

MODERASI PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA HUBUNGAN PROFITABILITAS DAN KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUMBER DAYA ALAM YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018-2021

SKRIPSI

Oleh:

NOVIA SISWARI NINGTIAS

NIM: G72219058



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
SURABAYA
2023**

Surabaya, 10 Mei 2023

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Mochammad Ilyas Junjuran', written over a light blue rectangular stamp area.

Mochammad Ilyas Junjuran, M.A.

NIP. 199303302019031009

LEMBAR PENGESAHAN

MODERASI PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA HUBUNGAN PROFITABILITAS DAN KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUMBER DAYA ALAM YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018-2021

Oleh:
Novia Siswari Ningtias
NIM: G72219058

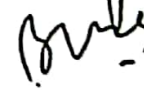
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 31 Mei 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

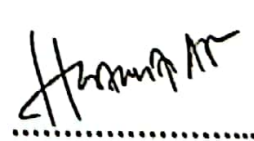
Susunan Dewan Penguji:

1. Mochammad Ilyas Junjuran, M.A.
NIP. 199303302019031009
(Penguji 1)
2. Dr. Imam Buchori, SE., M.Si., CITAP
NIP. 196809262000031001
(Penguji 2)
3. Hastanti Agustin Rahayu, M. Acc
NIP. 198308082018012001
(Penguji 3)
4. Mohammad Dliyaul Muflihini, S.E.I., M.E
NIP. 202202001
(Penguji 4)

Tanda Tangan:

.....


.....


.....


.....




Surajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I
NIP. 197005142000031001

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Moderasi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Hubungan Profitabilitas Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sumber Daya Alam Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021” ini merupakan hasil penelitian kuantitatif yang bertujuan menguji secara empiris pengaruh kinerja keuangan, kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertanian dan pertambangan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan sampel yang didapat sebanyak 17 perusahaan. Periode penelitian sebanyak 4 tahun sehingga didapat jumlah sampel sebanyak 68 perusahaan. Data penelitian diolah menggunakan SPSS *Statistic 27* serta menggunakan teknik aplikasi khusus dari analisis regresi linier berganda yaitu *Moderated Regression Analysis*.

Hasil penelitian ini menunjukkan kinerja keuangan yang diproksikan ROA memiliki nilai signifikansi sebesar $0,045 < 0,10$ sehingga kinerja keuangan berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, kinerja lingkungan yang diproksikan PROPER memiliki nilai signifikansi sebesar $0,096 < 0,10$ sehingga kinerja lingkungan berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, variabel interaksi ROA dengan CSR memiliki nilai signifikansi sebesar $0,057 < 0,10$ sehingga CSR memperkuat pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan, variabel interaksi PROPER dengan CSR memiliki nilai signifikansi sebesar $0,686 > 0,10$ sehingga CSR tidak dapat memoderasi pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian selanjutnya diharapkan untuk memperluas periode serta objek perusahaan, menggunakan pengukuran lain selain yang digunakan pada penelitian ini, serta diharapkan variabel CSR digunakan sebagai variabel mediasi atau *intervening*. Hal ini untuk memberikan hasil temuan yang lebih baik.

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	11
1.3.Tujuan Masalah	11
1.4.Manfaat Penelitian	12
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	13
2.1.Landasan Teori	13
2.1.1. Akuntansi Lingkungan	13
2.1.2. Teori legitimasi	14
2.1.3.Teori <i>Stakeholder</i>	16
2.1.4.Nilai Perusahaan	17
2.1.5.Profitabilitas	18
2.1.6.Kinerja Lingkungan	19
2.1.7. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	20
2.2. Penelitian Terdahulu	21
2.3. Pengembangan Hipotesis	36
2.3.1.Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	36
2.3.2.Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan	37
2.3.3.Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) sebagai variabel moderasi ..	38
2.3.4.Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) sebagai variabel moderasi ..	39

2.4. Kerangka Konseptual.....	40
BAB 3 METODE PENELITIAN	44
3.1. Jenis Penelitian	44
3.2. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	44
3.2.1.Variabel Dependen	44
3.2.2.Variabel Independen	45
3.2.3.Variabel Moderasi	46
3.3. Jenis dan Sumber Data	47
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.5. Teknik Analisis Data	48
3.5.1.Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
3.5.2. <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA).....	50
3.6. Uji Asumsi Klasik	50
3.7. Pengujian Hipotesis	51
BAB 4 HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	53
4.1. Deskripsi Umum Objek Penelitian	53
4.2. Analisis Data	53
4.2.1.Statistik Deskriptif.....	53
4.2.2.Uji asumsi klasik	56
4.2.3.Pengujian Hipotesis	58
4.2.4.Pembahasan.....	61
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1. Kesimpulan	70
5.2. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data 10 Besar Perusahaan Dengan Nilai WAI Tertinggi Tahun 2022.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	43



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Peringkat PROPER	46
Tabel 4.1 Hasil <i>Purposive Sampling</i>	53
Tabel 4.2 Analisis Statistik Deskriptif	54
Tabel 4.3 Uji Normalitas	56
Tabel 4.4 Uji Multikolinieritas	57
Tabel 4.5 Uji Heteroskedastisitas	57
Tabel 4.6 Analisis Regresi Moderasi dan Uji T Hipotesis	58
Tabel 4.7 Uji Koefisien Determinasi R ²	60



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seraya mewujudkan kinerja yang baik, di era persaingan bisnis yang berkembang dan semakin ketat membuat perusahaan selalu berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaan. Dalam peningkatan kegiatan perusahaan dapat menggunakan penilaian kinerja untuk menjadikan perusahaan mereka tetap kompetitif (Ningrum, 2022). Penilaian kinerja perusahaan sangat dibutuhkan oleh investor untuk mengetahui apakah perusahaan dapat mempertahankan investasi yang diberikan. Salah satunya dari nilai perusahaan yang dihasilkan.

Nilai perusahaan penting untuk para calon investor. Nilai perusahaan yang baik menggambarkan kemakmuran pemegang sahamnya yang diperhatikan secara efektif menarik calon investor untuk berpartisipasi dalam investasi modal. Hal ini membuat para manager harus bekerja lebih besar dalam peningkatan laba dan nilai perusahaan karena bagi mereka nilai perusahaan adalah tolok ukur terhadap prospek suatu perusahaan yang telah dicapai. Nilai perusahaan adalah gambaran seberapa besar perusahaan berhasil dalam pengelolaan sumber dayanya secara ekonomis, efisien dan efektif hingga memperoleh kepercayaan masyarakat (Arum et al., 2022). Di tahun 2022, *Stern Value Management*, perusahaan konsultasi dari Amerika Serikat dan *SWA Media Group* kembali melakukan pemeringkatan SWA100. SWA Media merupakan sebuah

portal bisnis yang berisi informasi mengenai pemasaran bisnis, manajemen *corporate social responsibility* (CSR), tindakan perusahaan, tata kelola perusahaan serta profil bisnis. Kemudian, SWA Media merilis perusahaan publik yang mencetak nilai tinggi dalam bentuk kekayaan tertinggi bagi investor di saham mereka dalam jangka waktu lima tahun terakhir. *Chief Editor* SWA Media Group, Kemal E Gani mengatakan penilaian perusahaan publik tersebut menggunakan pendekatan *Wealth Added Index* (WAI). WAI adalah metode penilaian kinerja dimana mencoba mengukur nilai yang diciptakan bagi pemegang saham oleh sebuah perusahaan.

WAI mirip dengan penilaian kinerja perusahaan *Economic Value Added* (EVA) namun terdapat perbedaan antara kedua penilaian ini, EVA merupakan alat yang mengukur kinerja perusahaan dan berfokus pada pengelolaan dalam rangka menilai sejauh mana keberhasilan suatu kegiatan dari sisi *shareholder* sehingga dapat menyesuaikan kepentingan antara pemilik dan pengelola (Arifin, 2007; Arum et al., 2022). Sebaliknya, WAI memperhitungkan kinerja harga saham di masa lalu dan kinerja prospektif. Karena nilai ekuitas perusahaan adalah nilai sekarang dari semua arus kas masa depan, sehingga untuk melihat prospek nilai atau pertambahan kekayaan perusahaan dapat dilihat melalui harga saham perusahaan pada saat ini. Sebelum dilakukannya perhitungan WAI, dipilih 100 perusahaan berkapitalisasi pasar besar (*big cap*) di tahun 2017. Nilai WAI didapat dengan menghitung total nilai imbal hasil perusahaan (*Total Shareholder Return/TSR*) selama lima tahun dikurangi dengan biaya ekuitas (*Cost of*

Equity/COE), selisih dari perhitungan tersebut dikalikan dengan nilai kapitalisasi pasar pada awal periode perhitungan.

Kemal mengatakan apabila semakin positif (tinggi) nilai WAI yang didapat, maka makin bagus kinerja sahamnya dan menjadi pendongkrak kekayaan investornya. Sebaliknya, jika nilai WAI negatif (rendah), maka prospek saham tersebut suram dan menjadi *wealth destroyed*. Setelah dilakukannya perhitungan WAI pada 100 perusahaan tersebut, didapat 27 perusahaan memiliki nilai WAI positif dan sisanya memiliki angka negatif. Dari positifnya nilai yang didapat dapat diartikan perusahaan tersebut berhasil meningkatkan kekayaan perusahaan bagi para pemegang sahamnya.



Sumber: swa.co.id

Gambar 1.1 Data 10 Besar Perusahaan Dengan Nilai WAI Tertinggi Tahun 2022

Nilai perusahaan memiliki beberapa indikator dalam mempertahankan kelangsungan perusahaan yang dapat diukur dengan kinerja keuangan salah satunya adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan indikator kapasitas entitas dalam menghasilkan laba pada

tingkat penjualan (Pramessti & Budiasih, 2020). Perusahaan harus menjaga tingkat profitabilitas dengan tepat karena laba adalah dasar untuk kemampuan perusahaan untuk berproses dan menstabilkan eksistensinya (Yuliana & Djalaluddin, 2019). Profitabilitas dalam kelangsungan hidup perusahaan berperan penting karena profitabilitas akan menunjukkan prospek perusahaan kedepannya yang dapat berdampak pada jangka waktu pertahanan perusahaan (Siregar, 2021). Dengan tingkat profitabilitas yang stabil dan konsisten, akan menggambarkan bagaimana perusahaan tersebut mampu bertahan menjaga bisnisnya dan dapat memberikan kepercayaan kepada investor dalam penentuan keputusan investasi perusahaan.

Tingkat profitabilitas yang memadai dan stabil membantu perusahaan dapat mengembangkan serta mempertahankan eksistensi perusahaan melalui pembagian deviden kepada para pemegang saham, pemberian imbalan kepada karyawan perusahaan, masyarakat serta lingkungan yang diperhatikan oleh perusahaan seperti dalam bentuk aktivitas pelestarian lingkungan, pembuatan kebijakan yang disetujui oleh kedua pihak akan membantu tidak hanya dalam kesejahteraan perusahaan namun dapat juga meningkatkan kesejahteraan lingkungan masyarakat. Perusahaan dengan nilai profitabilitas tinggi akan menambah kegiatan operasional yang dilakukan, banyaknya kegiatan ini dapat mengakibatkan masyarakat akan mendapatkan pengaruh yang besar juga. Selain itu, perusahaan yang besar akan lebih banyak pemegang saham yang memiliki perhatian atas proyek sosial yang dilakukan perusahaan tersebut.

Perusahaan bisnis yang beroperasi pada pelestarian sumber daya alam tidak lepas dari konsekuensi sosial dan lingkungan yang muncul. Konsekuensi baik sosial maupun lingkungan sering kali terabaikan oleh perusahaan seperti penggundulan hutan, pencemaran air, pencemaran udara, dan lain sebagainya.

Pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KEMENLHK) membentuk program penilaian peringkat kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup (PROPER). PROPER membantu memotivasi entitas dalam pengelolaan lingkungan hidup untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Indikator penilaian dalam program ini diarahkan pada komitmen perusahaan dalam pengendalian polusi air, pengendalian polusi udara, pengelolaan limbah, kewajiban lain yang berkaitan dengan analisis dampak lingkungan (AMDAL), penentuan sistem manajemen lingkungan (SML), pelestarian dan pendayagunaan sumber daya, dan aktivitas tanggung jawab sosial (Daromes & Kawilarang, 2020).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tindakan yang menjadikan kewajiban dan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan pemerintah sekitar karena terganggunya keseimbangan lingkungan sekitar akibat aktivitas perusahaan yang sekaligus bisa menjadi sebagai sebuah strategi perusahaan untuk menambah nilai positif perusahaan (Labetubun et al., 2022; Lathifatussulah & Dalimunthe, 2022; Said, 2018). Pada pasal 74 ayat (1) UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menjelaskan dalam laporan tahunan

perusahaan harus menjelaskan mengenai laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial. Laporan berisi mengenai aturan serta terdapat berbagai pengungkapan seperti praktik atau pengembangan tenaga kerja dan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan kepada masyarakat (Syairozi, 2019). Laporan pengungkapan tanggung jawab sosial membantu mengetahui apa saja aktivitas sosial yang perusahaan lakukan dan penting mengetahui dampak yang kemungkinan muncul akibat kegiatan operasional perusahaan (Wati, 2019).

