citra perusahaan (Hariati dan Rihatiningtyas, 2016). Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik akan mendapat respon positif oleh investor, sehingga nilai perusahaan dapat ditingkatkan melalui peningkatan harga saham.

Corporate Social Responsibility dan kinerja lingkungan yang baik dan benar dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena akan mendapatkan respon positif dari investor melalui peningkatan harga saham. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi juga nilai perusahaan (Astiari dkk., 2014). Nilai perusahaan merupakan indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan (Nurlela dan Islahuddin, 2008). Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang sehingga nilai perusahaan dapat ditingkatkan. Para pemilik perusahaan menginginkan nilai perusahaan yang tinggi, sebab nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemakmuran para pemegang saham. Investor cenderung lebih tertarik untuk menanamkan sahamnya ke perusahaan yang memiliki kinerja yang baik.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Anjasari dan Andriati (2016) berjudul “Pengaruh Tata Kelola Perusahaan dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan” menyatakan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Hariati dan Rihatiningtyas (2016) berjudul “Pengaruh Tata Kelola Perusahaan dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan” menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Ghaesani (2016) berjudul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan” menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Puspitasari dan Ermayanti (2019) berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Moderasi” menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. Telaah Pustaka Dan Pengembangan Hipotesis

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Teori Legitimasi

Teori legitimasi menyatakan bahwa entitas dalam menjalankan bisnisnya secara berkesinambungan harus memastikan telah mematuhi norma-norma yang berlaku di masyarakat dan aktivitasnya tersebut dapat diterima oleh pihak luar (dilegitimasi), sehingga entitas berupaya memperoleh persetujuan supaya terhindar dari sanksi. Adanya hubungan timbal balik antar dua

pihak, yaitu perusahaan dengan lingkungan, sehingga legitimasi bermanfaat dan merupakan sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*) (Setiawan, 2016). Apabila perusahaan mampu mendapatkan legitimasi, maka perusahaan akan mendapat dukungan dari masyarakat. Sebaliknya jika perusahaan kurang mendapatkan legitimasi, maka perusahaan akan kehilangan dukungan dari masyarakat.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dan upaya memperbaiki kinerja lingkungan merupakan bentuk usaha perusahaan dalam menyeimbangkan norma yang berlaku di perusahaan dengan norma yang berlaku di masyarakat. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* membuktikan bahwa perusahaan telah berkontribusi kepada lingkungan hidup maupun lingkungan sosial yang dapat digunakan untuk meningkatkan legitimasi perusahaan. Oleh karena itu, pemenuhan legitimasi terhadap lingkungan akan meningkatkan nilai perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan terjamin.

2.1.2. Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* menjelaskan bagaimana manajemen perusahaan memenuhi atau mengelola harapan para *stakeholder*. Teori *stakeholder* memperhatikan posisi para *stakeholder* yang dianggap mempunyai kekuatan, sehingga *stakeholder* menjadi pertimbangan bagi perusahaan dalam mengungkapkan atau tidak suatu informasi di dalam laporan keuangan. Berdasarkan teori *stakeholder* manajemen organisasi diharapkan untuk melakukan aktivitas yang dianggap penting oleh *stakeholder* mereka dan melaporkan kembali aktivitas-aktivitas tersebut pada *stakeholder* (Az'mi, 2015). Tanggung jawab perusahaan tidak hanya untuk memaksimalkan laba untuk kepentingan para pemegang saham (*shareholder*), tetapi juga harus dapat menyejahterahkan kepentingan *stakeholder* pada ranah sosial kemasyarakatan, yang disebut tanggung jawab sosial (*social responsibility*). Tanggung jawab perusahaan yang awalnya hanya diukur dengan menggunakan indikator ekonomi (*economic focused*) dalam laporan keuangan, maka saat ini perusahaan juga harus memperhitungkan faktor-faktor sosial (*social dimensions*) terhadap *stakeholder*. Salah satu upaya yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan mengungkapkan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) yang mengandung informasi perihal kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan kepada pemangku kepentingan perusahaan.

2.1.3. Teori Sinyal

Teori sinyal menjelaskan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal yang merupakan informasi mengenai perusahaan kepada pengguna laporan keuangan. Pertanggungjawaban manajemen kepada para pemilik perusahaan dalam bentuk laporan keuangan dapat dianggap sebagai sinyal bahwa manajer telah bertindak sesuai dengan kontrak yang disepakati

bersama. Teori sinyal merupakan sinyal-sinyal informasi yang dibutuhkan oleh investor untuk mempertimbangkan dan menentukan apakah para investor akan menanamkan sahamnya atau tidak pada perusahaan yang bersangkutan. Jika sinyal manajemen mengandung informasi yang baik, maka dapat meningkatkan harga saham. Sebaliknya jika sinyal manajemen mengandung informasi yang tidak baik, maka dapat mengakibatkan penurunan harga saham. Jika perusahaan mengungkapkan informasi lingkungan yang bernuansa positif, maka tindakan tersebut dapat mengurangi risiko berkurangnya kemakmuran yang mungkin dihadapi perusahaan di masa mendatang (Nezz dkk, 2005 dalam Ghozali dan Chariri 2007).

