

PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN, *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, *PROFITABILITAS*, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN ENERGI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2021

(Skripsi)

Oleh

**ANNISA SEKARNINGRUM
1916051070**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN, *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, *PROFITABILITAS*, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN ENERGI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2021

Oleh

ANNISA SEKARNINGRUM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kinerja Lingkungan, *Corporate Social Responsibility*, *Profitabilitas*, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan. Populasi pada penelitian ini berjumlah 54 perusahaan pada sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek tahun 2016-2021 dan diperoleh sampel dengan jumlah 18 perusahaan yang ditentukan oleh metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi data panel dengan program *E-views 12* sebagai alat pengolah data.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Kinerja Lingkungan, *Corporate Social Responsibility*, dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan *Profitabilitas* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan secara simultan Kinerja Lingkungan, *Corporate Social Responsibility*, *Profitabilitas*, dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

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

ABSTRACT

THE EFFECT OF ENVIRONMENTAL PERFORMANCE, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, PROFITABILITY, AND SALES GROWTH ON FIRM VALUE OF ENERGY COMPANIES LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE IN 2016-2021

By

ANNISA SEKARNINGRUM

This study aims to determine the effect of Environmental Performance, Corporate Social Responsibility, Profitability, and Sales Growth on Company Value. The population in this study totaled 54 companies in the energy sector which were listed on the Stock Exchange in 2016-2021 and a sample of 18 companies was obtained which was determined by the purposive sampling method. The analysis technique used in this study uses panel data regression analysis with the E-views 12 program as a data processing tool.

The research results show that partially Environmental Performance, Corporate Social Responsibility, and Sales Growth have no significant effect on Firm Value, while Profitability partially has a significant effect on firm value. And simultaneously Environmental Performance, Corporate Social Responsibility, Profitability, and Sales Growth have a significant effect on Firm Value.

Keywords: Firm Value, Environmental Performance, Corporate Social Responsibility, Profitability, Sales Growth.

**PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN, CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY, PROFITABILITAS, DAN PERTUMBUHAN
PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN ENERGI YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2021**

Oleh

Annisa Sekarningrum

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

Pada

**Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi

**: PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN,
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY,
PROFITABILITAS, DAN PERTEMBUHAN
PENJUALAN PADA PERUSAHAAN ENERGI
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA TAHUN 2016-2021**

Nama Mahasiswa

: Annisa Sekarningrum

Nomor Pokok Mahasiswa

: 1916051070

Program Studi

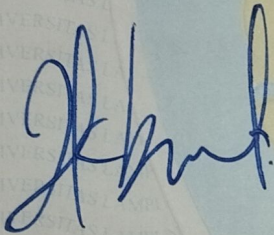
: Ilmu Administrasi Bisnis

Fakultas

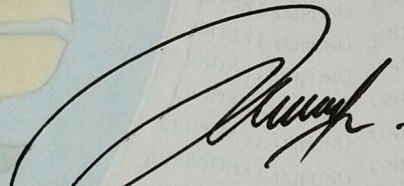
: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

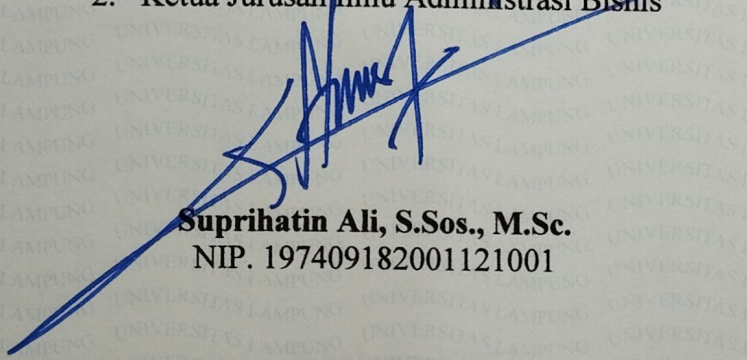


Dr. K. Bagus Wardianto, S.Sos., M.A.B
NIP. 198001172003121002



M. Iqbal Harori, S.A.B., M.Si
NIP. 231504880320101

2. Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

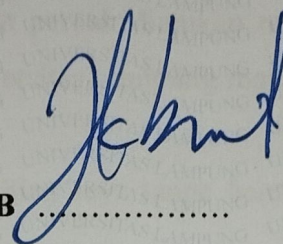


Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc.
NIP. 197409182001121001

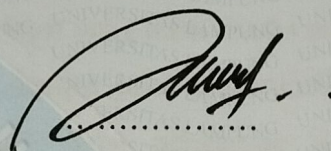
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

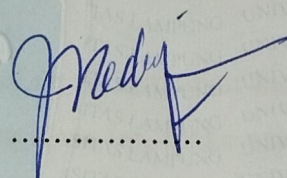
Ketua : **Dr. K. Bagus Wardianto, S.Sos., M.A.B**



Sekretaris : **M. Iqbal Harori, S.A.B., M.Si**



Anggota : **Mediya Destalia, S.A.B., M.A.B**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **10 Februari 2023**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari komisi pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersih dan menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 13 Februari 2023
Yang membuat pernyataan,



Annisa Sekarningrum
NPM. 1916051070

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Annisa Sekarningrum yang lahir di Way Jepara, Lampung Timur, pada 11 Juni 2000. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Arifin dan Ibu Mujiati. Saudara laki-laki bernama Andika Zuliansyah yang memiliki perbedaan usia 6 tahun dengan penulis.

Latar belakang pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis yaitu menyelesaikan pendidikan Taman Kanak-kanak pada tahun 2005. Lalu melanjutkan pendidikan pada SDN 4 Labuhan Ratu Satu pada tahun 2005-2012, SMP Negeri 1 Way Jepara pada tahun 2012-2015, SMA Negeri 1 Way Jepara 2015-2018. Kemudian pada tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi yaitu Universitas Lampung.

Penulis mengambil Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Lampung. Di tingkat perguruan tinggi penulis mengikuti unit kegiatan mahasiswa Koperasi Mahasiswa saat menjadi mahasiswa baru, penulis juga aktif di organisasi intra jurusan yaitu Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis. Pada tahun 2021 penulis menjabat sebagai sekretaris bidang Pengkajian dan Keilmuan HMJ Ilmu Administrasi Bisnis FISIP Universitas Lampung.

MOTTO

“Maka sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya
sesudah kesulitan ada kemudahan”

- QS. Al-Insyirah: Ayat 6 -

*“You should believe in yourself, and don't let anyone bring you down,
negativity does not exist, it's all about positivity”*

- Mark Lee -

“Be you, be unique, be crazy, you're beautiful”

- Ten Lee -

“Seberapa sulit jalan yang dihadapi untuk bertemu masa depan,
kita akan selalu dapat melaluinya sampai akhir”

- Renjun -

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Puji Syukur Kepada Allah SWT. Yang Telah Melimpahkan Segala Rahmat, Berkah, dan Karunianya. Karya Ini Kupersembahkan Untuk:

Kedua Orang Tuaku Tercinta,

Bapak dan Ibu yang Telah Membesarkan, Mendidik, Membimbing, serta Memberikan Cinta dan Kasih Sayang yang Tiada Habisnya. Terima Kasih Telah Mendo'akan dan Berjuang Untuk Kehidupanku.

Adikku Tersayang,

Terima Kasih Telah Memberiku Dukungan, Motivasi, dan Terima Kasih Telah Hadir serta Memberi Warna Dalam Hidupku.

Keluarga Besar dan Sahabat-Sahabat Tercinta.