Pengungkapan tanggung jawab sosial atau yang sering disebut juga dengan *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* atau *corporate social responsibility* atau yang saat ini dikenal dengan nama laporan keberlanjutan (*sustainability report*) dalam pengungkapannya menggunakan pedoman dari *Global Reporting Intitiative* (GRI) (Setiawan et al., 2021). GRI merupakan sebuah standar yang membantu entitas dalam pemahaman serta komunikasi dampak terhadap isu perubahan. CSR berkaitan erat dengan pembangunan berkelanjutan, suatu perusahaan dalam menentukan keputusan atas aktivitas yang akan dilakukan tidak hanya bersumber pada faktor keuangan tetapi juga pada imbas sosial dan lingkungan baik langsung maupun dalam waktu jangka panjang (Said, 2018).

CSR dalam penerapannya berfokus kepada lingkungan atau wilayah (*planet*), masyarakat (*people*) dan perolehan laba (*profit*) (Yuliana & Djalaluddin, 2019). Konsep penerapan CSR ini dapat dilakukan salah

satunya pada akuntansi manajemen lingkungan atau *Environmental Management Accounting* (EMA). EMA menurut *International Federation of Accountants* merupakan sebuah usaha perusahaan dalam pengelolaan lingkungan serta keuangan dengan akuntansi lingkungan yang diterapkan sesuai dengan keadaan perusahaan. EMA akan membantu manajemen melalui proses identifikasi, pengumpulan data, serta analisis menggunakan informasi fisik maupun moneter (Afazis & Handayani, 2020). Akuntansi lingkungan perlu diterapkan di setiap perusahaan karena dengan diterapkannya ini akan mengurangi limbah perusahaan dan penghematan biaya serta energi yang dikeluarkan perusahaan. Selain itu, dapat membantu perusahaan dalam pencapaian kinerja lingkungan yang diharapkan. Melalui tingkat kinerja lingkungan yang baik akan mendapatkan legitimasi yang baik pula dari para *stakeholder* dan lingkungan sekitar agar perusahaan dapat melaksanakan serta meneruskan kegiatan operasionalnya.

Teori legitimasi merupakan mekanisme yang lebih memperhatikan masyarakat dengan kata lain mengedepankan kepentingan sosial (Abidin & Prabantarikso, 2021). Pada teori ini, menjelaskan setiap bisnis selalu terdapat kontrak sosial dengan lingkungan sekitar termasuk masyarakat karena masyarakat dapat memungkinkan menjaga eksistensi suatu perusahaan (Syairozi, 2019). Teori legitimasi memiliki batasan dimana batas-batas tersebut difokuskan pada norma dan nilai sosial, teori ini akan membantu perusahaan dalam menganalisis perilaku organisasi dengan memperhatikan reaksi lingkungan atas batasan-batasan tersebut

(Rusmewahni & Jayanti S, 2022). Teori legitimasi membantu perusahaan dalam menjaga kelangsungan perusahaan dengan melakukan kegiatan-kegiatan sosial dan pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan agar mendapatkan kepercayaan dari masyarakat sekitar dan dapat terus mengakses sumber daya sekitar perusahaan, selain itu dilakukannya kegiatan-kegiatan sosial dapat juga menjadikan perusahaan melakukan ajang promosi perusahaan untuk menjadikan perusahaan semakin maju dan berkembang.

Keberhasilan sebuah perusahaan tidak luput dari dukungan para *stakeholder* yang ada. *Stakeholder* adalah kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi (Freeman & McVea, 2001). Di dalam konsep teori *stakeholder*, manajer harus menciptakan dan menerapkan proses yang memenuhi kepentingan setiap pemangku kepentingan perusahaan (Utomo, 2019). *Stakeholder* memiliki kemampuan seperti pembatasan pemakaian sumber daya, mempengaruhi atas produk yang dihasilkan. Untuk menghindari hal yang tidak diinginkan dari para *stakeholder*, perusahaan akan membangun strategi dalam membangun hubungan yang baik dengan para *stakeholder*.

Teori *stakeholder* menjelaskan perusahaan bisnis tidak dapat dilaksanakan untuk mendapatkan keuntungan saja, sebaliknya perusahaan harus menyerahkan nilai kepada pemanggunya (Rusmewahni & Jayanti S, 2022). Tujuan dari teori ini membantu dalam peningkatan nilai dari kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan serta mengurangi dampak kerugian

yang didapat bagi para *stakeholder* dalam bentuk memenuhi keinginan *stakeholder*, dengan melakukan kegiatan sosial serta pengungkapan laporan tanggung jawab sosial akan menunjukkan perusahaan tersebut juga peduli dalam memberikan manfaat bagi lingkungan sekitar yang merupakan *stakeholder* yang sekaligus dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Banyak penelitian yang menggunakan faktor yang memengaruhi nilai perusahaan sebagai subjek penelitian. Penelitian Mipo (2022) mengatakan bahwa profitabilitas secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Ariasih & Yadnyana (2018), Raningsih & Artini (2018) mengatakan profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi, bertentangan dengan temuan Nila & Suryanawa (2018), Putra & Sunarto (2021), Ralina & Prasetyo (2020) mengatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Andriani & Panglipurningrum (2020) memiliki hasil variabel profitabilitas berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Wirawati, et al (2020), Rahmanita (2020) menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Kusuma & Dewi (2019) menyatakan kinerja lingkungan berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan, menandakan perusahaan dengan kinerja lingkungan yang semakin baik akan mendorong investor untuk menanamkan modalnya karena telah mendapatkan kepercayaan yang membuat nilai perusahaan mengalami peningkatan. Namun, hasil temuan tersebut bertentangan

dengan temuan Sawitri & Setiawan (2019), Hapsoro & Adyaksana (2020) yang mengatakan kinerja lingkungan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Adanya ketidaksamaan serta keberagaman hasil penelitian pada penelitian-penelitian sebelumnya, diperlukan pengembangan dan penelitian kembali untuk mengetahui pengaruhnya pada saat ini. Penelitian ini mengacu pada penelitian Mipo (2022) “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai *Moderating Variable* Pada Perusahaan Manufaktur di BEI”. Untuk menjadikan penelitian ini lain dengan penelitian sebelumnya, dilakukan dengan mengubah variabel *leverage* dan ukuran perusahaan menjadi variabel kinerja lingkungan. Alasan diambilnya variabel kinerja lingkungan dikarenakan masih belum banyak penelitian yang menggunakan dua variabel ini sehingga peneliti ingin mengkolaborasi profitabilitas serta kinerja lingkungan dalam pengaruhnya terhadap nilai perusahaan dengan variabel moderasi adalah pengungkapan CSR.

Penelitian Mipo mengambil data perusahaan manufaktur yang terindeks di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2016 dan 2020. Sementara itu, penelitian ini mengambil data perusahaan sektor sumber daya alam yaitu perusahaan pertambangan dan pertanian serta perusahaan yang turut dalam program penilaian peringkat kinerja perusahaan (PROPER) dan mempublikasi laporan tahunan perusahaan Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2021. Alasan diambilnya perusahaan sumber daya alam karena

perusahaan-perusahaan ini lebih banyak melakukan pendayagunaan sumber daya alam yang dapat berpengaruh pada kerusakan lingkungan jika tidak dikontrol dan ditinjau secara benar. Selain itu, pemilihan objek penelitian pada sektor sumber daya alam dikarenakan sektor ini merupakan komoditas utama di Indonesia yang harga komoditas dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran pasar. Investasi tanpa analisis pada perusahaan ini akan menimbulkan resiko yang tinggi karena harga-harga komoditas yang berfluktuasi dimana suatu saat dapat melonjak namun dapat juga terjun dalam sekejap.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah pengungkapan CSR dapat memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah pengungkapan CSR dapat memoderasi hubungan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan?

1.3. Tujuan Masalah

1. Untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menguji pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menguji pengungkapan CSR dalam memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

4. Untuk menguji pengungkapan CSR dalam memoderasi hubungan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang didapat atas dilakukannya penelitian ini meliputi:

1. Bagi Calon Investor

Diharapkan mampu membantu calon investor dalam keputusan investasi dengan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan mampu membantu perusahaan sebagai bahan masukan dalam pentingnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai wujud tanggung jawab kepada masyarakat atau lingkungan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

3. Bagi Akademis

Diharapkan dapat dijadikan referensi serta menambah pengembangan wawasan mengenai nilai perusahaan.

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Akuntansi Lingkungan

Akuntansi lingkungan berdasarkan pendapat dari Cohen & Robbins (2011) merupakan bentuk akuntansi yang mencakup biaya dan manfaat tidak langsung dari kegiatan ekonomi, seperti dampak lingkungan serta konsekuensi kesehatan dari perencanaan dan keputusan bisnis. Definisi lain dari akuntansi lingkungan merupakan proses perusahaan dalam pengakuan, pengukuran, pencatatan, peringkasan, pelaporan, dan pengungkapan secara terstruktur terhadap keseluruhan bidang untuk menghasilkan informasi akuntansi yang bermanfaat membantu para pemakai dalam keputusan serta pengelolaan ekonomi dan non ekonomi (Almunawwaroh & Deswanto, 2022).

Akuntansi lingkungan perlu diterapkan dalam sistem informasi akuntansi untuk membantu dalam evaluasi mengenai biaya akibat adanya kegiatan perlindungan lingkungan. Tujuan dari diterapkannya akuntansi lingkungan meliputi:

- a. Mendorong pertanggungjawaban perusahaan dan menaikkan transparansi lingkungan.
- b. Membantu perusahaan dalam penerapan manajemen untuk menangani isu lingkungan hidup.

- c. Menunjukkan gambaran positif sehingga perusahaan mendapat bantuan dana dari para kelompok serta individu.
- d. Menunjukkan komitmen perusahaan terhadap lingkungan hidup.
- e. Menghindari tanggapan negatif dari berbagai pihak mengenai wilayah operasional perusahaan yang tidak ramah lingkungan.

2.1.2. Teori legitimasi

Teori legitimasi menjelaskan bagaimana bisnis dan masyarakat berinteraksi secara sosial dalam bentuk tindakan perusahaan harus berada pada batasan, norma, nilai, keyakinan sekitar, dengan itu perusahaan dapat diterima keberadaannya di masyarakat (Daromes & Kawilarang, 2020; Utomo, 2019). Jika pelaksanaan tanggung jawab perusahaan memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan masyarakat, maka tidak ada tuntutan yang didapat oleh perusahaan tersebut dan diperoleh legitimasi perusahaan.

Setiawan, et al (2021) berpendapat legitimasi dari sebuah perusahaan dipandang sebagai sesuatu yang perusahaan terima dari masyarakat. Dapat disimpulkan legitimasi merupakan sebuah nilai dari perusahaan untuk tetap bertahan hidup. Perusahaan harus berusaha untuk tetap bekerja dibawah norma dan batasan yang berlaku dimana hal ini penting dilakukan oleh perusahaan bertujuan agar perusahaan mendapatkan keyakinan dari masyarakat dalam kelangsungan perusahaan.

Seiring dengan perkembangan serta perubahan lingkungan di sekitar perusahaan tersebut, legitimasi tidak luput dari terjadinya pergeseran yang dapat mempengaruhi keadaan perusahaan dalam mempertahankan usahanya, keadaan ini dinamakan “*legitimacy gap*”. Yuliana & Djalaluddin (2019) menjelaskan untuk mengurangi keadaan tersebut, perusahaan dapat melakukan upaya-upaya berikut untuk menjadikan legitimasi semakin efektif yaitu dengan cara:

- a. Melakukan pengenalan serta diskusi dengan masyarakat.
- b. Diskusi masyarakat mengenai masalah kemasyarakatan dan wilayah serta mengembangkan pandangan mengenai perusahaan.
- c. Membuat strategi legitimasi serta pengungkapan terkait masalah-masalah yang telah didiskusikan antara perusahaan dengan masyarakat.

Kelangsungan hidup perusahaan bersumber dari hasil sosial yang diberikan masyarakat dan lingkungan sekitar sehingga perusahaan perlu berupaya melaksanakan norma-norma budaya yang ada di lingkungan sekitar perusahaan dengan melakukan pelaporan CSR agar perusahaan tersebut dapat memposisikan dirinya pada masyarakat sekitar sehingga sesuai dengan harapan legitimasi atau norma yang ada.