2.1.4. *Corporate Social Responsibility*

“*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya” (Wibisono, 2007:7). Menurut Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. *Corporate Social Responsibility* adalah bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada pihak-pihak yang memiliki hubungan atau berkepentingan dengan perusahaan yang meliputi aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan terhadap aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan.

Aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan akan mengeluarkan biaya sosial. Oleh karena itu, *Corporate Social Responsibility* dalam penelitian ini diukur dari biaya sosial yang telah dikeluarkan perusahaan. Dalam penelitian ini, biaya *Corporate Social Responsibility* dapat dilihat pada alokasi dana untuk Program Bina Lingkungan yang tercantum dalam laporan keuangan ataupun laporan tahunan perusahaan (Camilia, 2016). Program Bina Lingkungan meliputi alokasi dana untuk bantuan bencana alam, pendidikan dan atau pelatihan, kesehatan, sarana atau prasarana umum, sarana ibadah, dan pelestarian alam (Fitriani, 2013). Biaya *Corporate Social Responsibility* dihitung dengan membandingkan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan laba bersih setelah pajak (Hadi, 2011 dan Babalola, 2012). Oleh karena itu, *Corporate Social Responsibility* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Fitriani, 2013; Camilia, 2016; Dewata dkk., 2018; Siregar dkk., 2019):

$$\text{Biaya } \textit{Corporate Social Responsibility} = \frac{\text{Biaya Program Bina Lingkungan}}{\text{Laba Bersih setelah Pajak}}$$

2.1.5. Kinerja Lingkungan

“Kinerja lingkungan adalah hasil dapat diukur dari sistem manajemen lingkungan, yang terkait dengan kontrol aspek-aspek lingkungannya” Purwanto (2004:4). “Kinerja lingkungan (*environmental performance*) adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*)” (Suratno, dkk., 2006:8). Kinerja lingkungan adalah suatu upaya perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik dan melestarikan lingkungan. Apabila tingkat kerusakan lingkungan rendah, maka menunjukkan kinerja lingkungan perusahaan baik. Sebaliknya apabila tingkat kerusakan lingkungan tinggi, maka menunjukkan kinerja lingkungan perusahaan buruk (Sulistiawati dan Dirgantari, 2017).

Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) adalah instrumen yang digunakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup untuk melakukan penilaian dan pemeringkatan ketaatan perusahaan dalam melakukan kinerja lingkungannya. PROPER diselenggarakan untuk meningkatkan peran perusahaan dalam program pelestarian lingkungan hidup. *Rating* PROPER dapat diandalkan dan cukup terpercaya untuk mengukur kinerja lingkungan perusahaan, karena kesesuaiannya dengan ISO 14001 (Sarumpaet, 2005). Oleh karena itu, indikator pengukuran kinerja lingkungan perusahaan di Indonesia menggunakan PROPER (Sulistiawati dan Dirgantari, 2016; Sawitri, 2017; Siregar dkk., 2018; Putri dkk., 2019).

Tabel 2.1.
Penilaian Kinerja Lingkungan PROPER

Kinerja Warna PROPER	<i>Passing Grade</i>	Skor
EMAS	Sangat Baik	5
HIAU	Baik	4
BIRU	Sudah Taat	3
MERAH	Belum Taat	2
HITAM	Tidak Ada Upaya	1

Sumber: www.menlhk.go.id

2.1.6. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar (Nurlela dan Islahuddin, 2008). Nilai perusahaan adalah nilai atau harga pasar yang berlaku atas saham umum perusahaan. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum jika harga saham perusahaan meningkat (Ramona, 2017). Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi keuntungan pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi akan mengakibatkan harga saham juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan saat ini dan di masa mendatang. Nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen mengelola sumber daya yang dimiliki, hal ini bisa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan. Kinerja yang dilakukan perusahaan dapat berupa kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan di dalam memperbaiki kerusakan.