Dosen Pembimbing dan Penguji Yang Sangat Berjasa

Almamater Tercinta

Universitas Lampung

SANWACANA

Alhamdulillah puji syukur atas berkah rahmat Allah SWT. yang telah melimpahkan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kinerja Lingkungan, *Corporate Social Responsibility*, *Profitabilitas*, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Energi yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021”**. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Universitas Lampung. Penulis menyadari bahwa selama proses penyusunan dan penulisan skripsi ini banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari banyak pihak. Dengan itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Ida Nurhaida., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Dedy Hermawan, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerja sama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Arif Sugiono, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Robi Cahyadi, M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
5. Bapak Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

6. Bapak Dr. K. Bagus Wardianto, S.Sos., M.AB., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung dan selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah banyak meluangkan waktu serta memberikan bimbingan, motivasi, masukan, nasihat, saran, kritik, dan pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
7. Bapak M. Iqbal Harori, S.A.B., M.Si., selaku Dosen Pembantu yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan bimbingan, do'a, motivasi, semangat, nasihat, masukan, saran, kritik, dan ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
8. Ibu Mediya Destalia, S.A.B., M.A.B. selaku Dosen Pembahas yang telah memberikan arahan, masukan, saran, kritik, serta ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
9. Seluruh Dosen jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
10. Seluruh staff dan karyawan jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang telah banyak membantu untuk kelancaran penyelesaian skripsi penulis.
11. Teristimewa untuk kedua orang tua saya, Bapak Arifin dan Ibu Mujiati yang telah merawat dan memberikan kasih sayang kepada saya. Terima kasih karena selalu berdoa dan berjuang untuk saya, semoga bapak dan ibu selalu sehat sehingga dapat menemani langkah saya sampai di masa depan.
12. Nenek dan kakek saya, Ibu Kartini dan Alm. Bapak Suyud yang telah membantu membesarkan saya dan memberikan cinta kasih sayang kepada saya.
13. Adik saya, Andika Zuliansyah yang telah menghibur dan memberikan semangat untuk saya.
14. Kakak saya, Lusiana Oktarina yang selalu menemani, menghibur, memotivasi, membantu, dan mendo'akan saya. Terimakasih karena telah menjadi sosok kakak dan sahabat yang baik untuk saya.
15. Keluarga besar saya yang telah membantu, membimbing, serta mendoakan saya sehingga saya dapat menempuh Pendidikan sampai di Perguruan Tinggi.
16. Sahabat-sahabat saya, Lady, Gita, Sevi, Heni, Eva, Galuh, Nadila, Mifta, Yulia, Mutia, Fitriabida, Leni, Tamara, Firman, dan Faisal yang telah

17. memberikan dukungan dan mendengarkan segala keluh kesah saya, serta memberikan semangat agar saya selalu dapat melewati segala permasalahan hidup saya.
18. Sahabat-sahabat perkuliahan saya, Nisa, Dina, Meli, Christofer, Argun, Septian, Edi, Fina, Ita, Asri, Chika, Andar, Agung, Novika, Deswita yang telah memberikan dukungan dan kebersamai saya selama masa perkuliahan.
19. Teman-teman pengurus HMJ 2021 yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada saya.
20. Adik tingkat saya Puja yang selalu mendengarkan keluh kesah dan memberikan nasihat kepada saya.
21. Kakak tingkat saya kak Delvi yang telah memberikan semangat dan dukungan serta mendengarkan keluh kesah saya.
22. NCT (Mark, Taeil, Taeyong, Jhonny, Yuta, Doyoung, Ten, Kun, Jaehyun, Winwin, Jungwoo, Lucas, Xiaojun, Hendery, Renjun, Jeno, Haechan, Jaemin, Yangyang, Chenle, Jisung, Sungchan, dan Shotaro) yang telah menghibur, memotivasi, serta memberikan semangat kepada saya.
23. Seluruh teman-teman ABI 2019 yang telah kebersamai masa perkuliahan saya.
24. Semua teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih karena telah membantu dan memberikan semangat untuk saya.
25. Terima kasih kepada diri saya yang telah bertahan dan mampu menyelesaikan skripsi.

Bandar Lampung

Penulis,

Annisa Sekarningrum

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	2
DAFTAR TABEL	5
DAFTAR GAMBAR.....	6
1. PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan	15
1.4 Manfaat	16
1.4.1 Manfaat Teoritis	16
1.4.2 Manfaat Praktis	16
2. TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Nilai Perusahaan.....	17
2.1.1 <i>Tobin's Q</i>	17
2.1.2 <i>Price Earning Ratio</i>	18
2.1.3 <i>Price to Book Value (PBV)</i>	18
2.2 Kinerja Lingkungan	19
2.2.1 <i>Stakeholder Theory</i>	21
2.3 <i>Corporate Social Responsibility</i>	23
2.3.1 <i>Stakeholder Theory</i>	23
2.4 <i>Profitabilitas</i>	24
2.4.1 <i>Return of Assets (ROA)</i>	25
2.4.2 <i>Return of Equity (ROE)</i>	25
2.4.3 <i>Net Profit Margin (NPM)</i>	26
2.4.4 <i>Gross Profit Margin (GPM)</i>	26
2.4.5 <i>Earnings Per Share (EPS)</i>	26
2.4.6 Teori Modigliani Miller (1963)	27
2.5 Pertumbuhan Penjualan.....	27
2.5.1 Teori Modigliani Miller (1963)	28
2.6 Penelitian Terdahulu	28
2.7 Kerangka Berpikir	32
2.7.1 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan .	32
2.7.2 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	33
2.7.3 Pengaruh <i>Profitabilitas</i> Terhadap Nilai Perusahaan	34
2.7.4 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan	35

2.8 Pengembangan Hipotesis	35
3. METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Populasi Sampel	38
3.2.1 Populasi	38
3.2.2 Sampel	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4 Definisi Variabel penelitian	40
3.4.1 Definisi Konseptual	40
3.4.2 Definisi Operasional.....	42
3.5 Teknik Analisa Data.....	43
3.5.1 Statistik Deskriptif.....	43
3.5.2 Regresi Linier Berganda Model Data Panel	43
3.6 Penentuan Model Regresi Data Panel	45
3.6.1 Uji Clow	45
3.6.2 Uji Hausman.....	46
3.6 Pengujian Hipotesis.....	47
3.6.1 Uji Parsial (Uji t)	47
3.6.2 Uji Simultan (Uji F).....	47
3.7 Koefisien Determinasi (R^2).....	48
4. HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.1.1 Adaro Energy (ADRO).....	49
4.1.2 AKR Corporindo (AKRA)	49
4.1.3 Astrindo Nusantara Infrastruktur (BIPI).....	50
4.1.4 Baramulti Suksessarana (BSSR)	50
4.1.5 Bumi Resources (BUMI).....	51
4.1.6 Bayan Resources (BYAN).....	52
4.1.7 Delta Dunia Makmur (DOID)	52
4.1.8 Energi Mega Persada (ENRG)	53
4.1.9 Golden Energy Mines (GMES).....	54
4.1.10 Harum Energy (HRUM).....	54
4.1.11 Indka Energy (INDY).....	55
4.1.12 Indo Tambangraya Megah (ITMG).....	56
4.1.13 Mitrabara Adiperdana (MBAP).....	57
4.1.14 Medco Energi Internasional (MEDC)	57
4.1.15 Pertamina Gas Negara (PGAS)	58
4.1.16 Bukit Asam (PTBA)	58
4.1.17 Golden Eagle Energy (SMMT)	59
4.1.18 TBS Energi Utama (TOBA)	60
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	61
4.3 Penentuan Model Regresi Data Panel	68
4.3.1 Uji Chow.....	68
4.3.2 Uji Hausman.....	68
4.4 Regresi Data Panel	69
4.5 Pengujian Hipotesis.....	71