2.1.3. Teori *Stakeholder*

Freeman & McVea (2001) memaparkan *stakeholder* dari sebuah organisasi adalah komunitas atau seseorang yang memiliki kemampuan dalam memengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian gagasan perusahaan. Penjelasan ini menjadikan antusiasme yang diterima dari pemangku kepentingan berdampak bagi keberlangsungan hidup perusahaan. Manajemen perusahaan yang dapat menentramkan hubungan perusahaan dengan para *stakeholder* dapat membantu dalam menuju kesuksesan usaha perusahaan. Namun, konsep ini tidak bermaksud untuk membuat manajer menanggung beban-beban atas hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholder*. Manajer memiliki kewajiban-kewajiban tidak resmi yang penting secara moral terhadap para *stakeholder* yang bukan pemegang saham di sekelilingnya (Manullang, 2017).

Stakeholder memiliki hak untuk mendapatkan informasi-informasi perusahaan dan perusahaan wajib untuk memberikan informasi tersebut dalam bentuk laporan yang diterbitkan oleh perusahaan. Dengan diterbitkannya informasi perusahaan akan membantu para *stakeholder* mengetahui bagaimana kondisi saat itu yang kemudian dapat dijadikan konsep dalam penentuan keputusan (Kusuma & Dewi, 2019; Sawitri & Setiawan, 2019; Wirawati et al., 2020). Dalam pelaksanaan konsep *stakeholder*, manajer harus merencanakan kegiatan-kegiatan yang dapat memenuhi keinginan

keseluruhan kelompok-kelompok yang memiliki kesamaan tujuan dengan perusahaan tersebut. *Stakeholder* memiliki kekuatan dalam mengelola atau mempengaruhi bagaimana perusahaan menggunakan sumber dayanya.

2.1.4. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah sebuah gambaran apresiasi investor maupun publik terhadap perusahaan dan manajer selama beberapa periode dalam pengelolaan aset perusahaan dengan harga saham sebagai penanda dari nilai perusahaan jika saham perusahaan akan dijual kepada publik (Supriadi, 2020; Zuhriah & Maharani, 2022). Keadaan ketika perusahaan dapat memberikan keuntungan melebihi modal kepada para investornya maka disitulah nilai perusahaan tercipta (Wardani & Sa'adah, 2020). Nilai perusahaan tinggi terjadi ketika harga saham tinggi yang menjelaskan potensi keberhasilan perusahaan di masa depan sehingga dapat menambah kepercayaan investor.

Tolok ukur dalam keberhasilan kerja yang telah dicapai manajer adalah dengan melihat nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang mengalami peningkatan merupakan prestasi perusahaan karena mempengaruhi kesejahteraan pemilik yang mengalami peningkatan juga seperti mana yang diinginkan oleh para pemegang saham (Utomo, 2019). Hal ini menjadikan sebuah kemampuan perusahaan

dalam meningkatkan kesejahteraan yang sekaligus menjadi tujuan perusahaan.

2.1.5. Profitabilitas

Salah satu tujuan dari didirikannya sebuah perusahaan untuk mengoptimalkan laba bagi pemegang sahamnya. Laba atau keuntungan yang dapat diraih oleh perusahaan merupakan definisi dari profitabilitas. Profitabilitas merupakan hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan ketentuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi (Pearce & Robinson, 2007). Keuntungan setelah dipotong pajak dan bunga adalah keuntungan yang dapat dibagikan dengan para pemegang saham (Murniati et al., 2018).

Faktor yang harus diperhatikan pada perusahaan adalah profitabilitas, dengan profitabilitas akan membantu untuk memikat investor dari luar. Semakin besar profitabilitas yang dimiliki perusahaan, akan lebih banyak investor yang berminat untuk berinvestasi dan mempengaruhi nilai perusahaan yang semakin meningkat seiring dengan bertambahnya investor (Kusuma & Dewi, 2019; Ningrum, 2022).

Upaya untuk memperoleh laba yang maksimal, perusahaan perlu memaksimalkan juga kegiatan operasional perusahaan. Dalam pelaksanaan kegiatan operasionalnya, perusahaan akan dihadapkan dengan dampak lingkungan dan sosial dan itu merupakan sebuah tantangan bagi perusahaan. Maka dari itu, dengan peningkatan laba

yang semakin tinggi diharapkan perusahaan juga dapat melaksanakan tanggung jawab perusahaan atas lingkungan sekitar yang terdampak (Vivian et al., 2020). Tidak hanya melihat perkembangan laba perusahaan saja, Tanggung jawab sosial perusahaan yang diterapkan dengan baik meyakinkan investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan tersebut.

2.1.6. Kinerja Lingkungan

Salah satu bagian dari perusahaan yang tidak dapat dipisahkan oleh kegiatan bisnis perusahaan adalah lingkungan. Dalam hal ini, lingkungan perlu diperlakukan selayaknya seperti perusahaan memperlakukan para *stakeholder* karena dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, perusahaan memerlukan ketersediaan sumber daya alam agar tetap bisa menciptakan produk yang bermanfaat bagi manusia (Utomo, 2019). Salah satunya dapat dengan dilakukannya pengelolaan lingkungan yang baik, dengan dilakukannya pengelolaan yang baik akan mengurangi dampak negatif yang diterima oleh lingkungan sekitar perusahaan.

Kinerja lingkungan ialah pencapaian perusahaan selama proses pengelolaan dan perbaikan lingkungan dari dampak aktivitas operasional untuk menciptakan dan merefleksikan lingkungan yang baik (Hapsoro & Adyaksana, 2020; Wardani & Sa'adah, 2020; Wirawati et al., 2020). Prestasi kinerja lingkungan perusahaan dipaparkan dalam Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan

dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). Program ini bertujuan untuk membantu mendorong perusahaan dalam peningkatan dan perkembangan kinerja dalam bidang tata kelola lingkungan serta menghimbau untuk memberikan kepada para *stakeholder* terutama masyarakat dalam pemberian informasi aktivitas perusahaan secara transparasi.

2.1.7. Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) menurut Setiawan, et al (2021) merupakan perbuatan yang berpengaruh baik bagi lingkungan dan masyarakat di masa mendatang dan sesuai dengan hukum. Dalam setiap kegiatan perusahaan tidak terlepas dari dampak yang ditimbulkan seperti limbah, polusi, masalah sosial dan lainnya sehingga perusahaan berkontribusi dalam bentuk kepedulian terhadap lingkungan luar maupun dalam perusahaan serta memperhatikan kemampuan perusahaan untuk meminimalisir masalah sosial dengan masyarakat maupun komunitas. CSR merupakan wujud tanggung jawaban perusahaan kepada lingkungan yang terdampak dengan tidak mengabaikan kapabilitas perusahaan.

Dalam menentukan keputusan atas kegiatan usaha, tidak hanya berfokus pada keuntungan yang akan didapat, melainkan juga dampak sosial maupun lingkungan bagi saat ini maupun untuk jangka panjang. Perusahaan perlu memerhatikan dan mengutamakan tradisi budaya lingkungan sekitar dalam perealisasi tanggung

jawab sosial. Adanya CSR ini membantu perusahaan dalam membangun kerjasama dengan para *stakeholder* dengan penyusunan program pengembangan masyarakat, membantu perusahaan dalam beradaptasi dengan lingkungan, komunitas maupun *stakeholder* baik nasional maupun global (Labetubun et al., 2022).

2.2. Penelitian Terdahulu

- a. Andriani & Panglipurningrum (2020) dengan judul “Profitabilitas, Likuiditas, dan Rasio Aktivitas Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan”. Berbeda dengan penelitian ini, objek penelitian Andirani & Panglipurningrum hanya perusahaan sub sektor batu bara yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Menggunakan analisis regresi linier berganda, hasil temuan menunjukkan profitabilitas berpengaruh signifikan negatif, likuiditas tidak berpengaruh signifikan negatif, rasio aktivitas tidak berpengaruh signifikan positif. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sama dengan Andriani & Panglipurningrum yang menggunakan ROA sebagai alat ukur variabel profitabilitas, namun penelitian ini tidak menggunakan variabel likuiditas dan rasio aktivitas, penelitian ini menambahkan objek penelitian yaitu perusahaan pertanian.
- b. Mipo (2022) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai *Moderating Variable*”. Berbeda dengan penelitian ini, objek penelitian Mipo merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode

2016-2020. Menggunakan analisis regresi linier berganda, hasil temuan menunjukkan secara parsial profitabilitas dan CSR berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh tidak signifikan berarah negatif terhadap nilai perusahaan. CSR tidak signifikan berarah negatif dalam memoderasi pengaruh profitabilitas dengan nilai perusahaan dan pengaruh ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan. Namun, CSR berpengaruh signifikan negatif dalam memoderasi pengaruh *leverage* dengan nilai perusahaan. Persamaan penelitian ini dengan Mipo yaitu menggunakan variabel moderasi yaitu CSR. Namun, penelitian ini hanya menggunakan variabel profitabilitas dan kinerja lingkungan pada perusahaan pertanian dan pertambangan.

- c. Wirawati, et al. (2020) dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Pengungkapan Lingkungan, dan Kinerja Lingkungan pada Nilai Perusahaan”. Berbeda dengan penelitian ini, objek penelitian Wirawat, et al. yaitu perusahaan indeks LQ45 di BEI periode 2014-2018. Menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, temuan menunjukkan ukuran perusahaan dan pengungkapan lingkungan berpengaruh tidak signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. *leverage* dan kinerja lingkungan berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini tidak memakai variabel *leverage*, ukuran perusahaan, pengungkapan lingkungan, namun

menggunakan variabel kinerja lingkungan dengan penambahan variabel profitabilitas.

d. Kusuma & Dewi (2019) dengan judul “Pengaruh Kinerja Lingkungan pada Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Pemoderasi”. Berbeda dengan penelitian ini, objek penelitian Kusuma & Dewi perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2012-2016. Menggunakan analisis uji *Moderated Regression Analysis* (MRA), hasil temuan menunjukkan kinerja lingkungan berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, GCG berpengaruh tidak signifikan berarah positif. Sebagai variabel moderasi, GCG memperkuat pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Sama halnya dengan penelitian ini, Kusuma & Dewi menggunakan variabel kinerja lingkungan namun tidak dengan variabel moderasi yang menggunakan CSR serta terdapat penambahan variabel independen yaitu profitabilitas.

e. Sawitri & Setiawan (2019) dengan judul “Analisis Pengaruh Pengungkapan *Sustainability Report*, Kinerja Keuangan, Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan”. Berbeda dengan penelitian ini, objek penelitian Sawitri & Setiawan yaitu perusahaan dalam *index* 30 periode 2012-2016. Menggunakan analisis regresi linier berganda, temuan menunjukkan *sustainability report*, sosial ekonomi, kinerja lingkungan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan, kinerja keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, penggunaan

content analysis dalam menentukan luas pengungkapan emisi karbon menyebabkan unsur subjektivitas tidak dapat dihindari.

- f. Raningsih & Artini (2018) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi”. Data penelitian Raningsih & Artini yang digunakan yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Menggunakan teknik analisis *Moderate Regression Analysis* (MRA) atau analisis regresi moderasi dengan objek penelitian merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, temuan menunjukkan profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, CSR Ekonomi dan Sosial memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan CSR Lingkungan tidak dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Terdapat persamaan antara penelitian Raningsih & Artini yaitu menggunakan variabel profitabilitas dan variabel moderasi yaitu CSR. Namun, penelitian ini menambahkan variabel kinerja lingkungan dan penelitian ini memakai data perusahaan pertambangan dan pertanian.
- g. Hapsoro & Adyaksana (2020) dengan judul “Apakah Pengungkapan Informasi Lingkungan Memoderasi Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Biaya Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan?”. Berbeda dengan penelitian ini, objek penelitian Hapsoro & Adyaksana yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2017, menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan hasil temuan yaitu kinerja

lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, biaya lingkungan berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan informasi lingkungan memperkuat pengaruh kinerja lingkungan dan biaya lingkungan terhadap nilai perusahaan.

- h. Nila & Suryanawa (2018) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Pemoderasi”. Meneliti bagaimana profitabilitas dan ukuran perusahaan yang mempengaruhi nilai perusahaan. Teknik analisis menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) atau analisis regresi moderasi dengan objek penelitian merupakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Temuan menunjukkan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, pengungkapan CSR tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
- i. Rahmanita (2020) dengan judul “Pengaruh *Carbon Emission Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Moderasi”. Berbeda dengan penelitian ini, objek penelitian Rahmanita yaitu perusahaan *non-financial* yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018 dengan teknik analisis menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) atau analisis regresi moderasi. Temuan menunjukkan *Carbon Emission Disclosure* dan kinerja lingkungan

berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebagai variabel moderasi, kinerja lingkungan memperlemah hubungan *Carbon Emission Disclosure* dengan nilai perusahaan. Penelitian ini tidak menggunakan variabel kontrol sehingga hanya menggunakan variabel moderasi.

j. Ariasih & Yadnyana (2018) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas pada Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi”. Berbeda dengan penelitian ini, objek penelitian Ariasih & Yadnyana yaitu perusahaan manufaktur. Terdapat variabel moderasi yaitu *corporate social responsibility* yang memperkuat atau memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Teknik analisis menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) atau analisis regresi moderasi. Temuan menunjukkan CSR sebagai variabel moderasi memperlemah hubungan antara profitabilitas pada nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. CSR mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan.

k. Putri & Wirakusuma (2020) dengan judul “Profitabilitas Sebagai Pemoderasi Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Nilai Perusahaan”. Menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) pada objek penelitian merupakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Hasil temuan menunjukkan profitabilitas memperkuat pengaruh CSR pada nilai perusahaan, CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian ini,

penelitian Putri & Wirakusuma menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi dengan tahun penelitian 2016-2018. Penelitian ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel independen dan menambahkan kinerja lingkungan dan objek perusahaan pertanian.