Nilai perusahaan diukur dengan menggunakan rasio Tobin's Q. Rasio Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Nilai Tobin's Q perusahaan yang rendah antara 0 dan 1 mengindikasikan bahwa biaya ganti aset perusahaan lebih besar daripada nilai pasar perusahaan tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa pasar menilai kurang terhadap perusahaan tersebut (Yudharma dkk., 2018). Nilai Tobin's Q perusahaan yang tinggi lebih dari 1 mengindikasikan bahwa nilai pasar perusahaan lebih besar daripada nilai aset perusahaan yang tercatat. Hal ini mengindikasikan pasar memberikan penilaian lebih terhadap perusahaan. Semakin tinggi nilai rasio Tobin's Q, menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek tingkat pertumbuhan yang tinggi juga.

Rasio Tobin's Q dirumuskan dalam persamaan sebagai berikut (Rosiana dkk., 2013; Astiari dkk., 2014; Ramona, 2017; Rustendi, 2018):

$$\text{Rasio Tobin's Q} = \frac{(\text{EMV} + \text{D})}{(\text{EBV} + \text{D})}$$

2.2. Pengembangan Hipotesis

2.2.1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

Aktivitas dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* akan mengeluarkan biaya. Biaya dari aktivitas tersebut merupakan biaya yang harus dibebankan oleh perusahaan yang timbul bersamaan dengan penyediaan barang dan jasa kepada konsumen. Pengungkapan informasi biaya *Corporate Social Responsibility* merupakan nilai baik dari perusahaan melalui kegiatan konservasi lingkungan dan sosial. *Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan kinerja lingkungan dan mengendalikan biaya. Pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan akan memberikan sinyal positif bagi investor di mana perusahaan telah bertanggungjawab terhadap lingkungan hidup maupun lingkungan sosial dan akan berdampak positif bagi nilai perusahaan.

H₁ : *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

2.2.2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility merupakan bentuk kepedulian perusahaan dalam menjaga lingkungan di sekitarnya. Pengungkapan biaya *Corporate Social Responsibility* merupakan perwujudan perusahaan dalam mengimplementasikan tanggung jawab sosial dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan karena menjadi salah satu landasan etika bisnis perusahaan. Ketika perusahaan mengungkapkan biaya

Corporate Social Responsibility, maka perusahaan akan menyampaikan informasi tentang prospek baik yang dimiliki perusahaan kepada para penerima informasi khususnya para investor. Informasi yang direspon positif akan mempengaruhi tingkat investasi para investor. Hal tersebut bisa mempengaruhi nilai harga saham perusahaan dan akan berpengaruh juga pada nilai perusahaan. “Perusahaan yang mengeluarkan biaya untuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* akan memiliki potensi yang lebih besar dalam meningkatkan nilai perusahaan daripada perusahaan yang tidak mengeluarkan biaya untuk kegiatan *Corporate Social Responsibility*” (Yudharma dkk., 2016:178).

Penelitian yang dilakukan oleh Rosiana dkk., (2013) dan Sunaryo dkk., (2018) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Namun, ada perbedaan pada penelitian Fajari dan Isyuardhana (2019) dan Ghaesani (2016) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H₂ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

2.2.3. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

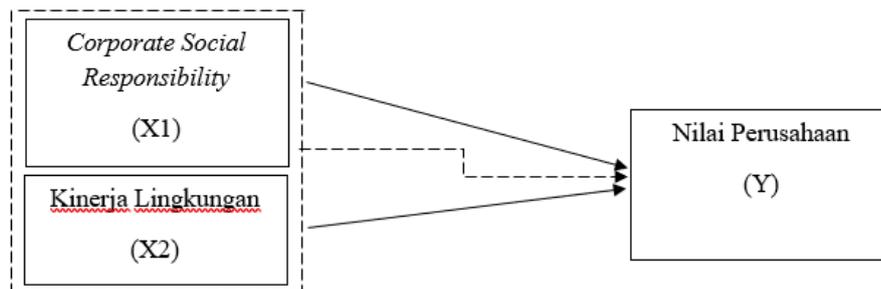
Kinerja lingkungan merupakan upaya perusahaan dalam memperbaiki dan melestarikan lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan yang telah memberi dampak terhadap lingkungan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik, cenderung akan melaporkan kinerjanya kepada *stakeholder*. Hal ini dikarenakan perusahaan ingin menunjukkan kepada *stakeholder* bahwa kinerja lingkungannya baik, karena *stakeholder* yang akan menentukan nasib perusahaan. Kepedulian perusahaan dalam bidang manajemen lingkungan dapat memberikan nilai perusahaan. Apabila perusahaan menginginkan nilai perusahaan meningkat, maka perusahaan harus mampu meningkatkan kinerja lingkungannya, hal ini dikarenakan masyarakat akan menaruh kepercayaannya terhadap perusahaan. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra baik, karena berdampak pada tingginya loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dengan tingkat kinerja lingkungan yang baik akan menghasilkan citra yang baik di mata masyarakat dan investor dan akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Penelitian Anjasari dan Andriati (2016), dan Sawitri (2017) menyatakan bahwa kinerja lingkungan tidak memiliki pengaruh secara langsung dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian mereka bertentangan dengan penelitian Anggraeni (2015) dan Hariati dan Rihatiningtyas (2016) yang menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