4.5.1 Uji Parsial (Uji t)	71
4.5.2 Uji Simultan (Uji F).....	72
4.6 Koefisien Determinasi (R^2)	73
4.7 Pembahasan.....	74
4.7.1 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan .	74
4.7.2 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	75
4.7.3 Pengaruh <i>Profitabilitas</i> Terhadap Nilai Perusahaan	77
4.7.4 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan	78
4.7.5 Pengaruh Kinerja Lingkungan, <i>Corporate Social Responsibility</i> , <i>Profitabilitas</i> , dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan.....	80
5. SIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Kasus Kerusakan Lingkungan Akibat Aktivitas Perusahaan	7
Tabel 2.1 Peringkat kinerja usaha dan kegiatan	21
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 2.3 Hasil Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Daftar Perusahaan Sampel	39
Tabel 3.2 Variabel penelitian	42
Tabel 3.3 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi (R ²)	48
Tabel 4.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Nilai Perusahaan	61
Tabel 4.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kinerja Lingkungan	62
Tabel 4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Corporate Social Responsibility</i>	64
Tabel 4.4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Profitabilitas</i>	65
Tabel 4.5 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Pertumbuhan Penjualan	66
Tabel 4.6 Uji Chow	68
Tabel 4.7 Uji Hausman	69
Tabel 4.8 Regresi Data Panel <i>Fixed Effect Model</i>	69
Tabel 4.9 Hasil Uji t	71
Tabel 4.10 Hasil Uji F	73
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.4 Model Hipotesis	37
Gambar 4.1 Rata-rata Nilai Perusahaan per Tahun 2016-2021	62
Gambar 4.2 Rata-rata Kinerja Lingkungan per Tahun 2016-2021	64
Gambar 4.3 Rata-rata CSR per Tahun 2016-2021	65
Gambar 4.4 Rata-rata Profitabilitas per Tahun 2016-2021	66
Gambar 4.5 Rata-rata Pertumbuhan Penjualan per Tahun 2016-2021	67

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan dijual disebut sebagai nilai perusahaan (Franita, 2016). Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya pada prospek perusahaan di masa kini dan di masa depan. Nilai perusahaan merupakan salah satu tujuan perusahaan dengan cara memaksimalkan harga saham (Prasetia *et al.*, 2014). Harga saham di pasar merupakan cerminan nilai perusahaan yang diberikan oleh para investor sebagai hasil dari keberhasilan kinerja sebuah perusahaan (Hidayat & Khotimah, 2022).

Harga saham berbanding lurus dengan nilai perusahaan dan kepercayaan investor, dengan tingginya harga saham suatu perusahaan maka nilai perusahaan juga tinggi dan kepercayaan investor meningkat. (Suwardika & Mustanda, 2017). Nilai perusahaan yang terbentuk dari harga saham akan menunjukkan peluang investasi yang baik. Dengan adanya peluang-peluang investasi tersebut maka dapat memberikan sinyal positif kepada para calon investor mengenai keuntungan yang akan diperoleh dan prospek perusahaan dimasa depan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Hidayat & Khotimah, 2022).

Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) masih sangat fluktuatif setiap tahunnya. Beberapa perusahaan dinilai baik oleh investor dan ada banyak perusahaan yang pergerakannya tidak terlalu signifikan. Hal ini akan menjadi pertimbangan tersendiri bagi investor sebelum melakukan kegiatan investasinya dan bagi investor yang sudah melakukan investasi akan melakukan pertimbangan untuk berinvestasi kembali atau tidak. Maka dari

itu, mempertahankan atau meningkatkan nilai perusahaan bukanlah hal yang mudah dan sangat penting bagi perusahaan (Machmuddah *et al.*, 2020).

Era globalisasi menciptakan persaingan yang ketat antar Negara-negara di dunia, hal ini membuat Negara-negara miskin dan berkembang secara paksa bersaing dengan Negara-negara maju. Negara-negara miskin dan berkembang menghadapi persaingan global ini dengan berbagai kekurangan dan kelemahan, serta kehidupan sosial, ekonomi, dan politik yang semrawut (Jumadi, 2017). Pada era industrialisasi yang semakin kompetitif ini, perusahaan secara terus-menerus meningkatkan daya saingnya dengan mempertahankan peningkatan nilai perusahaan (Suniantari & Yasa, 2022). Persaingan mendorong setiap perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya agar tujuannya dapat tercapai. Salah satu tujuan sebuah perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan untuk memaksimalkan kekayaan para pemegang saham yang diperoleh dengan mengan meningkatkan *present value* (Languju *et al.*, 2016).

Perusahaan sebagai salah satu wujud ekonomi dari suatu negara pastinya memiliki tujuan jangka panjang dan jangka pendek. Dapat memberikan kemakmuran bagi para investornya merupakan tujuan utama perusahaan dalam jangka panjang. Sedangkan memaksimalkan keuntungan dari hasil pemanfaatan sumber daya yang dimiliki merupakan tujuan jangka pendek suatu perusahaan (Suwardika & Mustanda, 2017). Perusahaan yang sudah *go public* akan berusaha memperbaiki kinerja perusahaan agar dapat meningkatkan nilai perusahaan dan memberikan sinyal positif kepada investor (Pramana & Mustanda, 2016).

Kinerja perusahaan merupakan sebuah prestasi yang telah dicapai perusahaan yang dituangkan dalam laporan keuangan perusahaan pada satu periode tertentu. Perusahaan sebagai salah satu bentuk organisasi memiliki tujuan tertentu yang ingin dicapai dalam usaha untuk memenuhi

kepentingan para anggota perusahaan. Keberhasilan dalam mencapai tujuan perusahaan merupakan prestasi manajemen (Fadillah, 2017). Kinerja perusahaan memiliki beberapa indikator, namun dalam penelitian ini akan dibahas empat faktor yaitu, kinerja lingkungan, *corporate social responsibility*, *profitabilitas*, dan pertumbuhan penjualan.

Dalam penelitian ini objek yang akan diteliti adalah perusahaan energi. Pada penelitian ini perusahaan energi digunakan sebagai objek penelitian. Pemilihan perusahaan energi sebagai objek penelitian adalah karena perusahaan sektor energi mengalami penambahan perusahaan dari tahun ke tahun, hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan sektor energi memiliki prospek yang baik untuk terus berkembang. Perusahaan energi mencakup semua industri yang memproduksi dan menjual energi, termasuk proses ekstraksi, manufaktur, pemurnian, dan distribusi. Hampir setiap infrastruktur negara sangat bergantung pada industri energi. Alasan lain memilih sektor energi karena perusahaan energi melakukan aktivitas penambangan dimana hal itu memiliki risiko kerusakan lingkungan yang tinggi. Oleh karena itu, pemilihan sektor energi dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak-pihak yang membutuhkan dalam pengambilan keputusan khususnya yang berkaitan dengan nilai perusahaan dan keputusan investasi.

Indikator pertama yang akan diteliti yaitu kinerja lingkungan yang merupakan tanggung jawab sebuah perusahaan untuk menciptakan lingkungan yang baik. Tanggung jawab pengelolaan kinerja lingkungan diukur menggunakan Penilaian PROPER yang dilaksanakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) kemudian hasil Penilaian PROPER diterbitkan pada *website* KLH (Sawitri & Setiawan, 2017). Penilaian PROPER mengacu pada Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup No. 5 Tahun 2011 tentang Pedoman Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan hidup (PROPER).