1. Pradnyana & Putra (2018) dengan judul “Moderasi *Corporate Social Responsibility* Pada Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan”. Dalam Pradnyana & Putra, terdapat variabel *corporate social responsibility* yang menentukan apakah dapat memperkuat atau memperlambat antara profitabilitas dengan nilai perusahaan. Objek penelitian Pradnyana & Putra yaitu perusahaan manufaktur periode 2014-2016. Berbeda dengan Pradnyana & Putra, penelitian ini terdapat penambahan variabel yaitu kinerja lingkungan. Menggunakan uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) hasil temuan menunjukkan profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, CSR sebagai variabel moderasi memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

- m. Lathifatussulalah & Dalimunthe (2022) dengan judul “Pengaruh Kinerja Keuangan, Kinerja Lingkungan Dan Kapitalisasi Pasar Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Variabel Moderasi”. Berbeda dengan penelitian ini, objek penelitian Lathifatussulalah & Dalimunthe yaitu perusahaan manufaktur. Penelitian ini menghasilkan secara parsial kinerja keuangan dan kapitalisasi pasar memiliki pengaruh signifikan

positif terhadap nilai perusahaan. Kinerja lingkungan tidak berpengaruh berarah negatif terhadap nilai perusahaan. CSR sebagai variabel moderasi memperlemah kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. CSR tidak dapat memoderasi kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.

- n. Putra & Sunarto (2021) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi”. Dalam penelitian Putra & Sunarto, *corporate social responsibility* digunakan sebagai variabel moderasi untuk memoderasi bagaimana profitabilitas, *leverage*, dan kepemilikan manajerial mempengaruhi nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian ini, objek penelitian Putra & Sunarto yaitu perusahaan manufaktur periode 2017-2019. Penelitian ini menghasilkan temuan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan berarah negatif pada nilai perusahaan, *leverage* tidak berpengaruh signifikan berarah negatif pada nilai perusahaan, kepemilikan manajerial berpengaruh negatif signifikan pada nilai perusahaan, CSR memperlemah pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan, CSR tidak dapat memperkuat maupun memperlemah pengaruh *leverage* pada nilai perusahaan, CSR memperlemah pengaruh kepemilikan manajerial.
- o. Ralina & Prasetyo (2020) dengan judul “Pengaruh Kinerja Keuangan dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan”. Meneliti bagaimana *Islamic Social Reporting* (ISR), *Return On Asset* (ROA),

dan *Current Ratio* memengaruhi nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan CSR sebagai variabel moderasi, Ralina & Prasetyo menggunakan *Islamic Social Reporting (ISR)* sebagai variabel independen. Objek perusahaan Ralina & Prasetyo yaitu perusahaan pertambangan terindeks di ISSI, penelitian ini berfokus pada perusahaan pertambangan dan pertanian terindeks di BEI. Menggunakan regresi panel dengan hasil temuan menunjukkan secara parsial ISR dan CE memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan ROA tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan ISR, ROA, dan CR memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

- p. Sari & Priantinah (2018) dengan judul “Pengaruh Kinerja Keuangan Dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Nilai Perusahaan”. Berbeda dengan penelitian ini, Sari & Priantinah menggunakan perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di BEI. Sari & Priantinah menggunakan *Non-Performing Loan (NPL)*, *Loan to Deposit Ratio (LDR)*, *Return on Asset (ROA)*, *Capital Adequacy Ratio (CAR)* untuk mengukur kinerja keuangan sedangkan pada penelitian ini hanya menggunakan ROA. Menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan hasil temuan menjelaskan *non-performing loan* dan *loan to deposit ratio* berpengaruh tidak signifikan berarah negatif terhadap nilai perusahaan, *return on asset*, *capital adequacy ratio*,

corporate social responsibility berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

- q. Rahma & Munfaqiroh (2021) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Variabel Moderasi”. Berbeda dengan penelitian ini, subjek penelitian Rahma & Munfaqiroh yaitu perusahaan manufaktur. Menggunakan teknik analisis data *Moderate Regression Analysis* (MRA) dengan hasil temuan menunjukkan profitabilitas dan likuiditas memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, *leverage* memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan, CSR sebagai variabel moderasi memperkuat pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian Rahma & Munfaqiroh menggunakan *price to earning ratio* untuk mengukur nilai perusahaan, berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan Tobin’s Q untuk mengukur nilai perusahaan. Penelitian ini tidak menggunakan variabel likuiditas dan *leverage* namun menggunakan variabel kinerja lingkungan.
- r. Mufidah & Purnamasari (2018) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel *Moderating*”. Berbeda dengan penelitian ini, objek penelitian Mufidah & Purnamasari yaitu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian Mufidah &

Purnamasari menggunakan *Price Value Book* (PBV) untuk mengukur nilai perusahaan, ROA dan ROE pada profitabilitas. Menggunakan analisis regresi linier berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) hasil temuan menunjukkan ROA dan ROE berpengaruh signifikan positif terhadap PBV, CSR dan GCG sebagai variabel moderasi tidak dapat memengaruhi hubungan ROA terhadap PBV, CSR sebagai variabel moderasi memperkuat ROE terhadap PBV. Perbedaan terdapat pada penelitian ini tidak menggunakan GCG sebagai variabel moderasi, hanya menggunakan CSR, pada variabel profitabilitas hanya menggunakan ROA untuk mengukur profitabilitas.

s. Dewi & Suputra (2019) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas dan *Leverage* pada Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Pemoderasi”. Menggunakan analisis data *Moderated Regression Analysis* (MRA) hasil temuan menunjukkan profitabilitas berpengaruh signifikan positif pada nilai perusahaan, *leverage* memiliki pengaruh tidak signifikan berarah negatif terhadap nilai perusahaan, *Corporate Social Responsibility* memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, *Corporate Social Responsibility* memperlemah pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya dengan penelitian Dewi & Suputra pada penelitian ini objek yang digunakan yaitu perusahaan pertanian dan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2018-2021. Penambahan variabel kinerja lingkungan sebagai variabel independen.

- t. Dewi & Mertha (2018) dengan judul “Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Memoderasi Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan”. Teknik analisis menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) atau analisis regresi moderasi. Temuan menunjukkan profitabilitas berpengaruh signifikan positif pada nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif pada nilai perusahaan, pengungkapan tanggung jawab sosial memperlemah pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan, namun memperkuat pengaruh ukuran perusahaan pada nilai perusahaan. Perbedaannya dengan penelitian Dewi & Mertha objek yang digunakan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI, berbeda dengan penelitian ini dengan subjek perusahaan pertanian dan pertambangan yang terdaftar di BEI.
- u. Khanifah, et al (2020) dengan judul “*Environmental Performance and Firm Value: Testing the Role of Firm Reputation in Emerging Countries*”. Menganalisis serta membuktikan mengenai pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Khanifah, et al menggunakan reputasi perusahaan sebagai variabel mediasi. Berbeda dengan penelitian ini, Khanifah, et al menggunakan *partial least square based structural equation modelling* dengan WarpPLS 6.0 sebagai alat analisis. Hasil temuan menunjukkan kinerja lingkungan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, kinerja lingkungan memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap nilai

perusahaan. Reputasi perusahaan sebagai variabel mediasi dapat memediasi secara signifikan pada hubungan kinerja lingkungan dan nilai perusahaan. Perbedaannya dengan penelitian Khanifah et, al, penelitian ini menggunakan SPSS *Statistic 27* sebagai alat untuk analisis variabel-variabel penelitian. Penelitian ini menggunakan variabel moderasi. Penelitian ini terdapat penambahan variabel independen yaitu profitabilitas.

v. Yang, et al (2020) “*The Impact of Environmental Information Disclosure on the Firm Value of Listed Manufacturing Firms: Evidence from China*”. Meneliti mengenai *Environmental Information Disclosure Measure (EIDMT)* mempengaruhi nilai perusahaan. Menggunakan model *Difference in Difference (DID)* dan metode *Propensity Score Matching (PSM)*. Menggunakan sampel yang perusahaan manufaktur di China periode 2006-2016 menunjukkan bahwa EIDMT memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan di Cina timur dan barat namun sedikit pada perusahaan di Cina tengah. Selain itu, EIDMT memiliki peran lebih penting bagi perusahaan non milik negara atas nilai perusahaan.

w. Qiu, et al (2021) “*Can Corporate Social Responsibility Protect Firm Value During The COVID-19 Pandemic?*” Penelitian ini dilakukan untuk meneliti apakah CSR dapat melindungi nilai perusahaan selama pandemi covid-19. Menggunakan metode *event study* dan *difference in difference (DID)* serta subjek penelitian adalah perusahaan perhotelan

yang terdaftar pada bursa efek China dengan data yang diambil pada *China Stock Market and Accounting Research* (CSMAR) menghasilkan investor bereaksi baik atas aktivitas CSR selama pandemi seperti membantu melindungi para *stakeholder* dari virus. Atas hal ini CSR berpengaruh positif terhadap return saham serta adanya peningkatan perhatian para *stakeholder* kepada perusahaan secara signifikan setelah dipublikasikannya liputan mengenai aktivitas CSR perusahaan mereka. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya menggunakan ukuran sampel yang lebih besar serta periode yang lebih lama, selain itu dapat menggunakan berbagai negara kemudian dapat dibandingkan satu sama lain agar mendapatkan hasil gambaran yang lebih baik.

- x. Li, et al (2023) “*Corporate social responsibility and insider trading profitability: Evidence from an emerging market*”. Menguji apakah profitabilitas dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perdagangan orang dalam di Cina. Dengan variabel terikat yaitu total profitabilitas (laba) *insider trading*, penjualan orang dalam, profitabilitas orang dalam serta variabel penjelas adalah kinerja CSR, menggunakan pendekatan *difference in difference* (DID) serta teori pertukaran dan teori ketergantungan sumber daya penelitian ini mengambil sampel perusahaan *A-Share* yang terdaftar di *Shanghai Stock Exchange* (SSE) dan *Shenzhen Stock Exchange* (SZSE) sejak 2011-2018, peneliti mendapatkan data CSR melalui *Hexun Scoring* CSR. *Hexun* sendiri merupakan sebuah situs keuangan yang

memberikan informasi mengenai skor CSR perusahaan. Selain itu, peneliti juga mendapatkan data mengenai perdagangan orang dalam dari perusahaan yang terdaftar di kedua bursa efek tersebut melalui *China Stock Market & Accounting Research (CSMAR)*. Penelitian ini menghasilkan profitabilitas perdagangan orang dalam berpengaruh positif terhadap kinerja CSR perusahaan. Namun, profitabilitas perdagangan orang dalam, kepemilikan institusional, BUMN, dan cakupan analisis secara signifikan melemahkan kinerja CSR yang disebabkan peraturan CSRC yang berakibat adanya batasan-batasan dalam penjualan orang dalam.

- y. Aydoğmuş, et al (2022) “*Impact Of ESG Performance On Firm Value And Profitability*”. Tujuan dilakukannya penelitian untuk menguji apakah terdapat dampak atas kinerja Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola (ESG) terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas. Variabel dependen yaitu nilai perusahaan, variabel independen meliputi lingkungan (emisi, inovasi, dan penggunaan sumber daya), sosial (hak asasi manusia, masyarakat, tenaga kerja, dan tanggung jawab produk) dan tata kelola (pemegang saham, manajemen, dan strategi CSR) dan variabel *control* meliputi ukuran dan *leverage*. Sampel mencakup 1720 perusahaan sejak 2013 sampai 2021. Menggunakan model data panel efek tetap untuk penilaian kedua variabel dependen yaitu nilai perusahaan dan profitabilitas menghasilkan bahwa pada nilai perusahaan sebagai variabel dependen *social* dan *governance* memiliki

pengaruh positif signifikan bagi nilai perusahaan. Namun, pada *environment* tidak berhubungan dengan nilai perusahaan. Dari hasil penelitian tersebut sesuai dengan konsep teori *stakeholder* kecuali *environment* (lingkungan). Sedangkan pada profitabilitas sebagai variabel dependen menghasilkan ESG berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas sehingga sejalan dengan konsep teori *stakeholder*.