H₃ : Kinerja Lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

2.3. Model Analisis

Gambar 2.1.
Kerangka Berpikir



Keterangan:

- > = Berpengaruh secara simultan
 -----> = Berpengaruh secara parsial

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian asosiatif. Penelitian kuantitatif menguji teori-teori dengan mengukur variabel-variabel penelitian, serta melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Penelitian jenis deskriptif menjelaskan secara sistematis, aktual, dan akurat tentang hubungan kausal variabel-variabel yang diteliti, sehingga akan didapatkan bukti empiris dari hasil penelitian. Metode penelitian asosiatif akan meneliti hubungan antar variabel. Penelitian ini dimulai dengan membuat hipotesis berdasarkan penelitian terdahulu dan didukung oleh teori-teori, selanjutnya membuat model analisis, mengidentifikasi variabel, membuat definisi operasional variabel, mengumpulkan data berdasarkan populasi dan sampel serta melakukan analisis. Pengumpulan data menggunakan metode studi kepustakaan dan studi dokumentasi. Studi kepustakaan yaitu mengkaji informasi dari berbagai penelitian terdahulu untuk mempelajari permasalahan yang berkaitan, serta mengumpulkan data dan melakukan pencatatan teori-teori dari berbagai sumber dan literatur-literatur yang berhubungan dengan pembahasan penelitian sebagai landasan teori yang relevan dan mendukung dalam menjawab hipotesis. Studi dokumentasi yaitu dilakukan dengan cara mengunduh, mencatat, dan menyalin informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dalam penelitian untuk pengumpulan data, serta menentukan kriteria tertentu untuk menentukan data yang digunakan. Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif, berupa laporan keuangan dan laporan tahunan. Cara mengumpulkan data sekunder dari *Indonesia Stock Exchange (IDX)* tahun 2016-2018 yang diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) dan diunduh dari www.idx.co.id.

3.1. Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2016-2018. Teknik pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik pemilihan sampel di mana peneliti telah membuat kriteria sampel berdasarkan subjek yang akan dijadikan sampel penelitian. Kriteria penelitian sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang merupakan peserta PROPER periode 2016-2018.
2. Perusahaan manufaktur yang tidak memiliki kerugian bersih selama periode 2016-2018.
3. Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan dan laporan tahunan yang telah diaudit setiap periode, serta menyediakan informasi tambahan untuk penelitian (tidak termasuk perusahaan manufaktur yang mengalami *delisting*).

3.2. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan dengan pengujian statistik menggunakan aplikasi SPSS 17.0. Sebelum melakukan pengujian statistik, terlebih dahulu memberi gambaran mengenai data-data yang sudah dikumpulkan dengan metode statistik deskriptif. Uji statistik yang dilakukan yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Uji hipotesis dilakukan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan sehingga mendapatkan bukti empiris dari hasil penelitian. Uji hipotesis yang dilakukan yaitu pengujian hipotesis simultan (uji F), pengujian koefisien determinasi (*R Square*), dan pengujian hipotesis parsial (uji t).

3.2.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan model regresi dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien regresi variabel independen

e = Error

X₁ = *Corporate Social Responsibility*

X₂ = Kinerja Lingkungan

Y = Nilai Perusahaan

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengukur pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan. Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mempublikasikan laporan keuangan dan laporan tahunan periode 2016-2018. Populasi perusahaan manufaktur sebanyak 144 dan sampel yang digunakan dalam penelitian dengan mempertimbangkan kriteria di atas adalah 39. Di bawah telah disajikan tabel rincian populasi dan sampel penelitian:

Tabel 4.1.
Rincian Populasi dan Sampel Penelitian

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018	144
2.	Perusahaan Manufaktur yang bukan merupakan peserta PROPER periode 2016-2018	(100)
3.	Perusahaan Manufaktur yang mengalami kerugian bersih periode 2016-2018	(7)
4.	Perusahaan Manufaktur yang mengalami <i>delisting</i> periode 2016-2018	(6)
5.	Perusahaan Manufaktur yang tidak memiliki informasi untuk penelitian	(18)
Jumlah Perusahaan Manufaktur		13
Periode Penelitian		3 tahun
Jumlah Sampel Penelitian		39

4.2. Analisis Model dan Pengujian Hipotesis

4.2.1. Statistik Deskriptif

Tabel 4.2.
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	39	.582	7.778	1.94838	1.541743
Corporate Social Responsibility	39	.001	1.105	.07990	.195597
Kinerja Lingkungan	39	3	4	3.31	.468
Valid N (listwise)	39				