Tingginya peringkat kinerja lingkungan mampu meningkatkan nilai perusahaan karena semakin baik bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan oleh perusahaan terhadap kelestarian lingkungan hidup maka citra perusahaan akan meningkat. Hal itu terjadi karena perusahaan telah mampu memenuhi kontrak sosial atau legitimasi terhadap masyarakat, legitimasi merupakan bentuk pengakuan keberadaan perusahaan dari masyarakat. Untuk dapat diterima masyarakat, organisasi harus dapat menyelaraskan antara tujuan ekonomi dengan tujuan lingkungan dan sosialnya sehingga keberadaannya direspon positif oleh masyarakat. Investor lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki reputasi positif di masyarakat karena mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan tersebut. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai perusahaan juga akan meningkat (Pratiwi, 2020)

Penelitian pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan dilakukan untuk mengujian *stakeholder theory* (Freeman, 1984) yang menyatakan bahwa efektivitas organisasi diukur dari kemampuannya untuk memuaskan tidak hanya pemegang saham, tetapi juga pemangku kepentingan dalam perusahaan. Teori ini menyatakan bahwa dengan memiliki kinerja lingkungan yang baik akan meningkatkan citra dan reputasi perusahaan sehingga akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan.

Pengaruh positif kinerja perusahaan terhadap nilai perusahaan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hariati & Rihatiningtyas (2016), Gabrielle & Toly (2019), Yadav *et al.* (2016) yang menyatakan bahwa kinerja lingkungan mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan temuan terdahulu, maka penelitian ini diharapkan dapat menambah bukti empiris mengenai pengaruh kinerja perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Sejak abad ke 20, pemanasan global telah menjadi isu yang populer di dunia. Pemanasan global merupakan perubahan iklim yang disebabkan langsung atau tidak langsung oleh aktivitas manusia sehingga mengubah komposisi atmosfer global. Selain itu, terdapat pula isu lain terkait lingkungan seperti kelestarian lingkungan dan sumber daya alam. Isu-isu mengenai lingkungan mempengaruhi perusahaan dalam melakukan kegiatan operasinya dan juga membuat masyarakat menjadi lebih sensitif terhadap polusi yang disebabkan oleh perusahaan. (Deswanto & Siregar, 2018).

Pemanfaatan sumber daya alam secara terus menerus sebagai upaya untuk meningkatkan keuntungan dan nilai perusahaan seringkali tidak diimbangi dengan aktivitas pengelolaan lingkungan yang baik sehingga berdampak pada kerusakan lingkungan. (Mardina & Wuryani, 2019). Salah satu sektor industri yang berkontribusi besar dalam kasus-kasus kerusakan lingkungan adalah perusahaan sektor energi. Hal ini disebabkan oleh aktivitas operasionalnya dan produksinya memanfaatkan sumber daya alam bumi dengan mengeruk hasil bumi.

Perusahaan yang melakukan aktivitas penambangan seperti penggalian, pengolahan, pemanfaatan, dan penjualan minyak, gas, mineral, dan batu bara tentu saja akan berdampak pada lingkungan (Khairiyani *et al.*, 2019). Di Indonesia terdapat beberapa kasus yang mencerminkan kerusakan lingkungan akibat dari aktivitas pertambangan, dan kasus kerusakan karena aktivitas pertambangan memiliki presentase yang sangat tinggi (Khairiyani *et al.*, 2019).

Saat ini perusahaan sudah mulai menyadari bahwa perusahaan harus mampu memberikan manfaat serta peduli terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Masalah lingkungan menjadi berarti bagi investor, masyarakat dan pemerintah. Masyarakat menuntut perusahaan untuk lebih memperhatikan lagi dampak yang timbul dari kegiatan

operasional perusahaan (Maryanti & Fithri, 2017). Dan dengan adanya masalah terkait lingkungan yang diakibatkan oleh perusahaan tentu akan memengaruhi citra perusahaan di hadapan investor (Mardina & Wuryani, 2019). Perusahaan saat ini memikul lebih banyak tanggung jawab atas masalah sosial, seperti pencemaran lingkungan dan ketimpangan pendapatan, daripada yang mereka lakukan di masa lalu (Suniantari & Yasa, 2022).

Tabel 1.1 Kasus Kerusakan Lingkungan Akibat Aktivitas Perusahaan

No.	Kasus	Tahun	Perusahaan	Lokasi
1.	Lumpur Lapindo (CNBC Indonesia)	2006	PT. Lapindo Brantas	Kecamatan Porong, Sidoarjo, Jawa Timur
2.	Pencemaran Sungai Malinau (mongabay.co.id)	2021	PT. Kayan Putra Utama Coal (KPUC)	Malinau, Kalimantan Utara
3.	Pencemaran udara dan air sungai (Tempo.co)	2017	PT. Rayon Utama Makmur (RUM)	Kecamatan Nguter, Kabupaten Sukoharjo
4.	Pencemaran lingkungan berupa asap dan debu (WALHI)	2006	PT. Panggung Jaya Indah Textile (Pajitex)	Kabupaten Pekalongan
5.	Membakar lahan gambut tripa (BETAHITA)	2014	PT. Kallista Alam	Suak Bohong, Kecamatan Darul Makmur, Kabupaten Nagan Raya
6.	Pembakaran Lahan (mongabay.co.id)	2013	PT. Palmina Utama	Desa Darussalam, Kabupaten Banjar
7.	Rumah Roboh dan Jalan Longsor (Tempo.co)	2018	PT. Adimitra Baratama Nusantara	Kampung Jawa, Sangasanga, Kutai Kartanegara.

Sumber: Data Diolah

Beberapa contoh kasus yang terjadi akibat aktivitas perusahaan yang terdapat pada Tabel 1.1. dapat diketahui bahwa banyak perusahaan yang berdiri berdampak negatif terhadap lingkungan karena pemanfaatan sumber daya alam yang semakin tidak terkendali. Dengan adanya kasus-kasus tersebut, seharusnya perusahaan dapat memperluas tanggung jawab

sosial dan lingkungannya. Namun, penelitian terbaru menyatakan bahwa kualitas tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) yang diungkapkan perusahaan di Indonesia lebih rendah dibandingkan perusahaan asal Thailand dan Singapura (Machmuddah *et al.*, 2020).

Corporate Social Responsibility atau disingkat CSR telah menjadi paradigma dominan dalam dunia korporat selama dekade terakhir ini. Bahkan, banyak perusahaan yang sangat memperhatikan CSR dengan meletakkan CSR pada segmen laporan tahunan dan situs *web* perusahaan, memasukkan CSR ke dalam strategi marketing, dan mempertimbangkan CSR dalam menetapkan tujuan strategis perusahaan. CSR telah terbukti meningkatkan reputasi perusahaan, mengurangi risiko idiosinkratik, memastikan manajemen yang kompeten dan meningkatkan penjualan (Ding *et al.*, 2016). Integrasi pasar global telah menciptakan sistem *checks and balances* sehingga menyebabkan CSR menjadi modis dan *booming* seperti saat ini (Becchetti *et al.*, 2020).

Pengungkapan CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan atas adanya masalah sosial dan lingkungan di sekitar perusahaan. Dengan mengungkapkan CSR secara optimal dan berkelanjutan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, penerapan CSR menjadi hal penting bagi sebuah perusahaan (Machmuddah *et al.*, 2020). Dalam menjalankan CSR, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yakni ekonomi, sosial, dan lingkungan, hal ini dilakukan sebagai kegiatan yang berkesinambungan dan merupakan salah satu cara untuk mencegah krisis dengan meningkatkan reputasi (Nayenggita *et al.*, 2019).

Dalam menjaga eksistensi sebuah perusahaan, terdapat hubungan timbal balik antara masyarakat dan perusahaan. Masyarakat merupakan lingkungan eksternal perusahaan yang tidak dapat dipisahkan dengan suatu perusahaan. Perusahaan dan masyarakat merupakan sebuah pasangan yang

saling memberi serta membutuhkan, sehingga hubungan yang baik serta adanya kontribusi antara keduanya akan menciptakan keberhasilan dalam pembangunan bangsa (Antule *et al.*, 2016). Adanya dorongan berupa faktor pasar yang mampu meningkatkan nilai perusahaan membuat perusahaan secara sukarela mengungkapkan informasi CSR pada laporan tahunan dan situ web perusahaan (Xu *et al.*, 2020).