2.3. Pengembangan Hipotesis

2.3.1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Konsep teori *stakeholder* mengatakan “perusahaan bisnis dianggap dimiliki oleh para investor (atau pemegang saham) dan perusahaan memiliki kewajiban yang mengikat untuk pertama-tama membela kepentingan mereka yaitu meningkatkan nilai bagi mereka” (Manullang, 2017). Profitabilitas yang tinggi menggambarkan kinerja perusahaan tersebut terdapat prospek keuntungan yang bagus untuk para investor di masa yang akan datang yang menjadikan semakin meningkatnya harga saham perusahaan yang berujung juga pada naiknya nilai perusahaan.

Penjelasan ini sesuai dengan hasil temuan Mipo (2022) yang mengatakan terdapat pengaruh pada nilai perusahaan terhadap profitabilitas serta temuan Raningsih & Artini (2018) yang menunjukkan terdapat profitabilitas memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Namun, temuan Nila

& Suryanawa (2018) mengatakan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H₁ : Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

2.3.2. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

Teori legitimasi menjelaskan “hubungan kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat, dimana perusahaan harus memiliki integritas pelaksanaan etika dalam berbisnis serta meningkatkan tanggung jawab sosial dan lingkungan, dengan itu perusahaan dapat diterima keberadaanya di masyarakat” Utomo (2019). Konsep Akuntansi Manajemen Lingkungan (AML) juga dapat membantu perusahaan dalam pengungkapan tanggung jawab lingkungan karena AML merupakan fasilitas perusahaan dalam penyediaan informasi terkait kinerja lingkungan perusahaan. Kinerja lingkungan yang baik akan mendapatkan kepercayaan masyarakat dan calon investor bahwa perusahaan tersebut dapat mengelola lingkungan dengan baik serta perusahaan dianggap cakap dalam pengungkapan informasi secara luas kepada publik yang dapat mewujudkan nilai perusahaan yang baik.

Pernyataan ini sesuai dengan hasil temuan Kusuma & Dewi (2019) dan Wirawati, et al. (2020) bahwa kinerja lingkungan lingkungan yang dikelola secara baik berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan sehingga berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, berbeda dengan temuan Sawitri &

Setiawan (2019), Khanifah, et al. (2020) yang menunjukkan kinerja lingkungan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

H₂ : Kinerja Lingkungan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

2.3.3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi

Teori legitimasi didasari definisi hubungan “kontrak sosial” antara perusahaan dan masyarakat, jika sistem dijalankan atas etika bisnis maka perusahaan tidak akan mendapatkan ancaman dan dapat diterima di masyarakat (Kesumastuti & Dewi, 2021; Rahayu & Damayanthi, 2018; Utomo, 2019). Agar dapat tercapainya tujuan tersebut, perusahaan melakukan pelaporan CSR untuk menjelaskan mengenai kegiatan-kegiatan tanggung jawab beserta biaya lingkungan yang diungkapkan, sifat transparansi ini memberi kesan positif sehingga perusahaan diterima masyarakat serta mendapatkan kepercayaan untuk dapat mengakses sumber dayanya. Selain itu mempermudah para investor dalam mendapatkan informasi mengenai tanggung jawab perusahaan sehingga membantu dalam pengambilan keputusan.

Temuan Pradnyanan & Putra (2018) menghasilkan CSR memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Temuan Qiu, et al, (2021) menemukan terdapat tingkat profitabilitas yang baik pada perusahaan yang melakukan CSR.

Perusahaan dengan kegiatan CSR yang jelas dapat menarik perhatian *stakeholder* dan investor yang tinggi. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Dewi & Mertha (2018) menemukan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial memperlemah pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan.

H₃ : Corporate Social Responsibility (CSR) memperkuat hubungan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

2.3.4. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi

CSR yakni bentuk kontribusi perusahaan dalam menciptakan kesejahteraan lingkungan baik luar maupun dalam perusahaan. Pada teori *stakeholder*, selain investor perusahaan juga bertanggung jawab kepada *stakeholder* seperti salah satunya adalah lingkungan. Perusahaan harus dapat berkomunikasi dan menunjukkan kepada para *stakeholders* apa saja yang telah dilakukan perusahaan atas masalah lingkungan sekitar. Pengungkapan tanggung jawab ini dapat di laporkan ke dalam bentuk pelaporan CSR yang bertujuan untuk memberi informasi dengan pihak-pihak terkait. Perusahaan dengan tingkat kesadaran lingkungan yang baik dan diterapkan pada lingkungan luar maupun dalam perusahaan akan mempengaruhi pola hidup lingkungan perusahaan.

Pengaruh yang dapat dirasakan adalah konsumen yang lebih memilih produk yang ramah lingkungan, karyawan yang lebih

memilih bekerja pada perusahaan dengan konsep memperhatikan dan peduli dengan keselamatan kerja serta lingkungan sehingga menarik investor untuk investasi ke perusahaan-perusahaan dengan kesadaran lingkungan yang baik. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusuma & Dewi (2019) menunjukkan *Good Corporate Governance* (GCG) memperkuat pengaruh kinerja keuangan pada nilai perusahaan. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan Hapsoro & Adyaksana (2020) menunjukkan pengungkapan informasi lingkungan memperkuat pengaruh kinerja lingkungan dan biaya lingkungan terhadap nilai perusahaan. Temuan Rahmanita (2020) menyatakan kinerja lingkungan memperlambat hubungan *Carbon Emission Disclosure* (CED) dengan nilai perusahaan.

H₄ : Corporate Social Responsibility (CSR) memperkuat hubungan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

2.4. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan penjelasan mengenai alur berfikir dan menunjukkan hubungan yang saling berkaitan dengan antar variabel satu dengan yang lain. Berdasarkan penjelasan ini, maka disusunlah sebuah kerangka konseptual sebagai berikut:

- a. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas adalah sebuah skala yang memaparkan kinerja keuangan perusahaan termasuk bagaimana manajemen melaksanakan

serta mengelola kegiatan operasi perusahaannya. Profitabilitas juga dapat menunjukkan potensi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Profitabilitas yang digunakan dihitung menggunakan *Return on Asset* (ROA) atau pengembalian atas aset yang menggambarkan berapa banyak keuntungan bersih yang perusahaan hasilkan dengan keseluruhan kapital yang perusahaan miliki. Jumlah laba yang diperoleh perusahaan dari penggunaan aset akan meningkat seiring dengan peningkatan nilai ROA. Rasio ini sangat diperlukan terutama bagi para pengguna laporan keuangan salah satunya investor karena bagi mereka profitabilitas adalah faktor penentu dari keberhasilan perusahaan serta perubahan nilai perusahaan.

b. Pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan

Kinerja lingkungan adalah wujud tanggung jawab perusahaan kepada lingkungan yang terdampak akibat keseluruhan kegiatan operasional perusahaan. Kinerja lingkungan pun saat ini menjadi poin yang penting dalam setiap aktivitas perusahaan dengan memberikan perlindungan serta menjaga lingkungan sekitar perusahaan. Kinerja lingkungan juga mengarah pada proses perbaikan atas hasil penyatuan isu lingkungan dalam kegiatan bisnis perusahaan, buruknya kinerja lingkungan membuat perusahaan mendapat respon negatif dari investor yang mengakibatkan turunnya nilai perusahaan.

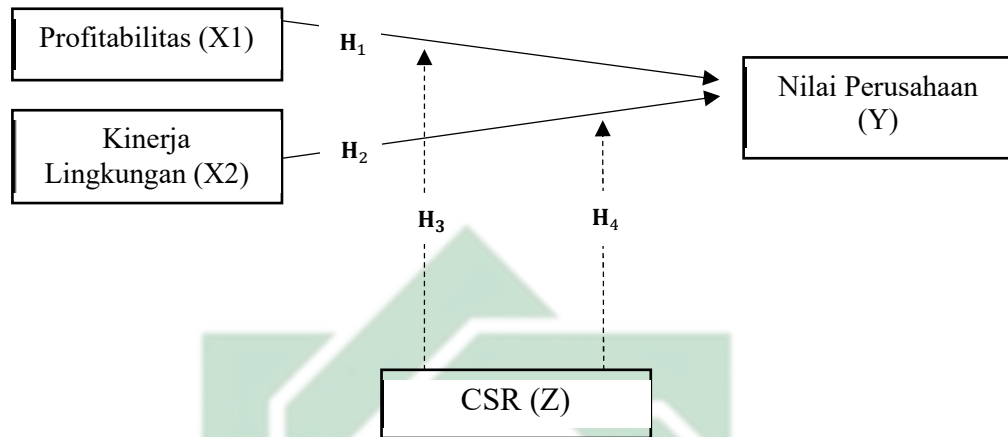
c. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi

Investor sebelum melakukan investasinya akan melihat bagaimana tingkat profitabilitas perusahaan yang akan bekerja sama dengan investor tersebut. Profitabilitas merupakan bahan perkiraan yang penting bagi calon investor karena dengan tingginya nilai profitabilitas akan menghasilkan dividen yang besar sehingga mereka akan mendapatkan keuntungan yang besar. Tingkat profitabilitas yang tinggi mengindikasikan pengungkapan CSR direalisasikan dengan baik karena perusahaan menyisihkan sebagian keuntungannya untuk menunjukkan rasa tanggung jawab perusahaan terhadap pihak-pihak yang berdampak.

- d. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi

Kinerja lingkungan diukur melalui Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). Program ini akan membantu investor mengetahui bagaimana kewajiban perusahaan kepada kondisi lingkungan perusahaan. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik melakukan pengungkapan kinerja mereka melalui pengungkapan CSR untuk menunjukkan bahwa mereka telah peduli terhadap lingkungan yang berdampak akibat kegiatan perusahaan. Hal ini menjadi daya tarik investor karena kejelasan perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab lingkungannya.

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif yang dengan data berupa angka serta dianalisis menggunakan statistik untuk membuktikan hipotesis yang telah ditentukan terbukti atau tidak (Sugiyono, 2019). Populasi yang digunakan pada penelitian ini merupakan seluruh perusahaan pertambangan dan pertanian yang terdaftar di BEI periode 2018-2021. Pemilihan sampel dipilih menggunakan *purposive* sampling dengan kriteria yang digunakan:

- a) Perusahaan pertambangan dan pertanian yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021.
- b) Perusahaan pertambangan dan pertanian yang secara konsisten mengikuti PROPER 2018-2021.
- c) Perusahaan pertambangan dan pertanian yang secara konsisten mempublikasikan laporan tahunan 2018-2021.

3.2. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

3.2.1. Variabel Dependen

- a. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan hasil yang dicapai oleh perusahaan yang dijadikan persepsi para investor sebagai gambaran prospek perusahaan di masa depan yang berkaitan dengan harga saham (Lathifatussulalah & Dalimunthe, 2022;

Mipo, 2022; Zs et al., 2022). Tobin'S Q digunakan dalam penelitian ini untuk menghitung nilai perusahaan. Rasio yang digunakan menggambarkan kinerja manajemen dalam pengelolaan aset perusahaan.

$$Q = \frac{(EMV+D)}{(EBV+D)}$$

Keterangan:

Q : Nilai Perusahaan

EMV : Nilai Pasar Saham yang Tersebar (jumlah saham perusahaan yang beredar x harga saham pada tanggal 31 desember tahun tersebut)

D : Nilai Pasar Hutang

EBV : Total Aktiva

3.2.2. Variabel Independen

a) Profitabilitas

Profitabilitas merupakan keadaan dimana sebuah perusahaan dikatakan untung jika dapat mendapatkan laba dalam jangka waktu tertentu. Perhitungan profitabilitas yang dihitung menggunakan rasio *Return on Asset* (ROA). Rasio ini menghitung hasil dari jumlah aset perusahaan yang digunakan.

$$Return\ on\ Asset = \frac{Laba\ setelah\ pajak}{Total\ Aset}$$

b) Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan perusahaan diukur menggunakan skor peringkat PROPER yang telah diterbitkan Kementerian Lingkungan Hidup. Peringkat perusahaan dicakup dalam bentuk 5 warna meliputi:

Tabel 3.1
Peringkat PROPER

Warna	Keterangan	Skor
Emas	Sangat Teramat Baik	5
Hijau	Sangat Baik	4
Biru	Baik	3
Merah	Buruk	2
Hitam	Sangat Buruk	1

Sumber: *lindungihutan.com*

3.2.3. Variabel Moderasi

a) *Corporate Social Responsibility* (CSR)

CSR merupakan tindakan pertanggungjawaban perusahaan terhadap pihak yang terdampak atas kegiatan operasional perusahaan secara berkelanjutan dan kontribusi perusahaan dalam pengembangan masyarakat (Muawanah & Hayati, 2019; B. A. I. Putra & Sunarto, 2021). Pada penelitian ini, pengukuran yang digunakan untuk menghitung CSR menggunakan indeks CSR menurut GRI G4 dengan jumlah item pengungkapan sejumlah 91 item yang mencakup 6 elemen yaitu

kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, sosial ketenagakerjaan, sosial HAM, sosial masyarakat, dan tanggung jawab produk. Penilaian dilakukan apabila perusahaan memaparkan item pengungkapan CSR diberi skor 1 dan apabila perusahaan tidak memaparkan item pengukuran CSR diberi skor 0.

$$CSR_i = \frac{\sum X_i}{n_i}$$

Keterangan:

CSR_i : *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI)

$\sum X_i$: Total item yang dinyatakan oleh perusahaan

n_i : Total keseluruhan item pengungkapan

3.3. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan jenis data rasio dan nominal. Data diunduh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id. Website ini berisi tentang laporan keuangan perusahaan agar timbul transparansi mengenai laporan keuangan sehingga meminimalisir terjadinya penggelapan keuangan dan sebagainya. Selain melalui situs resmi BEI, penelitian ini mengambil data melalui situs resmi perusahaan dan untuk PROPER dari situs resmi Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia yaitu <https://proper.menlhk.go.id/proper/>.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian yang digunakan menggunakan data sekunder. Data sekunder diambil dari laporan tahunan (*annual report*) dan laporan

keberlanjutan (*sustainability report*) serta peringkat PROPER yang telah diunduh dari situs terkait.