Hasil analisis statistik deskriptif untuk 3 variabel, yaitu Nilai Perusahaan mempunyai nilai minimum sebesar 0,582 dan nilai maksimum sebesar 7,778. *Mean* Nilai Perusahaan adalah 1,94838

dengan standar deviasi 1,541743. *Corporate Social Responsibility* mempunyai nilai minimum sebesar 0,001 dan nilai maksimum sebesar 1,105. *Mean Corporate Social Responsibility* adalah 0,07990 dengan standar deviasi 0,195597. Kinerja Lingkungan mempunyai nilai minimum sebesar 3 dan nilai maksimum sebesar 4. *Mean Kinerja Lingkungan* adalah 3,31 dengan standar deviasi 0,468.

4.2.2. Uji Asumsi Klasik

4.2.2.1. Uji Normalitas

Tabel 4.3.
Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	39
Asymp. Sig. (2-tailed)	.998

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model analisis regresi, variabel pengganggu (residual) terdistribusi secara normal (Ghozali, 2013). Berdasarkan pengujian normalitas yang menggunakan *Kolmogrov-Smirnov Test* diketahui bahwa nilai signifikansinya adalah sebesar 0,998, di mana angka tersebut melebihi 5% atau 0,05 yang berarti data residual terdistribusi normal.

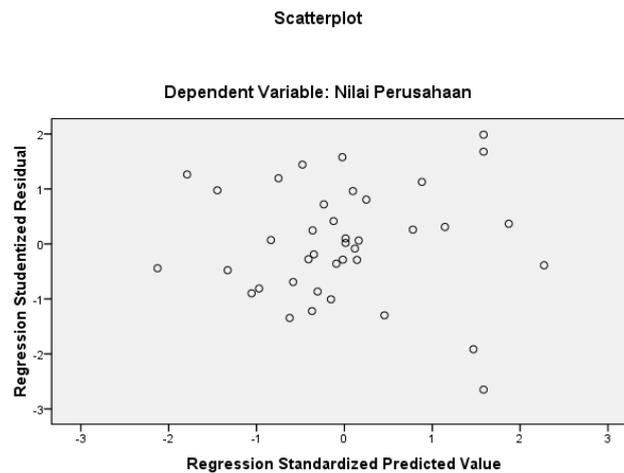
4.2.2.2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.4.
Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Corporate Social Responsibility	.999	1.001
Kinerja Lingkungan	.999	1.001

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ada korelasi antar variabel independen. Pada tabel diketahui nilai *Tolerance Value* untuk setiap variabel independen nilainya lebih dari 10% atau 0,1, sedangkan nilai VIF untuk semua variabel independen nilai tersebut kurang dari 10. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam model regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau tidak terjadi multikolinearitas.

4.2.2.3. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.1.
Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan grafik *scatterplot*. Berdasarkan output grafik *scatterplot*, terlihat bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4.2.2.4. Uji Autokorelasi

Tabel 4.5.
Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	.823

Uji autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara pengganggu pada periode t dengan periode $t-1$ (sebelumnya) atau apakah data periode sebelumnya mempengaruhi data yang ada pada periode sekarang. Uji autokorelasi yang digunakan pada penelitian ini adalah *Durbin-Watson*. Berdasarkan hasil output di atas nilai D-W sebesar 0,823. Nilai D-W terletak di antara -2 dan $+2$. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi tidak terjadi autokorelasi.

4.3. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.6.
Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	-1.232	.882
	Corporate Social Responsibility	-.192	.058
	Kinerja Lingkungan	.792	.710

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil output tabel, maka dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = (-1,232) + (-0,192) X_1 + 0,792 X_2 + e$$

Persaman regresi tersebut menjelaskan:

1. a = Nilai konstanta

Konstanta dengan nilai negatif sebesar -1,232. Hal ini berarti jika *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Lingkungan nilainya 0, maka Nilai Perusahaan nilainya negatif sebesar 1,232.

2. b₁ = Koefisien regresi variabel *Corporate Social Responsibility* (X₁)

Koefisien regresi dengan nilai negatif sebesar -0,192. Hal ini berarti bahwa hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan tidak searah. Jika *Corporate Social Responsibility* meningkat satu satuan, maka Nilai Perusahaan akan menurun sebesar 0,192 satu satuan. Sebaliknya jika *Corporate Social Responsibility* menurun satu satuan, maka Nilai Perusahaan akan meningkat sebesar 0,192 satu satuan, dengan asumsi bahwa *Corporate Social Responsibility* konstan.