Konsep CSR muncul karena adanya rasa tidak percaya masyarakat terhadap perusahaan. Dengan melaksanakan program CSR, maka perusahaan mendapatkan keunggulan tersendiri dikarenakan mampu mendapat simpati dari masyarakat. Namun terdapat perusahaan yang melakukan CSR bukan untuk memenuhi tanggung jawabnya melainkan untuk kepentingan komersial saja. Oleh karena itu, perusahaan perlu memberikan bukti bahwa yang dilakukan merupakan bukti nyata. Perusahaan harus mengakui bahwa permasalahan masyarakat adalah milik perusahaan, dengan itu CSR dapat berjalan dengan tepat dan sesuai (Nayenggita *et al.*, 2019)

Meskipun tampaknya dukungan untuk pandangan bahwa kegiatan CSR signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan lebih banyak, namun banyak juga penelitian yang menemukan hubungan yang tidak signifikan antara keduanya. Akibatnya, implikasi kebijakan penelitian CSR tetap tidak pasti dan hubungan antara kegiatan CSR dan nilai perusahaan tidak jelas (Servaes & Tamayo, 2013). Ada banyak alasan yang masuk akal mengenai hasil yang berbeda pada beberapa penelitian, hal ini bisa terkait dengan konteks seperti waktu, negara, industri, dan perbedaan yang diamati dalam dimensi CSR. Selain itu, perbedaan dapat dikaitkan dengan pendekatan metodologis yang berbeda (Gregory *et al.*, 2013).

Stakeholder theory (Freeman, 1984) menyatakan bahwa efektivitas organisasi diukur dari kemampuannya untuk memuaskan tidak hanya pemegang saham, tetapi juga pemangku kepentingan dalam perusahaan. Dengan memiliki kinerja lingkungan yang baik akan meningkatkan citra

dan reputasi perusahaan dan mempengaruhi pandangan investor terhadap perusahaan sehingga akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk menguji teori tersebut.

Hasil penelitian dari Machmuddah *et al.* (2020), Ding *et al.* (2016), dan Gregory *et al.* (2013) menyatakan bahwa pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Xu *et al.* (2020) menyatakan bahwa CSR memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan penelitian dari Ding *et al.* (2016) menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan temuan terdahulu dapat diketahui adanya *research gap* dalam penelitian pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk menambah bukti empiris terhadap hubungan keduanya.

Indikator selanjutnya yang digunakan para investor dalam memilih saham adalah dengan memperhatikan profitabilitasnya karena semakin tinggi laba, semakin tinggi pula return yang akan diperoleh investor (Rahman, 2015). *Profitabilitas* merupakan alat untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Investor akan lebih berminat pada perusahaan yang memiliki keuntungan atau profit yang tinggi, karena dengan memilih perusahaan dengan profit yang besar investor akan mendapatkan keuntungan dari investasi yang mereka lakukan. Dengan kata lain, perusahaan dengan tingkat *profitabilitas* yang tinggi akan dipandang bernilai oleh investor (Dhani & Utama, 2017).

Dengan menghasilkan keuntungan yang tinggi akan menunjukkan kinerja perusahaan yang baik, dan tentunya hal itu akan direspon baik oleh investor sehingga berdampak pada kenaikan harga saham. Tingginya tingkat *profitabilitas* sebuah perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan bekerja secara efektif dan efisien dalam mengelola aset yang dimilikinya. Semakin tinggi keuntungan yang didapat oleh suatu perusahaan maka semakin tinggi

juga *retrun* yang akan diterima oleh pemegang saham dan akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan (Suwardika & Mustanda, 2017).

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk mengukur efektivitas manajemen berdasarkan laba yang dihasilkan dari penjualan dan investasi (Sunaryo, 2020). *Profitabilitas* perusahaan menunjukkan hubungan antara keuntungan dan aset atau modal yang menghasilkan keuntungan tersebut. Dengan kata lain, *profitabilitas* adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal tertentu. Semakin baik pertumbuhan *profitabilitas* perusahaan, maka prospek masa depan perusahaan akan semakin baik, yang berarti nilai perusahaan juga akan dinilai lebih baik di mata investor (Ulfah, 2018).

Penelitian pengaruh *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan dilakukan untuk memperoleh bukti empiris dari teori Modigliani dan Miller (1963). Teori ini menyatakan bahwa jika suatu perusahaan memiliki tingkat *profitabilitas* yang tinggi maka akan meningkatkan aliran kas dan laba operasi perusahaan. Meningkatnya aliran kas menyebabkan ketersediaan kas untuk pemilik perusahaan yang nantinya akan dibagikan dalam bentuk dividen serta laba ditahan yang digunakan untuk mengembangkan usaha juga meningkat.

Pengaruh *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan memiliki hubungan yang signifikan hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri & Rahyuda (2020), Suwardika & Mustanda (2017) dan Pramana & Mustanda (2016). Namun penelitian yang dilakukan oleh Moniaga (2013) dan Afinindy *et al.* (2021) menyatakan bahwa *profitabilitas* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Adanya inkonsistensi hasil penelitian terdahulu (*research gap*) maka penelitian ini diharapkan dapat menambah bukti empiris pengaruh *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan.

Indikator lain yang digunakan untuk melihat nilai perusahaan adalah penjualan. Penjualan adalah kegiatan yang berkelanjutan bagi sebuah perusahaan. Setelah menentukan sumber pendanaan perusahaan, selanjutnya perusahaan akan menentukan target penjualan produk. Perusahaan akan menetapkan strategi-strategi penjualan untuk meningkatkan penjualan produk. Dengan mengurangi biaya operasional dapat membantu perusahaan untuk menjual produk dengan harga yang lebih rendah sehingga dapat meningkatkan penjualan. Evaluasi terhadap penjualan sangat penting untuk dilakukan agar menciptakan pertumbuhan penjualan. dengan memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi maka dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Putri & Rahyuda, 2020).

Penjualan mempunyai pengaruh yang strategis bagi suatu perusahaan, karena untuk melakukan penjualan harus didukung oleh aset dan apabila ingin meningkatkan penjualan maka juga harus menambah aset. Manajemen modal kerja dipengaruhi oleh peranan pertumbuhan penjualan didalamnya. Perusahaan dapat memprediksi seberapa besar keuntungan yang didapat melalui tingkat pertumbuhan penjualan (Mandalika, 2016).

Pertumbuhan penjualan merupakan proses bertambahnya ukuran atau volume penjualan. Pertumbuhan penjualan merupakan indikator utama penerimaan pasar atas produk dan layanan perusahaan, dengan pendapatan yang dihasilkan dari penjualan digunakan untuk mengukur pertumbuhan penjualan. Penjualan merupakan hasil akhir dari kegiatan perusahaan, oleh karena itu, perusahaan yang baik tentu harus memiliki penjualan yang terus bertumbuh. Penjualan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan karena tingkat keuntungan dan kerugian yang didapat oleh perusahaan sebagai hasil dari aktivitas penjualan menjadi sumber dalam pembentukan nilai keseluruhan perusahaan. Tingkat pertumbuhan penjualan menggambarkan kinerja pemasaran dan kemampuan daya saing suatu perusahaan di pasar. Dengan memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi dapat menarik minat investor dan dapat membantu perusahaan melakukan

ekspansi usahanya sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (W. C. Dewi *et al.*, 2020).