3.5. Teknik Analisis Data

3.5.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan model regresi linier dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas. Persamaan dari analisis ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

X1 = Profitabilitas

X2 = Kinerja Lingkungan

β = Koefisien Regresi masing-masing variabel

e = *Standar error* (Variabel yang tidak dijelaskan)

Pada penelitian ini dilakukan penelitian terhadap dua variabel bebas dan satu variabel moderasi, persamaan yang digunakan meliputi:

$$Y = \alpha_1 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_1 \text{ Persamaan tanpa moderasi (3.1)}$$

$$Y = \alpha_2 + \beta_3 X_1 + \beta_4 X_2 + \beta_5 Z + e_2 \text{ Persamaan regresi dengan moderasi (3.2)}$$

$$Y = \alpha_3 + \beta_6 X_1 + \beta_7 X_2 + \beta_8 Z + \beta_9 X_1 Z + \beta_{10} X_2 Z + e_3 \text{ Persamaan regresi dengan moderasi dan interaksi (3.3)}$$

Hasil dari persamaan regresi dengan moderasi dan variabel interaksi, dapat disimpulkan model moderasi yang dibagi dalam klasifikasi berikut.

- a) *Pure Moderation* (Murni)
- b) *Quasi Moderation* (Semu). Keadaan dimana variabel moderasi berinteraksi sekaligus menjadi variabel independen.
- c) *Predictor Moderation*. Variabel ini tidak dapat menjadi variabel moderator, namun sebagai variabel prediktor atau penjelas yang memengaruhi variabel dependen.
- d) *Homologizer Moderation*. Keadaan dimana variabel yang secara teori atau hasil temuan memiliki potensi menjadi variabel moderasi.

Taraf signifikansi pada penelitian ini menggunakan taraf 10% (0,10). Taraf signifikansi merupakan probabilitas atau peluang kesalahan yang diambil peneliti dalam mengambil keputusan menolok atau menerima hipotesis, taraf signifikansi dibagi menjadi 1%, 5%, dan 10% (Ismail, 2018). Ukuran sampel merupakan pertimbangan dari pemilihan taraf signifikansi, dengan tingkat taraf signifikansi yang semakin kecil maka data yang dibutuhkan dalam penelitian semakin besar (Sarwono, 2013). Maka dari itu, pemilihan taraf signifikansi sebesar 10% dikarenakan ukuran sampel yang relatif kecil.

3.5.2. *Moderated Regression Analysis (MRA)*

Moderated Regression Analysis (MRA) atau analisis regresi moderasi yaitu metode untuk menentukan apakah ada faktor variabel moderator yang memperkuat atau memperlemah pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen (R. A. Putra & Hanggara, 2022). Analisis ini bekerja dengan cara membandingkan sub struktural dari persamaan regresi dan melihat signifikansi pengaruh variabel interaksi (perkalian variabel independen dan moderator) terhadap variabel dependen (Supriadi, 2022). Dikatakan terdapat faktor moderasi jika ada nilai signifikan dari variabel interaksi.

3.6. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah data empiris yang ditemukan dari lapangan sesuai dengan distribusi normal (Sutha, 2019). Data yang terdistribusi normal atau mencapai normal dapat dikategorikan sebagai data yang baik dan layak digunakan.

Pengujian normalitas yang digunakan penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov (K-s)* yaitu melihat nilai signifikan statistik yang dihasilkan dari perhitungan jika nilai signifikansi < 0.05 , maka persamaan regresi tidak terdistribusi normal dan jika nilai signifikansi > 0.05 , maka persamaan regresi berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas menguji apakah ada kolerasi antara variabel independen dengan model regresi (Ghozali, 2011). Hasil analisis regresi yang layak menunjukkan tidak ada hubungan antar variabel independen. Ada tidaknya multikolinieritas pada model regresi dapat melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *Tolerance* > 0.10 dan $VIF < 10$, terbebas dari multikolinieritas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menilai apakah diperoleh varian yang berbeda dari residual penelitian ke penelitian lain pada model regresi (Ghozali, 2011). Menggunakan uji Glejser dimana jika nilai signifikansi > 0.05 tidak ada gejala heterokedastisitas dan jika nilai signifikansi < 0.05 terjadi gejala heterokedastisitas.

3.7. Pengujian Hipotesis

a) Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi memperlihatkan kemampuan ragam (variasi) dari variabel dependen yang dijelaskan oleh pengaruh variabel independen (Siagian & Sugiarto, 2000). Kemampuan variabel independen dalam memaparkan variasi variabel dependen memiliki kemampuan yang baik bermakna dapat memberikan hampir seluruh informasi dalam memperkirakan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).

b) Uji T

Uji signifikan parsial ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen secara individu apakah terdapat pengaruh atau tidak dengan variabel dependen (Ghozali, 2011). Tingkat signifikansi yang digunakan pada penelitian ini sebesar 10% (0,10), hal ini dikarenakan ukuran sampel yang digunakan relatif sedikit (R. Sari et al., 2022). Ketentuan diterima atau ditolaknya hipotesis yaitu apabila nilai signifikan < 0.10 , maka hipotesis diterima yang berarti secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan. Sedangkan apabila nilai signifikan > 0.10 , maka hipotesis ditolak yang berarti variabel independen tidak berpengaruh secara parsial.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB 4

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Umum Objek Penelitian

Populasi pada penelitian ini yaitu perusahaan pertambangan dan pertanian yang terdaftar di BEI periode 2018-2021. Metode *purposive sampling* digunakan dalam pemilihan sampel penelitian. *Purposive sampling* merupakan teknik pemilihan sampel yang menggunakan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019). Setelah dilakukannya *purposive sampling*, diperoleh sebanyak 17 sampel dengan periode penelitian 4 tahun sehingga keseluruhan sampel menjadi 68 sampel.

Tabel 4.1
Hasil *Purposive Sampling*

No.	Kriteria Sampel	Jumlah
1	Perusahaan pertanian dan pertambangan yang terdaftar di BEI 2018-2021	52
2	Perusahaan pertanian dan pertambangan yang secara berturut-turut tidak melaporkan <i>annual report</i> periode 2018-2021	0
3	Perusahaan pertanian dan pertambangan yang tidak mengikuti PROPER	(35)
	Jumlah sampel	17
	Total sampel dalam 4 tahun pengamatan	68

Sumber: Data yang diolah

4.2. Analisis Data

4.2.1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan informasi mengenai nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata, dan standar deviasi dari variabel-variabel penelitian. Profitabilitas, kinerja lingkungan, nilai

perusahaan, dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan variabel-variabel dalam penelitian ini. Profitabilitas dan kinerja lingkungan berperan menjadi variabel independen, sedangkan nilai perusahaan berperan menjadi variabel dependen. Berikut statistik deskriptif yang telah dianalisis menggunakan SPSS:

Tabel 4.2
Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean
ROA	68	-58,25	47,13	4,4729
PROPER	68	2	5	3,56
TOBIN'S Q	68	0,12	1,98	0,7381
CSR	68	0,00	0,65	0,2461

Sumber: Hasil olah data SPSS 27, 2023

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 68 sampel.

Variabel profitabilitas yang diproksikan ROA memiliki nilai minimum sebesar -58,25, nilai minus ini menandakan bahwa perusahaan dalam menggunakan serta mengelola asetnya belum bisa menghasilkan keuntungan. Sedangkan nilai maksimum sebesar 47,13 yang menandakan bahwa perusahaan dalam menggunakan serta mengelola asetnya sudah dapat menghasilkan keuntungan yang baik. Semakin tinggi nilai ROA yang didapat semakin baik pula kinerja perusahaan dalam menggunakan aset perusahaannya.

Variabel kinerja lingkungan yang diproksikan PROPER memiliki nilai minimum sebesar 2 dan nilai maksimum sebesar 5.

Hasil minimum ini menandakan perusahaan telah melakukan praktik manajemen lingkungan namun hanya sebagian yang dapat mencapai persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan mengenai lingkungan hidup. Semakin besar nilai PROPER yang didapat semakin banyak persyaratan yang terpenuhi.

Variabel dependen nilai perusahaan yang diproksikan Tobin's Q memiliki nilai minimum sebesar 0,12 dan nilai maksimum sebesar 1,98. Perusahaan dengan nilai Tobin's Q $> 1,00$ memiliki potensi pertumbuhan yang kuat serta adanya manajemen yang baik atas pengolahan aset perusahaan. Semakin besar nilai Tobin's Q yang didapat, semakin banyak kemungkinan keuntungan yang didapat dari perusahaan tersebut.

Variabel moderasi CSR memiliki nilai minimum sebesar 0,00 dan nilai maksimum sebesar 0,65. Semakin besar CSR yang dihasilkan maka semakin besar penerapan program CSR yang dilakukan perusahaan. Penerapan program CSR ini untuk menunjukkan sejauh mana perusahaan telah melaksanakan tanggung jawab kepada para pihak-pihak yang terdampak atas operasional perusahaan.

4.2.2. Uji asumsi klasik

a) Uji normalitas

Bertujuan menguji apakah data yang digunakan untuk penelitian terdistribusi normal atau tidak sehingga dapat dikategorikan data layak dan baik untuk digunakan untuk penelitian. Menggunakan *one-sample Kolmogorov-Smirnov* (K-S) hasil uji normalitas dilampirkan sebagai berikut:

Tabel 4.3
Uji Normalitas
One Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N	68
Test Statistic	0,094
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber: Hasil olah data SPSS 27, 2023

Pada tabel 4.3 menunjukkan nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,094 bahwa nilai tersebut lebih dari 0,05 ($0,094 > 0,05$) sehingga kesimpulan yang didapat yaitu dat-data penelitian terdistribusi normal dan layak digunakan.

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas menguji apakah ada kolerasi antara variabel-variabel bebas dengan model regresi. Uji ini menggunakan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan hasil uji sebagai berikut:

Tabel 4.4
Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
ROA	0,912	1,097
PROPER	0,789	1,268
CSR	0,806	1,240

Sumber: Hasil olah data SPSS 27, 2023

Pada tabel 4.2 menunjukkan ketiga variabel memiliki nilai *Tolerance* yang lebih dari 0,10 dan nilai VIF dari ketiga variabel bernilai kurang dari 10. Dari penjelasan ini menyimpulkan bahwa seluruh variabel tidak terjadi multikolinieritas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan menilai apakah diperoleh perbedaan varian dari residual penelitian pada model regresi. Uji ini menggunakan *Glejser* dengan hasil uji sebagai berikut:

Tabel 4.5
Uji Heteroskedastisitas
Uji Glejser

Model	T	Sig.
ROA	0,664	0,509
PROPER	0,254	0,801
CSR	0,551	0,806

Sumber: Hasil olah data SPSS 27, 2023

Pada table 4.3 menunjukkan nilai sig. dari seluruh variabel independen bernilai lebih dari 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.3. Pengujian Hipotesis

a) Analisis Regresi Moderasi

Analisis ini bertujuan untuk menentukan apakah ada faktor variabel moderator yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan SPSS 27 sebagai alat menguji analisis. Hasil analisis serta pengujian hipotesis sebagai berikut:

Tabel 4.6
Analisis Regresi Moderasi dan Uji T Hipotesis

	Unstandardized Coefficient (β)	T	Sig.
Persamaan 1			
(Constant)	0,379	2,043	0,045
ROA	0,010	3,107	0,003
PROPER	0,088	1,689	0,096
Persamaan 2			
(Constant)	0,379	2,025	0,047
ROA	0,010	3,071	0,003
PROPER	0,090	1,586	0,118
CSR	-0,033	-0,105	0,917
Persamaan 3			
(Constant)	0,285	0,667	0,507
ROA	-0,002	-0,309	0,758
PROPER	0,138	1,135	0,261
CSR	0,090	0,066	0,948
ROA*CSR	0,055	1,938	0,057
PROPER*CSR	-0,144	-0,406	0,686

Sumber: Hasil olah data SPSS 27, 2023

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.6 ditemukan persamaan analisis regresi moderasi sebagai berikut:

$$Y = 0,379 + 0,010X_1 + 0,088X_2 + e \dots\dots\dots (3.1)$$

$$Y = 0,379 + 0,010X_1 + 0,090X_2 - 0,033Z + e \dots\dots\dots (3.2)$$

$$Y = 0,285 - 0,002X_1 + 0,138X_2 + 0,090Z + 0,055X_1Z - 0,144X_2Z + e \dots\dots\dots (3.3)$$

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 4.6 hasil analisis didapat:

- 1) Berdasarkan persamaan regresi pertama, kinerja keuangan yang diproksikan ROA memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,10 ($0,045 < 0,10$) sehingga hasil temuan menunjukkan kinerja keuangan berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Kinerja lingkungan yang di proksikan PROPER memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,10 ($0,096 < 0,10$) sehingga hasil temuan menunjukkan kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- 2) Berdasarkan persamaan regresi kedua, CSR memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,10 ($0,917 > 0,10$) sehingga hasil temuan menunjukkan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- 3) Berdasarkan persamaan ketiga, nilai signifikansi dari variabel interaksi antara ROA dengan CSR ($ROA*CSR$) memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,10 ($0,057 < 0,10$) dengan nilai koefisien sebesar 0,055. Dengan demikian, variabel ROA dengan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, nilai signifikansi variabel interaksi antara PROPER dengan CSR ($PROPER*CSR$) memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,10 ($0,686 > 0,10$).