3. b₂ = Koefisien regresi variabel Kinerja Lingkungan (X₂)

Koefisien regresi positif sebesar 0,792. Hal ini berarti bahwa hubungan antara Kinerja Lingkungan dengan Nilai Perusahaan searah. Jika Kinerja Lingkungan meningkat satu satuan, maka Nilai Perusahaan akan meningkat sebesar 0,792 satu satuan. Sebaliknya jika Kinerja Lingkungan menurun satu satuan, maka Nilai Perusahaan akan menurun sebesar 0,792 satu satuan, dengan asumsi bahwa Kinerja Lingkungan konstan.

4.4. Uji Hipotesis

4.4.1. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji hipotesis simultan atau yang disebut uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.7.
Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.146	2	2.073	6.011	.006 ^a
	Residual	12.415	36	.345		
	Total	16.561	38			

a. Predictors: (Constant), Kinerja Lingkungan, Corporate Social Responsibility

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan pengujian hipotesis diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,006, di mana angka tersebut lebih kecil dari 5% atau 0,05. Hal ini berarti bahwa *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Lingkungan secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.

4.4.2. Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi (*R Square*) mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika *R Square* = 1, maka terdapat korelasi yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen. Jika *R Square* = 0, maka terdapat korelasi yang lemah antara variabel independen dengan variabel dependen.

Tabel 4.8.
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.500 ^a	.250	.209	.587238

a. Predictors: (Constant), Kinerja Lingkungan, Corporate Social Responsibility

Nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,250. Hal ini menunjukkan bahwa Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dipengaruhi oleh *Corporate Social*

Responsibility dan Kinerja Lingkungan sebesar 25%, sedangkan sisanya sebesar 75% atau 0,750 dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

4.4.3. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji hipotesis parsial atau yang disebut uji t dilakukan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara terpisah (parsial) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Apabila nilai signifikansi > 0,05, maka H₀ diterima dan H_a ditolak. Apabila nilai signifikansi < 0,05, maka H₀ ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.9.
Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.232	.882		-1.396	.171
Corporate Social Responsibility	-.192	.058	-.478	-3.313	.002
Kinerja Lingkungan	.792	.710	.161	1.116	.272

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan pengujian hipotesis diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,002, di mana angka tersebut lebih kecil dari 5% atau 0,05. Hal ini berarti bahwa *Corporate Social Responsibility* secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sehingga H₀ ditolak dan H₂ diterima.

Berdasarkan pengujian hipotesis diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,272, di mana angka tersebut lebih besar dari 5% atau 0,05. Hal ini berarti bahwa Kinerja Lingkungan secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sehingga H₀ diterima dan H₃ ditolak.

4.5. Pembahasan

4.5.1. Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Lingkungan secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. *Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan kinerja lingkungan. Mengungkapkan biaya *Corporate Social Responsibility* dapat memberikan informasi terkait pendistribusian biaya *Corporate Social Responsibility* yang bermanfaat untuk perbaikan dan pengendalian kinerja lingkungan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik, maka akan meningkatkan citra perusahaan di masa yang akan datang sehingga

akan berpengaruh pada peningkatan nilai perusahaan. Pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* dan penghargaan kinerja lingkungan perusahaan akan memberikan sinyal positif bagi investor di mana perusahaan telah melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan secara baik, sehingga memberikan dampak positif bagi nilai perusahaan. Perusahaan harus memiliki citra yang baik di mata *stakeholder* dan masyarakat untuk mendapatkan loyalitas mereka. Citra baik yang dimiliki perusahaan dapat menarik minat para *shareholder*. Hal tersebut dapat meningkatkan profitabilitas. Profitabilitas yang meningkat, akan berdampak pada peningkatan harga saham. Harga saham yang meningkat membuktikan bahwa nilai perusahaan juga tinggi.

4.5.2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya biaya *Corporate Social Responsibility* yang dikeluarkan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Astiari dkk., (2014). Namun, hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Ramona (2017). Hal ini dikarenakan semakin baik pengungkapan biaya *Corporate Social Responsibility*, maka semakin tinggi nilai perusahaan. Perusahaan yang mengungkapkan biaya *Corporate Social Responsibility* di laporan keuangan maupun di laporan tahunan diharapkan dapat menciptakan citra baik perusahaan kepada *stakeholder* maupun masyarakat. Biaya *Corporate Social Responsibility* merupakan jumlah besarnya biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pada saat perusahaan ingin meningkatkan kinerja lingkungan dan sosial untuk mendapatkan citra baik di mata *stakeholder*, perusahaan juga harus menyadari bahwa untuk melakukan kegiatan tersebut membutuhkan dan menimbulkan biaya *Corporate Social Responsibility* yang tinggi. Biaya *Corporate Social Responsibility* diindikasikan menjadi tambahan pengeluaran oleh perusahaan. Semakin banyak biaya *Corporate Social Responsibility* yang dikeluarkan perusahaan, maka akan mengurangi profit perusahaan. Biaya *Corporate Social Responsibility* yang dikeluarkan pada suatu periode tertentu belum tentu akan langsung dirasakan manfaatnya pada periode tersebut. Pasar akan memberikan reaksi negatif terhadap perusahaan yang memiliki laba yang rendah. Hal ini dikarenakan pada umumnya perusahaan yang memiliki kemampuan untuk meningkatkan laba, maka dapat meningkatkan harga saham juga. Perusahaan yang memperoleh laba besar dianggap mampu membagikan dividen yang besar juga dan menghasilkan *return* saham yang tercermin dalam nilai saham perusahaan tersebut.