Pertumbuhan penjualan menggambarkan kemampuan perusahaan dari waktu ke waktu. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan, maka perusahaan tersebut berhasil dalam menjalankan strateginya (Afinindy *et al.*, 2021). Ketika perusahaan mengungkapkan informasi mengenai pembeliann dan penjualan yang telah dicapai, berarti perusahaan mengirimkan sinyal bahwa produksi dan operasi perusahaan berjalan dengan lancar. Pasar saham akan mempertimbangkan informasi tersebut sebagai sinyal yang positif sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor pada kinerja masa dean perusahaan karena perusahaan dianggap memiliki pendapatan yang positif dan lebih besar dibandingkan risiko operasioanl seperti gangguan kapasitas dan risiko logistik. Dengan demikian, pasar dapat memberikan reaksi yang positif terhadap perusahaan (Yang *et al.*, 2014).

Pertumbuhan penjualan yang tinggi atau konsisten dapat berdampak positif terhadap keuntungan perusahaan, sehingga menjadi faktor pertimbangan manajemen perusahaan dalam menentukan struktur modal. Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang cepat biasanya akan menggunakan utang dalam struktur modalnya. Karena tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi, volume penjualan meningkat, sehingga kapasitas produksi harus ditingkatkan. Peningkatan kapasitas produksi seperti penambahan mesin-mesin baru, akan memerlukan dana yang besar (Suweta & Dewi, 2016).

Penelitian pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan dilakukan untuk memperoleh bukti empiris dari teori Modigliani dan Miller (1963). Teori ini menyatakan bahwa jika suatu perusahaan memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi maka keuntungan meningkat dan akan meningkatkan aliran kas perusahaan. Dengan meningkatnya aliran kas

menyebabkan ketersediaan kas untuk pemilik perusahaan yang nantinya akan dibagikan dalam bentuk dividen juga akan meningkat. Hal ini tentu merupakan hal yang dapat direspon baik oleh investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri & Rahyuda (2020) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Adanya pengaruh positif tersebut menunjukkan bahwa dengan meningkatnya pertumbuhan penjualan dapat menghasilkan keuntungan yang tinggi yang berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Afinindy *et al.* (2021) dan Dewi *et al.* (2020) menyatakan hasil yang berkebalikan, yaitu pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh pada nilai perusahaan. Dengan adanya *research gap* antara penelitian terdahulu maka penelitian ini dilakukan untuk memperkuat bukti empiris pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, peneliti ingin meneliti pengaruh *corporate social responsibility*, kinerja lingkungan, *profitabilitas*, dan penjualan pada perusahaan Energi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2021.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Apakah Kinerja Lingkungan berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021?
- b) Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021?

- c) Apakah *Profitabilitas* berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021?
- d) Apakah Penjualan berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021?
- e) Apakah Kinerja Lingkungan, *Corporate social responsibility*, *Profitabilitas*, dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021?

1.3 Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh parsial kinerja lingkungan terhadap Nilai Perusahaan Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021.
- b) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh parsial *corporate social responsibility* terhadap Nilai Perusahaan Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021.
- c) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh parsial *profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021.
- d) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh parsial pertumbuhan penjualan terhadap Nilai Perusahaan Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021.
- e) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh simultan Kinerja Lingkungan, *Corporate social responsibility*, *Profitabilitas*, dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis, yaitu menambahkan bukti empiris mengenai *stakeholder theory* (Freeman, 1984) dan teori Modigliani-Miller (1963).

- a) Pengujian *stakeholder theory* (Freeman, 1984) yang menyatakan bahwa efektivitas organisasi diukur dari kemampuannya untuk memuaskan tidak hanya pemegang saham, tetapi juga pemangku kepentingan dalam perusahaan. Teori ini diuji dengan melihat pengaruh kinerja lingkungan dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
- b) Pengujian teori Modigliani-Miller (1963) dengan melihat pengaruh *profitabilitas* dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a) Bagi perusahaan, hasil analisis penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu pertimbangan dalam pengambilan keputusan terutama dalam hal memaksimalkan kinerja perusahaan dan kemakmuran pemegang saham yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- b) Bagi investor dan calon investor, hasil analisis penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dalam melakukan analisis dan pengambilan keputusan investasi.
- c) Bagi akademisi, hasil analisis penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam mengembangkan teori keuangan serta dapat dijadikan bahan acuan bagi penelitian selanjutnya.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan konsep ekonomi yang mencerminkan nilai dari sebuah bisnis. Secara teoritis, nilai perusahaan merupakan harga yang perlu dibayar untuk membeli badan usaha (Muniarti, 2016). Nilai perusahaan adalah persepsi investor tentang keberhasilan perusahaan (Suwardika & Mustanda, 2017). Hal ini tercermin dari harga saham perusahaan. Kenaikan harga saham menunjukkan kepercayaan investor terhadap perusahaan karena harga saham yang tinggi dapat memberikan sinyal yang baik untuk menarik minat investor dalam mengambil keputusan investasi (Hidayat & Khotimah, 2022).

Nilai perusahaan yang dicerminkan melalui harga saham tentunya akan dipengaruhi oleh beberapa faktor kinerja keuangan seperti indeks harga saham, tingkat suku bunga, dan kondisi fundamental perusahaan (Suwardika & Mustanda, 2017). Kinerja keuangan mencerminkan kemampuan perusahaan untuk mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya. Secara statistik kinerja keuangan memiliki dampak yang signifikan pada nilai perusahaan. Dengan memiliki kinerja keuangan yang baik akan menjadi pertimbangan utama oleh investor dalam mengambil keputusan investasi (Muniarti, 2016).

2.1.1 *Tobin's Q*

Tobin's Q merupakan rasio yang digunakan untuk menghitung nilai perusahaan. *Tobin's Q* adalah alat pengukur rasio yang mendefinisikan nilai perusahaan sebagai kombinasi aset berwujud dan tidak berwujud. *Tobin's Q* juga dapat digunakan untuk menggambarkan efektivitas dan efisiensi perusahaan dalam

memanfaatkan seluruh sumber daya berupa aset yang dimiliki perusahaan. *Tobins-q* atau *q-theory* adalah rasio nilai pasar modal terhadap biaya penggantian yang mengukur semua peluang investasi perusahaan. *Tobin's Q* adalah rasio nilai perusahaan terhadap nilai asetnya. Jika hasilnya lebih tinggi dari yang diharapkan, kemungkinan bisnis akan dapat mengelola aset mereka dengan lebih baik dan meningkatkan keuntungan (Dzahabiyya *et al.*, 2020). *Tobin's Q* dirumuskan sebagai berikut:

$$Tobin's\ Q = \frac{\text{Kapitalisasi Pasar} + \text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$$

2.1.2 *Price Earning Ratio*

Price Earning Ratio (PER) membandingkan harga pasar setiap saham dengan laba per saham (EPS). Rasio ini menunjukkan seberapa besar investor menghargai harga saham dalam kaitannya dengan kelipatan pendapatannya. *Price Earning Ratio (PER)* yang tinggi menunjukkan bahwa investor bersedia membayar harga saham yang lebih tinggi atau harga yang lebih tinggi dari harga pasar (Rahmadewi & Abundanti, 2018). *Price Earning Ratio (PER)* dirumuskan sebagai berikut:

$$PER = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Laba per Saham}}$$

2.1.3 *Price to Book Value (PBV)*

PBV adalah rasio harga saham terhadap nilai buku per saham (Sari & Jufrizen, 2019). PBV juga menunjukkan seberapa jauh perusahaan dapat menciptakan nilai relatif terhadap jumlah modal yang ditanamkan. Semakin tinggi rasio PBV, semakin sukses perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemegang sahamnya (Marlina, 2013). *Price to book value (PBV)* dirumuskan sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

Dari penjelasan mengenai nilai perusahaan diatas, dapat diketahui bahwa nilai perusahaan merupakan suatu nilai yang dilihat oleh investor dalam sebuah perusahaan. Nilai perusahaan menggambarkan bagaimana kinerja perusahaan dipandang oleh investor, semakin tinggi nilai sebuah perusahaan maka semakin tinggi juga minat investor terhadap perusahaan tersebut.