Dengan demikian, variabel interaksi PROPER dengan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

- 4) Berdasarkan persamaan kedua dan persamaan ketiga, CSR memperkuat hubungan antara kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada hubungan antara kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan, CSR tidak dapat memoderasi dikarenakan di persamaan kedua dan ketiga memiliki nilai tidak signifikan sehingga CSR bukan merupakan variabel moderasi.

b) Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi mengetahui kemampuan ragam (variasi) dari variabel dependen yang dijelaskan oleh pengaruh variabel independen. Hasil uji koefisien determinasi berdasarkan persamaan kedua dan persamaan ketiga pada analisis regresi moderasi sehingga terdapat tiga hasil uji koefisien determinasi R^2 yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.7
Uji Koefisien Determinasi R^2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
<i>Persamaan 1</i>				
1	0,450	0,203	0,178	0,32719
<i>Persamaan 2</i>				
1	0,450	0,203	0,166	0,32971
<i>Persamaan 3</i>				
1	0,498	0,248	0,188	0,32527

Sumber: Hasil olah data SPSS 27, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 pada persamaan pertama nilai *R Square* sebesar 0,203 yang dapat diartikan 20,3% nilai perusahaan dipengaruhi oleh kinerja keuangan dan kinerja lingkungan. 79,7% dipengaruhi oleh variabel diluar dari penelitian ini. Pada persamaan kedua, nilai *R Square* sebesar 0,203 yang dapat diartikan 20,3% nilai perusahaan dipengaruhi oleh profitabilitas, CSR, PROPER. 79,7% dipengaruhi oleh variabel diluar dari penelitian ini. Pada persamaan ketiga, nilai *R Square* sebesar 0,248 yang dapat diartikan 24,8% nilai perusahaan dipengaruhi oleh seluruh variabel yang diperlukan pada penelitian ini. 75,2% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian.

4.2.4. Pembahasan

a) Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Temuan pada profitabilitas yang diprosikan ROA menunjukkan bahwa ROA berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan pertanian dan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021. Teori *stakeholder* menjelaskan kelangsungan hidup perusahaan tidak hanya dipengaruhi faktor dari dalam perusahaan, namun terdapat pihak-pihak eksternal yang mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan sehingga perusahaan memiliki kewajiban dalam meningkatkan nilai dan memberi manfaat bagi para pihak-pihak

baik internal maupun eksternal perusahaan. Hasil temuan ini menunjukkan hipotesis pertama diterima.

Berbeda dengan temuan Andriani & Panglipurningrum (2020) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Temuan Nila & Suryanawa (2018) menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut temuan Putra & Sunarto (2021) profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Perbedaan hasil dari beberapa temuan dapat dikarenakan perusahaan masih belum dapat melakukan pengelolaan atas jumlah laba yang naik turun disertai penggunaan aktiva yang tinggi. Selain itu, investor lebih memilih melakukan investasi jangka pendek sehingga kurang memperhatikan sisi profitabilitas karena investor lebih melihat dari kondisi pasar pada saat itu (Nila & Suryanawa, 2018). Pemberitaan terbaru mengenai perusahaan tersebut juga dapat dijadikan sebagai salah satu faktor dari minat investor sebelum melakukan investasi. Hal ini membuat perusahaan harus bekerja lebih keras untuk lebih produktif kembali sehingga membuat pemegang saham akan merasakan keuntungan yang lebih baik dari biaya modalnya.

Kinerja saham merupakan salah satu aspek yang investor lirik sebelum melakukan investasi di perusahaan yang akan dilakukannya penanaman modal. Jika nilai WAI yang didapat bernilai positif, nilai kapitalisasi pasar bernilai tinggi sehingga perusahaan mampu mendistribusikan kekayaan kepada pemegang saham dan prospek jangka panjang yang diberikan perusahaan terhadap para investor terjamin.

Manajer perlu melakukan pengelolaan perusahaan dengan baik sehingga mampu meminimalisir biaya yang dibelanjakan dan menghasilkan profit yang besar. Profitabilitas yang tinggi dan stabil memberikan sinyal dan mendorong calon investor karena tingkat profitabilitas yang sehat menandakan perusahaan dapat menawarkan prospek yang menguntungkan di masa depan. Hasil temuan ini sesuai dengan Mipo (2022), Raningsih & Artini (2018), Ariasih & Yadnyana (2018) yang menjelaskan profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

b) Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Temuan menunjukkan kinerja lingkungan yang diprosikan PROPER berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertanian dan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021. Hasil temuan menunjukkan hipotesis kedua diterima.

Teori legitimasi menjelaskan perusahaan dalam berbisnis harus berintegritas dan meningkatkan tanggung jawab sosial. Pandangan umum akan meningkat seiring dengan hasil kinerja lingkungan yang baik. Sebaliknya, kinerja lingkungan yang dimiliki rendah, mengakibatkan terancamnya kelangsungan hidup perusahaan sehingga mendorong perusahaan untuk terus melakukan program-program lingkungan yang dapat meningkatkan kinerja lingkungan perusahaan.

Perusahaan dengan biaya lingkungan dan kinerja yang diperhatikan dengan baik dapat mendorong perusahaan dalam kepastian biaya serta proses produksi yang ramah lingkungan. Perusahaan mempunyai *brand image* positif yang didapat dari keberhasilan perusahaan dalam keseluruhan proses yang bersifat ramah lingkungan. Keuntungan yang didapat perusahaan yaitu memiliki target pasar yang baik dalam pemasaran dengan konsep produk yang berbeda yaitu ramah lingkungan.

Berbeda dengan temuan Hapsoro & Adyaksana (2020), Lathifatussulalah & Dalimu (2022) dan Sawitri & Setiawan (2019) yang menyatakan kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Adanya perbedaan hasil temuan dapat dikarenakan perusahaan masih belum terbuka mengenai

tanggung jawab lingkungan. Selain itu, pada beberapa penelitian tersebut dilakukan disaat masih sedikit perusahaan yang mengikuti PROPER. Meskipun telah mendapatkan peringkat baik, hasil kinerja lingkungan masih belum dikatakan cukup. Para *stakeholder* dan masyarakat masih merasa bahwa kinerja-kinerja yang dilakukan memang seharusnya dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Informasi mengenai kinerja lingkungan perusahaan yang diungkapkan melalui laporan tahunan dan peringkat PROPER menunjukkan bagaimana kinerja lingkungan perusahaan. Semakin baik nilai PROPER yang didapat maka semakin berkualitas kinerja lingkungan yang dilakukan perusahaan. Tingkat transparansi atas pengungkapan informasi kinerja lingkungan seperti pengungkapan data sesuai pemeringkatan juga merupakan faktor penentu tingkat nilai PROPER yang didapat. Hasil temuan ini sesuai dengan temuan Wirawati, et al (2020), Kusuma & Dewi (2019) dan Rahmanita (2020) yang menerangkan kinerja lingkungan berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

c) CSR Memperkuat Hubungan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Temuan menunjukkan bahwa CSR memperkuat hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada

perusahaan pertanian dan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021. Teori legitimasi memaparkan apabila perusahaan melakukan pelaporan CSR yang dijalankan atas norma dan nilai yang berlaku, perusahaan mendapatkan kesan positif dari masyarakat sehingga perusahaan dapat terus mengakses sumber daya perusahaannya serta menarik investor untuk berinvestasi, teori ini mendukung hasil temuan sehingga hipotesis ketiga diterima.

Berlainan dengan temuan Putra & Sunarto (2021) dimana jika CSR yang dijalankan perusahaan besar, maka akan mempertambah tanggungun perusahaan. Dengan besarnya tingkat profitabilitas yang didapat perusahaan, kegiatan CSR perusahaan akan kian banyak sehingga investor berasumsi bahwa keuntungan yang mereka dapat berkurang akibat adanya kegiatan CSR perusahaan.

Perusahaan-perusahaan yang tercantum pada fenomena penelitian ini memiliki tingkat kapitalisasi pasar yang tinggi yang diakibatkan dari tingkat profitabilitas perusahaan tinggi. Tingkat profitabilitas tinggi juga didapat dari informasi pengungkapan CSR yang dijelaskan pada laporan tahunan perusahaan. Teori *stakeholder* juga menjelaskan kinerja keuangan perusahaan akan mempengaruhi keputusan dari manajemen. Perusahaan dengan kinerja yang buruk akan lebih

fokus kepada tuntutan ekonomi daripada tuntutan tanggung jawab sosial. Selain itu, sifat transparansi yang diterapkan pada pengungkapan CSR ini akan mempermudah investor dalam mengetahui program-program CSR perusahaan. Program-program CSR yang dilakukan dapat mengurangi adanya ancaman serta protes yang didapat dari masyarakat sekitar sehingga memberi kesan baik terhadap perusahaan karena telah peduli terhadap lingkungan sekitar perusahaan.

Temuan ini sesuai dengan temuan Pradnyana & Putra (2018) dimana investor akan diyakinkan oleh nilai CSR yang tinggi karena perusahaan berkinerja baik diiringi dengan pendapatan profitabilitas yang tinggi. CSR ini membantu perusahaan dalam peningkatan kualitas perusahaan. Nilai profitabilitas yang tinggi dan stabil dapat mempertahankan reputasi perusahaan dalam tempo waktu yang lama. Sehingga dalam meningkatkan nilai perusahaan bagian ini merupakan hal penting.

d) CSR Memperkuat Hubungan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Temuan menunjukkan CSR tidak dapat memoderasi pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Teori *stakeholder* menjelaskan perusahaan harus dapat berkomunikasi dan menunjukkan kepada para *stakeholders* mengenai program

penyelesaian permasalahan lingkungan yang telah dilakukan perusahaan. Namun, teori tersebut tidak dapat mendukung hipotesis ini sehingga hasil temuan menunjukkan hipotesis keempat ditolak.

Hasil temuan berbeda dengan temuan Putra & Sunarto (2021) dimana informasi CSR yang diungkapkan melalui *sustainability reporting* membantu dalam meningkatkan citra perusahaan dalam bentuk kepedulian perusahaan pada kelestarian lingkungan sekitar perusahaan sehingga akan berdampak pada peningkatan minat investor yang diiringi dengan peningkatan nilai perusahaan. Teori akuntansi lingkungan menjelaskan akuntansi keberlanjutan menghubungkan strategi perusahaan dengan kerangka berkelanjutan dengan pengungkapan informasi yang berfokus pada lingkungan, sosial, dan ekonomi yang dapat membantu dalam penanggapan isu lingkungan pada konteks korelasi entitas (Almunawwaroh & Deswanto, 2022; Junaedi et al., 2023).

Banyak perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial hanya sebagai kewajiban perusahaan dan agar terhindar dari sanksi sosial yang berujung pada kerugian perusahaan. Implementasi tanggung jawab sosial dan pengungkapannya masih belum dikatakan sebagai perusahaan yang menerapkan

konsep akuntansi lingkungan. Program kelestarian lingkungan yang diberikan masih relatif sedikit sehingga tanggung jawab sosial terhadap lingkungan masih belum menjadi hal yang penting diperhatikan investor sebelum melakukan investasi sehingga investor saat ini masih melihat hanya dari segi prospek keuangan sebelum melakukan investasi modal. Hasil temuan sesuai dengan Lathifatussulalah & Dalimunthe (2022) yang menyatakan CSR tidak dapat memoderasi pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis pada perusahaan pertanian dan pertambangan beserta pembahasan yang telah dijelaskan, berikut ini kesimpulan yang dapat ditarik:

- a) Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertanian dan pertambangan periode 2018-2021. Perusahaan dapat melakukan pengelolaan dengan baik sehingga mampu mengontrol biaya perusahaan yang dapat meningkatkan profit perusahaan.
- b) Kinerja lingkungan berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertanian dan pertambangan periode 2018-2021. Biaya lingkungan dan kinerja yang diperhatikan dengan baik mendorong perusahaan memiliki brand image yang positif.
- c) CSR memperkuat hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertanian dan pertambangan periode 2018-2021. Pengungkapan CSR mempermudah investor dalam mengetahui program-program CSR perusahaan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan investasi investor.
- d) CSR tidak dapat memoderasi hubungan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertanian dan

pertambahan periode 2018-2021. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR menjadi kewajiban perusahaan sehingga tidak memberikan dampak bagi kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.