4.5.3. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa tidak semua investor menilai kinerja lingkungan sebagai indikator dalam berinvestasi karena kinerja lingkungan yang baik belum tentu menunjukkan

suatu perusahaan dapat memberikan keuntungan bagi para investor. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Anjasari dan Andriati (2016) dan Sawitri (2017). Namun, hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Camilia (2016) dan Hariati dan Rihatiningtyas (2016). “Kinerja perusahaan menjadi sebuah kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dengan kinerja lingkungan, sehingga menyebabkan kinerja lingkungan tidak mempengaruhi nilai perusahaan” (Sawitri, 2017:185). Oleh karena itu, pengambilan keputusan investor tidak hanya fokus pada kinerja lingkungan perusahaan. Pada umumnya perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik dapat meningkatkan citra perusahaan sehingga akan berpengaruh pada loyalitas investor dan konsumen. Dari loyalitas tersebut, penjualan dapat ditingkatkan sehingga profitabilitas pun meningkat. Akan tetapi, penjualan dalam jangka pendek belum pasti dapat meningkatkan profitabilitas. Jika profitabilitas perusahaan belum meningkat, maka nilai perusahaan tidak dapat meningkat juga. Jadi, dapat disimpulkan bahwa bagus atau tidak kinerja lingkungan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

5. Simpulan, Saran, dan Keterbatasan Penelitian

5.1. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan. Dari hasil uji hipotesis, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Lingkungan secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
2. *Corporate Social Responsibility* secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
3. Kinerja Lingkungan secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

5.2. Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya:

1. Menggunakan indikator pengukuran *Corporate Social Responsibility* dengan metode yang lebih baik.
2. Periode pengamatan diperpanjang dan sampel penelitian tidak hanya pada perusahaan manufaktur, sehingga sampel penelitian bisa lebih luas.
3. Menambahkan variabel lain yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai keterbatasan pada jumlah sampel penelitian yang digunakan. Penelitian ini memilih perusahaan manufaktur yang mengungkapkan informasi biaya *Corporate Social Responsibility* sebagai objek penelitian. Namun, perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan informasi biaya *Corporate Social Responsibility* tidak dapat dijadikan sebagai objek penelitian. Sehingga, sampel penelitian jumlahnya sedikit. Selain itu, tidak semua perusahaan manufaktur mempunyai laporan keberlanjutan (*sustainability report*) yang memuat informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan lebih detail.