Tobin's q digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini untuk menghitung nilai perusahaan. Rasio *Tobin's q* dipilih karena dianggap mampu memberikan informasi yang efektif karena mencakup semua unsur utang, modal saham perusahaan, dan seluruh aset perusahaan.

2.2 Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan merupakan usaha sebuah perusahaan untuk menciptakan lingkungan yang hijau dan merupakan langkah penting untuk mencapai kesuksesan bisnis. Kinerja lingkungan merupakan hasil yang dapat diukur melalui sistem manajemen lingkungan berdasarkan kebijakan lingkungan, target lingkungan, dan target lingkungan (Effendi, 2021). Manajemen lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan dapat menjadi salah satu media untuk membangun citra perusahaan (Astuti *et al.*, 2014).

Kinerja lingkungan merupakan bahan pertimbangan manajemen dalam mengungkapkan kinerja lingkungannya. Ketika suatu perusahaan memiliki kinerja lingkungan yang baik, maka perusahaan akan mengungkapkannya dalam laporan tahunannya. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik mengungkapkan lebih banyak informasi lingkungan dibandingkan dengan perusahaan dengan kinerja lingkungan yang buruk (Aulia & Agustina, 2015).

Kinerja lingkungan di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. Untuk menjalankan amanat undang-undang tersebut, dibentuk Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER).

PROPER merupakan penilaian kinerja penanggung jawab usaha dan kegiatan pengelolaan lingkungan hidup. Mekanisme dan kriteria penilaian dituangkan dalam Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Nomor 1 Tahun 2021 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan Dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup.

PROPER adalah suatu jenis kebijakan pemerintah yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungan perusahaan sesuai dengan peraturan perundang-undangan. PROPER merupakan salah satu contoh bentuk transparansi dan demokratisasi dalam pengelolaan lingkungan hidup di Indonesia. Penggunaan instrumen ini merupakan upaya Kementerian Negara Lingkungan Hidup untuk memasukkan beberapa prinsip tata kelola yang baik (transparansi, keadilan, akuntabilitas, dan keterlibatan masyarakat) ke dalam pengelolaan lingkungan.

PROPER didirikan berdasarkan beberapa prinsip dasar, yang terpenting adalah peserta PROPER bersifat selektif, khususnya untuk industri yang berdampak signifikan terhadap lingkungan dan peduli terhadap citra atau reputasi. Untuk menekan perusahaan dan industri agar lebih meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungannya, PROPER memanfaatkan pasar dan masyarakat agar perusahaan lebih patuh. Pemberdayaan masyarakat dan pasar dilakukan dengan menyebarkan informasi yang kredibel untuk membangun citra atau reputasi. Warna digunakan untuk mengkomunikasikan informasi tentang kinerja perusahaan untuk membantu pemahaman publik.

Tabel 2.1 Peringkat kinerja usaha dan kegiatan

No.	Penilaian	Keterangan	Nilai
1.	Emas	Usaha dan kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan dalam proses produksi atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.	5
2.	Hijau	Usaha dan kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (beyond compliance) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumber daya secara efisien dan melakukan upaya tanggung jawab sosial dengan baik.	4
3.	Biru	Usaha dan kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.	3
4.	Merah	Usaha dan kegiatan yang sudah melakukan upaya pengelolaan lingkungan, akan tetapi baru sebagian mencapai hasil yang sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan	2
5	Hitam	Usaha dan kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran atau kerusakan lingkungan serta pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.	1

Sumber: *Training Proper*

2.2.1 Stakeholder Theory

Stakeholder theory menyatakan bahwa perusahaan merupakan suatu entitas yang tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri melainkan wajib memberikan manfaat bagi pemangku kepentingan atau *stakeholder*. Kelangsungan hidup perusahaan dipengaruhi oleh peran para *stakeholder*, dan setiap perusahaan memiliki *stakeholder* yang berbeda-beda. (Suharyani *et al.*, 2019). *Stakeholder theory* menganjurkan untuk memperlakukan semua pemangku kepentingan dengan keadilan, kejujuran, dan bahkan kemurahan hati (Harrison *et al.*, 2015).

Dalam perkembangan *stakeholder theory* yang dikembangkan oleh Freeman (1984) menilai hubungan antara perusahaan dengan

berbagai kelompok selain pemegang saham, dengan asumsi bahwa pemangku kepentingan dapat atau hampir selalu mempengaruhi atau dipengaruhi oleh tindakan perusahaan. Perusahaan harus menciptakan nilai bagi pelanggan, karyawan, masyarakat, dan pemilik modal. (Suharyani *et al.*, 2019)

Tanpa adanya dukungan dari para *stakeholder* perusahaan tidak dapat menjalankan usahanya. Tekanan *stakeholder* mengharuskan penerapan dan komunikasi kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dalam bentuk laporan yang berkualitas. Jenis laporan yang dimaksud yang paling lengkap, komprehensif dan merupakan jenis laporan sukarela yaitu laporan keberlanjutan (Suharyani *et al.*, 2019).

Pengungkapan informasi keuangan, sosial, dan lingkungan merupakan dialog antara perusahaan dengan *stakeholder* dan menyediakan informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat mengubah persepsi dan ekspektasi. Pengungkapan ini dilakukan dengan harapan dapat memenuhi kebutuhan informasi para pemangku kepentingan dan mendapatkan dukungan mereka untuk kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini terjadi sebagai akibat dari tuntutan masyarakat yang disebabkan oleh eksternalitas negatif dan ketidaksetaraan sosial (Putri, 2017).

Stakeholder yang diperlakukan dengan baik cenderung membalas dengan sikap dan perilaku positif terhadap organisasi, seperti berbagi informasi berharga (semua pemangku kepentingan), membeli lebih banyak produk atau layanan (pelanggan), memberikan keringanan pajak atau insentif lainnya (masyarakat), menyediakan persyaratan

keuangan yang lebih baik (pemodal), membeli lebih banyak saham (pemegang saham), atau bekerja keras dan tetap setia kepada organisasi, bahkan selama masa-masa sulit (karyawan) (Harrison *et al.*, 2015)

Berdasarkan penjelasan mengenai kinerja lingkungan di atas, maka dapat diketahui bahwa kinerja lingkungan merupakan usaha sebuah perusahaan untuk menjaga lingkungan sekitar tempat perusahaan berdiri. Perusahaan harus menunjukkan etika yang baik terhadap lingkungan sekitarnya dengan menjaga kelestarian dan tidak merusak lingkungan. Perusahaan yang memiliki tingkat PROPER yang tinggi menggambarkan perusahaan tersebut memiliki tanggung jawab terhadap pengelolaan lingkungan yang baik.

2.3 Corporate Social Responsibility

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) adalah mekanisme bagi organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan kepedulian lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksi dengan pemangku kepentingan yang melampaui tanggung jawab hukum organisasi (Djuataningsih & Ristiawati, 2016).

CSR dipahami sebagai cara perusahaan mencapai keseimbangan kepentingan ekonomi, lingkungan, dan sosial, sementara pada saat yang sama menangani harapan pemegang saham dan pemangku kepentingan. Dalam pengertian ini, penting untuk membedakan CSR, yang dapat menjadi konsep manajemen bisnis strategis, dan pengungkapan CSR amal, sponsor, atau filantropi diukur dengan indeks pengungkapan CSR (CSRDI) yang mengacu pada indikator inisiatif pelaporan global (GRI) (Muniarti, 2016).