5.2. Saran

Penelitian tidak luput dari adanya keterbatasan, maka dari keterbatasan tersebut peneliti memberi saran sebagai berikut:

- a) Penelitian ini mengambil perusahaan pertanian dan pertambangan dengan periode 2018-2021. Disarankan penelitian selanjutnya memperluas objek serta periode perusahaan yang digunakan untuk memberikan hasil temuan yang lebih baik.
- b) Pada variabel nilai perusahaan, Tobin's Q digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Disarankan untuk penelitian selanjutnya menggunakan pengukuran lain dari Tobin's Q baik untuk variabel independen dan dependen.
- c) Selain variabel moderasi, penelitian selanjutnya dapat menggunakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel mediasi atau *intervening* dimana variabel ini merupakan perantara tengah antara variabel independen dengan dependen.

DAFTAR PUSTAKA

- Almunawwaroh, M., & Deswanto, V. (2022). Green Accounting: Akuntansi Dan Lingkungan. In Y. Welly (Ed.), *News.Ge* (p. 231). Media Sains Indonesia. https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=ka0E86IAAAAJ&cstart=300&pagesize=100&citation_for_view=ka0E86IAAAAJ:rzmi0EmCOGEC
- Andriani, N. D., & Panglipurningrum, Y. S. (2020). Profitabilitas, Likuiditas, dan Rasio Aktivitas Pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Batubara yang Terdaftar di BEI periode 2016-2018. *Jurnal Buana Akuntansi*, 5(2), 69–84. <https://doi.org/10.36805/AKUNTANSI.V5I2.1117>
- Ariasih, N. P. D., & Yadnyana, I. K. (2018). Pengaruh Profitabilitas Pada Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 22(2), 1600–1625. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.V22.I02.P29>
- Arifin, J. (2007). *Cara Cerdas Menilai Kinerja Perusahaan (Aspek Finansial & Non Finansial) Berbasis Komputer*. PT Elex Media Komputindo.
- Arum, R. A., Wahyuni, Y., Ristiyana, R., Nadhiroh, U., Wisandani, I., Rachmawati, D. W., Hilda, Sundari, R. I., HS, S., Hartatik, Seto, A. A., & Bakri. (2022). Analisis Laporan Keuangan. In Suwandi (Ed.), *CV. Media Sains Indonesia*. Media Sains Indonesia.
- Aydođmuş, M., Gülay, G., & Ergun, K. (2022). Impact of ESG performance on firm value and profitability. In *Borsa Istanbul Review*. Elsevier. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2022.11.006>
- Cohen, N., & Robbins, P. (2011). Green Business: An A-to-Z Guide. *Green Business: An A-to-Z Guide*. <https://doi.org/10.4135/9781412973793>
- Daromes, F. E., & Kawilarang, M. F. (2020). Peran Mediasi Pengungkapan Lingkungan Pada Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 14(1), 77–101. <https://doi.org/10.25170/JAK.V14I1.1263>
- Dewi, N. K. D. P., & Mertha, I. M. (2018). Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Memoderasi Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan pada Nilai

- Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 22(3), 2148–2176.
<https://doi.org/10.24843/EJA.2018.V22.I03.P19>
- Dewi, N. M. L., & Suputra, I. D. . D. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage pada Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 28(1), 26–54.
<https://doi.org/10.24843/EJA.2019.V28.I01.P02>
- Djawahir, K. (2022, July 21). *Tengok, 27 Perusahaan Big Cap Pencipta Kekayaan di BEI | SWA.co.id*. <https://swa.co.id/business-champions/tengok-27-perusahaan-big-cap-pencipta-kekayaan-di-bei>
- Freeman, R. E. E., & McVea, J. (2001). A Stakeholder Approach to Strategic Management. *SSRN Electronic Journal*.
<https://doi.org/10.2139/SSRN.263511>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (5th ed.). Semarang Badan Penerbit UNDIP.
- Hapsoro, D., & Adyaksana, R. (2020). Apakah Pengungkapan Informasi Lingkungan Memoderasi Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Biaya Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan? *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 23(02), 41–52. <https://doi.org/10.17509/JRAK.V8I1.19739>
- Ismail, F. (2018). *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Sosial* (M. Astuti (ed.); 1st ed.). Prenadamedia Group.
- Junaedi, A. T., Renaldo, N., Sudarno, S., Hutahuruk, M. B., Panjaitan, H. P., Suharti, S., Mujiono, M., Suhardjo, S., Andi, A., Suyono, S., & Fransisca, L. (2023). *PARADIGMA AKUNTANSI BARU* (N. Renaldo, A. T. Junaedi, S. Sudarno, M. Mujiono, M. B. Hutahuruk, S. Suyono, & T. Sevendy (eds.); 1st ed.). Literasi Nusantara Abadi.
- Kesumastuti, M. A. R. M., & Dewi, A. A. (2021). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Usia dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(7), 1854.
<https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i07.p19>
- Khanifah, K., Udin, U., Hadi, N., & Alfiana, F. (2020). Environmental performance and firm value: Testing the role of firm reputation in emerging countries.

- International Journal of Energy Economics and Policy*, 10(1), 96–103.
<https://doi.org/10.32479/IJEEP.8490>
- Kusuma, I. M. E. W., & Dewi, L. G. K. (2019). Pengaruh Kinerja Lingkungan pada Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 26(3), 2183.
<https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i03.p19>
- Labetubun, M. A. H., Nugroho, L., Pinem, D., Sinurat, J., Pusporini, pusporini, Umiyati, H., Hendrayani, Y., Anwar, K., Lahallo, F. F., Rahayu, P. S., Ahmad, D., & Gaol, S. L. (2022). *CSR PERUSAHAAN “ Teori dan Praktis Untuk Manajemen Yang Bertanggung Jawab ”* (U. Saripudin (ed.); 1st ed.). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Lathifatussulah, L., & Dalimunthe, I. P. (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan, Kinerja Lingkungan Dan Kapitalisasi Pasar Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Moderasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(6), 3494–3511. <https://doi.org/10.37385/MSEJ.V3I6.1127>
- Li, T., Wang, Y., & Li, H. (2023). Corporate Social Responsibility and Insider Trading Profitability: Evidence from An Emerging Market. *Pacific-Basin Finance Journal*, 77(2), 101911.
<https://doi.org/10.1016/J.PACFIN.2022.101911>
- Manullang, S. (2017). *Teori dan Teknik Analisis Stakeholder* (H. A. Siregar (ed.); 1st ed.). Penerbit IPB Press.
- Mipo, M. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Moderating Variable Pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *Owner*, 6(1), 736–745.
<https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.614>
- Muawanah, U., & Hayati, N. (2019). Analisis Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan: Dampak Variabel Kontekstual. *Akuntabilitas*, 12(1), 93–104. <https://doi.org/10.15408/akt.v12i1.12656>
- Mufidah, N., & Purnamasari, P. E. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good

- Corporate Governance Sebagai Variabel Moderating. *EL DINAR: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 64–82.
<https://doi.org/10.18860/ED.V6I1.5454>
- Murniati, lisa, Rapini, T., & Sumarsono, H. (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 26.
<https://doi.org/10.24269/iso.v2i2.187>
- Nilu, L., & Suryanawa, I. K. (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23(3), 2145–2174.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/38423>
- Ningrum, E. P. (2022). Nilai Perusahaan (Konsep dan Aplikasi). In Kodri (Ed.), *Penerbit Adab* (1st ed.). Penerbit Adab.
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2007). *Manajemen Strategis 1 (ed.10)*.
- Pradnyana, K. D. D., & Putra, I. M. P. D. (2018). Moderasi Corporate Social Responsibility Pada Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Akuntansi*, 24(1), 253–281.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v24.i01.p10>
- Putra, B. A. I., & Sunarto, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 149. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.195>
- Putra, R. A., & Hanggara, A. (2022). *Analisis Data Kuantitatif* (T. Lestari (ed.); 1st ed.). CV. Jakad Publishing Surabaya.
- Putri, K. G. A., & Wirakusuma, M. G. (2020). Profitabilitas Sebagai Pemoderasi Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(1), 28–38.
<https://doi.org/10.24843/EJA.2020.V30.I01.P03>

- Qiu, S. (Charles), Jiang, J., Liu, X., Chen, M. H., & Yuan, X. (2021). Can Corporate Social Responsibility Protect Firm Value During The COVID-19 Pandemic? *International Journal of Hospitality Management*, 93, 102759. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102759>
- Rahayu, N. M. M., & Damayanthi, I. G. A. E. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kinerja pada Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Asing sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 24(1), 30–57. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/36881>
- Rahma, A. N., & Munfaqiroh, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 14(2), 196–203. <https://jurnal.sttkd.ac.id/index.php/jmd/article/view/284>
- Rahmanita, S. A. (2020). Pengaruh Carbon Emission Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Pemoderasi. *Akuntansi : Jurnal Akuntansi Integratif*, 6(1), 54–70. <https://doi.org/10.29080/JAI.V6I01.273>
- Ralina, L., & Prasetyo, A. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan Di ISSI Periode 2013-2017. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(9), 1795. <https://doi.org/10.20473/vol6iss20199pp1795-1803>
- Raningsih, N. K., & Artini, L. G. S. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7, 1997. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i08.p03>
- Sari, P. Y., & Priantinah, D. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1), 111–125. <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19364>
- Sari, R., Marnisah, L., & Wijaya, H. (2022). *Statistik Ekonomi* (R. R. Rerung (ed.); 1st ed.). Media Sains Indonesia.

- Sarwono, J. (2013). *12 Jurus Ampuh SPSS Untuk Riset Skripsi* (1st ed.). PT Elex Media Komputindo.
- Sawitri, A. P., & Setiawan, N. (2019). Analisis Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report, Kinerja Keuangan, Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Business & Banking*, 7(2), 207–214. <https://doi.org/10.14414/jbb.v7i2.1397>
- Setiawan, T., Augustine, Y., & Purwanti, A. (2021). *Pengaruh Etika Terhadap Profitabilitas: Mediasi Image Dan CSR (Studi Perusahaan Tambang, Minyak, dan Gas)* (D. R. Ariestarini (ed.); 1st ed.). Jejak Pustaka.
- Siagian, D., & Sugiarto, S. (2000). *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi* (3rd ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). Alfabeta.
- Supriadi, I. (2020). *Metode Riset Akuntansi - Google Books* (H. A. Susanto (ed.); 1st ed.). Penerbit Deepublish.
- Supriadi, I. (2022). *Riset Akuntansi Keperilakuan: Penggunaan SmartPLS dan SPSS Include Macro Andrew F.Hayes* (K. Ummatin (ed.); 1st ed.). CV. Jakad Publishing Surabaya.
- Sutha, D. W. (2019). *Biostatistika - Google Books* (Amirullah (ed.); 1st ed.). Media Nusa Creative.
- Utomo, M. N. (2019). Ramah Lingkungan dan Nilai Perusahaan (FA Rahmawati, ed.). In F. A. Rahmawati (Ed.), *Surabaya: Jakad Publishing Surabaya*. Jakad Publishing.
- Vivian, V., Wijaya, Y., Charlie, F., Winnie, W., Devi, D., & Rahmi, N. U. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2014-2018. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), 257–274. <https://doi.org/10.31955/MEA.V4I3.384>
- Wardani, D. D., & Sa'adah, L. (2020). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening.

Jurnal Akuntansi Dan Investasi, 5(1), 15–28.
<https://doi.org/10.35835/AKTIVA.V5I1.823>

Wirawati, N. G. P., Dwija Putri, I. G. A. M. A., & Badera, I. D. N. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Pengungkapan Lingkungan, dan Kinerja Lingkungan pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(9), 2417.
<https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i09.p19>

Yang, Y., Wen, J., & Li, Y. (2020). The Impact of Environmental Information Disclosure on the Firm Value of Listed Manufacturing Firms: Evidence from China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(3), 916. <https://doi.org/10.3390/IJERPH17030916>

Yuliana, I., & Djalaluddin, A. (2019). *Corporate Social Responsibility*. UIN-Maliki Press.

Zs, N. Y., Nurangraini, I., Astuti, B., Ranidiah, F., & Pertiwi, D. E. (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 281–298. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2053>

Zuhriah, M., & Maharani, N. K. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 16(2), 703.
<https://doi.org/10.35931/aq.v16i2.934>