Daftar Pustaka

- Anjasari, S.P. & Andriati, H.N. 2016. Pengaruh Tata Kelola Perusahaan dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah*, Vol. 11, No. 2.
- Astiari, N.L.P.A., Atmadja, A.T., & Darmawan, N.A.S. 2014. Pengaruh Pertanggung Jawaban Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi UNDIKSHA*, Vol. 2, No. 1.
- Az'mi, Yanis U. 2015. Determinan Pengungkapan Modal Intelektual Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Indeks LQ-45 Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014. Tesis. Universitas Airlangga.
- Babalola, Y.A. 2012. The Impact of Corporate Social Responsibility on Firms' Profitability in Nigeria. *European Journal of Economics, Finance, and Administrative Sciences*, ISSN 1450-2275, Issue 45 (2012).
- Butler, J.B., et al. 2011. Sustainability and The Balance Scorecard: Integrating Green Measures Into Business Reporting. *Journal Management Accounting Quarterly*, 12(2).
- Cahyasari, N. 2017. *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia*. Surabaya: Universitas Wijaya Kusuma.
- Camilia, I. 2016. Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Biaya Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur. *Artikel Ilmiah STIE Perbanas Surabaya*.
- Daat, S.C. & Pangayow, B.J.C. 2019. Pengaruh Environmental Performance pada Economic Performance dengan Environmental Disclosure sebagai Pemeditasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur dan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah*, Vol. 14, No. 1.
- Deegan, C. 2004. *Financial Accounting Theory*. Sydney: McGraw-Hill Book Company.
- Dewata, E., Jauhari, H., Sari, Y., & Jumarni, E. 2018. Pengaruh Biaya Lingkungan, Kepemilikan Asing, dan Political Cost terhadap Kinerja Perusahaan Pertambangan di Indonesia. *Jurnal AKSI (Akuntansi dan Sistem Informasi)*, Vol. 3, No. 2.
- Fajarwati, A.D. 2017. *Akuntansi Lingkungan dan Profitabilitas Perusahaan: Analisis Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015*. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Fitriani, A. 2013. Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Biaya Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan pada BUMN. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 1, No. 1.
- Ghaesani, N.S. 2016. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. (Edisi ke-7). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. & Chariri, A. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, N. 2011. Interaksi Tanggung Jawab Sosial, Kinerja Sosial, Kinerja Keuangan, dan Luas Pengungkapan Sosial (Uji Motif di Balik Social Responsibility Perusahaan Go Publik di Indonesia). *Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang*, Vol. 1, No. 2.
- Hariati, I. & Rihatiningtyas, Y.W. 2016. Pengaruh Tata Kelola Perusahaan dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, Vol. 3, No. 2.
- Hastuti, D.T. 2005. Hubungan Antara Good Corporate Governance dan Struktur Kepemilikan dengan Kinerja Keuangan. *Simposium Nasional Akuntansi VIII, Solo*. 475-490. (Online).
- Healy, P.M. & Palepu, K.G. 2001. Information Asymetry, Corporate Disclosure, and The Capital Markets: A review of The Empirical Disclosure Literature. *Journal of Accounting and Economics*, Vol. 31, Issues 1-3, Pages 405-440.
- Kelvin, C., Daromes, F.E. & Ng, S. 2017. Pengungkapan Emisi Karbon sebagai Mekanisme Peningkatan Kinerja untuk Menciptakan Nilai Perusahaan. *Dinamika Akuntansi Keuangan dan Perbankan*, Vol. 6, No. 1.
- Maidah, S. 2019. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2017). *Universitas Pasundan: Institutional Repositories & Scientific Journals*.
- Ningsih, W.F. & Rachmawati, R. 2017. Implementasi Green Accounting dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Journal of Applied Business and Economics*, Vol. 4, No. 2.
- Nurlela, R. & Islahuddin. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta).
- Purwanto. 2004. Pengukuran Kinerja Lingkungan.
- Puspitasari, E. & Ermayanti, D. 2019. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi. *Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis*, No. 1.
- Putri, M.A., Hidayati, N., & Amin, M. 2019. Dampak Penerapan Green Accounting dan Kinerja Lingkungan terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, Vol. 8, No. 4.
- Ramona, S. 2017. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *e-Journal Mahasiswa Prodi Akuntansi*, Vol. 3, No. 1.
- Rosiana, G.A.M.E., Juliarsa, G., & Sari, M.M.R. 2013. Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *e-Jurnal Akuntansi*, Vol. 5, No. 3.

- Santoso, S. 2010. *Statistik Parametrik, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. (Cetakan ke-1). Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sarumpaet, S. 2005. The Relationship Between Environmental Performance and Financial Performance of Indonesian Companies. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 7, No. 2.
- Sawitri, A.P. 2017. Analisis Pengaruh Pengungkapan Akuntansi Lingkungan dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan.
- Setiawan, T. 2016. Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan pada Dua Puluh Lima Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Sri Kehati 2013. *Jurnal Akuntansi*, Vol. 9, No. 2.
- Siregar, I.F., Rasyad, R., & Zam, Z. 2019. Pengaruh Implikasi Biaya Lingkungan dan Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pertambangan Umum Kategori Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas*, Vol. 21, No. 2.
- Sukamulja. & Sukmawati. 2004. Good Corporate Governance di Sektor Keuangan: Dampak GCG terhadap Perusahaan. *BENEFIT*.
- Sulistiawati, E. & Dirgantari, N. 2017. Analisis Pengaruh Penerapan Green Accounting terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 6, No. 1.
- Wulandari, A.A., Ramantha, I.W., & Wirakusuma, M.G. 2016. Dampak Moderasi Profitabilitas terhadap Pengaruh Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan Manufaktur. *Universitas Udayana: e-Journal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 5, No. 7.
- Yudharma, S.A., Nugrahanti, Y.W., & Kristanto, A.B. 2016. Pengaruh Biaya Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan. *Development Research of Management: Jurnal Manajemen*, Vol. 11, No. 2.

<https://www.idx.co.id/>

<https://www.menlhk.go.id/>

<https://www.sahamok.com/>