2.3.1 Stakeholder Theory

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan sangat erat kaitannya dengan pemangku kepentingan, yaitu semua pihak internal dan eksternal yang mempengaruhi atau dipengaruhi, baik secara langsung maupun

tidak langsung, oleh perusahaan. *Stakeholders*, sebagai pihak yang memiliki kepentingan dan tujuan, mempertimbangkan CSR perusahaan dalam pengambilan keputusan. Transparansi pengungkapan CSR dalam laporan keuangan sangat penting bagi pengguna laporan keuangan atau pemangku kepentingan untuk menilai sejauh mana perusahaan peduli dan bertanggung jawab dalam menjalankan bisnis (Meiyana & Aisyah, 2019).

Perusahaan yang mempraktekkan tanggung jawab sosial perusahaan yang baik akan memiliki citra publik yang positif. Citra perusahaan yang baik diharapkan dapat memberikan kabar atau sinyal yang baik kepada pemangku kepentingan dalam mengambil keputusan yang akan menguntungkan perusahaan. Dengan menerapkan CSR, citra perusahaan akan meningkat, sehingga loyalitas konsumen dan pemangku kepentingan meningkat. Sebaliknya, jika tingkat pengungkapan CSR rendah maka perusahaan akan kesulitan mendapatkan kepercayaan investor karena CSR merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan investor ketika berinvestasi di suatu perusahaan (Meiyana & Aisyah, 2019).

Sesuai dengan penjelasan sebelumnya, CSR merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. CSR adalah konsep bahwa perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap semua pemangku kepentingannya, yang meliputi konsumen, karyawan, pemegang saham, masyarakat, dan lingkungan, dalam semua aspek operasinya, termasuk aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

2.4 Profitabilitas

Profitabilitas mengacu pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber daya yang dimilikinya (Muniarti, 2016). Profitabilitas adalah salah satu informasi terpenting bagi investor karena

digunakan untuk melacak pertumbuhan laba perusahaan. Setiap perusahaan mengantisipasi tingkat *profitabilitas* yang tinggi setiap tahun. Semakin tinggi keuntungan perusahaan, maka semakin percaya diri investor bahwa investasinya akan terbayar (Hidayat & Khotimah, 2022).

2.4.1 *Return of Assets (ROA)*

ROA merupakan salah satu rasio *profitabilitas* yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Siregar & Farisi, 2018). ROA menunjukkan efektivitas perusahaan sehingga menjadi bagian penting perusahaan mengingat keuntungan yang diperoleh dari penggunaan aset dapat mencerminkan tingkat efisiensi usaha suatu bank (Setiawan, 2017).

Return on Assets (ROA) menggambarkan kemampuan manajemen untuk memperoleh keuntungan (laba). Semakin tinggi ROA, semakin tinggi keuntungan perusahaan sehingga semakin baik pengelolaan aktiva perusahaan. ROA merupakan pengukur keuntungan bersih yang diperoleh dari penggunaan aktiva. Semakin tinggi rasio ini maka semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih (Kurniasih & Sari, 2013). *Return on Assets (ROA)* dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

2.4.2 *Return of Equity (ROE)*

Return on Equity (ROE) merupakan rasio yang mengukur kemampuan dari modal perusahaan untuk menghasilkan keuntungan bagi seluruh pemegang saham (Rahmadewi & Abundanti, 2018). ROE yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil memperoleh keuntungan dari modalnya (Devi & Artini, 2019). *Return on Equity (ROE)* dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2.4.3 *Net Profit Margin (NPM)*

Net Profit Margin (NPM) adalah persentase penjualan yang tersisa setelah dikurangi biaya dan biaya total seperti bunga, pajak, dan dividen saham preferen. Jadi, jika suatu perusahaan memiliki NPM yang tinggi, maka dapat dikatakan baik (Nariswari & Nugraha, 2020). *Net Profit Margin* (NPM) dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

2.4.4 *Gross Profit Margin (GPM)*

Gross Profit Margin (GPM) adalah persentase penjualan yang tersisa setelah perusahaan membayar barang. Jadi perusahaan dengan GPM yang tinggi mungkin diuntungkan karena biaya penjualan barangnya relatif lebih rendah. (Nariswari & Nugraha, 2020). *Gross Profit Margin* (GPM) dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{GPM} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}}$$

2.4.5 *Earnings Per Share (EPS)*

Earnings per Share (EPS) merupakan laba bersih yang diperoleh perusahaan untuk setiap lembar saham selama periode tertentu, yang kemudian dibagikan kepada seluruh pemegang saham. Kenaikan atau penurunan EPS dari tahun ke tahun merupakan indikator penting berhasil atau tidaknya operasi perusahaan. Semakin tinggi EPS, semakin tinggi harga saham, secara teori. EPS yang meningkat menandakan bahwa perusahaan berhasil meningkatkan kemakmuran investor, yang akan mendorong investor untuk meningkatkan penyertaan modalnya pada perusahaan. Terakhir, peningkatan jumlah permintaan saham menyebabkan harga saham naik (Rahmadewi & Abundanti, 2018). *Earnings per Share* (EPS) dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Saham Neredar}}$$

2.4.6 Teori Modigliani Miller (1963)

Teori MM II (1963) menyatakan bahwa tingginya tingkat *profitabilitas* sebuah perusahaan mengakibatkan jumlah persediaan kas perusahaan meningkat. Tingginya tingkat keuntungan membuat persediaan kas juga meningkat sehingga dapat dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen atau laba ditahan yang digunakan untuk menjalankan operasi bisnis.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diketahui bahwa *profitabilitas* sebagai analisis rasio keuangan yang mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba atau profit dengan suatu ukuran dalam persentase untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba atau keuntungan. Pada penelitian ini rasio *profitabilitas* yang akan digunakan adalah ROA. ROA dipilih karena dapat digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam meningkatkan laba secara keseluruhan

2.5 Pertumbuhan Penjualan

Penjualan adalah kegiatan yang berkelanjutan bagi sebuah perusahaan. Setelah menentukan sumber pendanaan perusahaan, selanjutnya perusahaan akan menentukan target penjualan produk. Perusahaan akan menetapkan strategi-strategi penjualan untuk meningkatkan penjualan produk. Dengan mengurangi biaya operasional dapat membantu perusahaan untuk menjual produk dengan harga yang lebih rendah sehingga dapat meningkatkan penjualan. Evaluasi terhadap penjualan sangat penting untuk dilakukan agar menciptakan pertumbuhan penjualan. dengan memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi maka dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Putri & Rahyuda, 2020).

Penjualan mempunyai pengaruh yang strategi bagi suatu perusahaan, karena untuk melakukan penjualan harus didukung oleh aset dan apabila ingin meningkatkan penjualan maka juga harus menambah aset. Manajemen

modal kerja dipengaruhi oleh peranan pertumbuhan penjualan didalamnya. Perusahaan dapat memprediksi seberapa besar keuntungan yang didapat melalui tingkat pertumbuhan penjualan (Mandalika, 2016).

Pertumbuhan penjualan merupakan selisih total penjualan antara periode ini dan periode sebelumnya yang dibandingkan dengan penjualan periode sebelumnya. Pertumbuhan penjualan yang tinggi atau stabil dapat berdampak positif terhadap laba perusahaan, sehingga menjadi faktor pertimbangan manajemen perusahaan dalam menentukan struktur modal (Suweta & Dewi, 2016). Pertumbuhan Penjualan adalah kemampuan yang dimiliki perusahaan dalam mendapatkan profit yang sifatnya imateriil yang telah ditentukan oleh suatu target (Pradana *et al.*, 2013)

2.5.1 Teori Modigliani Miller (1963)

Teori MM II (1963) menyatakan bahwa semakin banyak penjualan yang dilakukan oleh perusahaan maka keuntungan perusahaan akan meningkat. Meningkatnya keuntungan membuat persediaan kas juga meningkat sehingga dapat dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen atau laba ditahan yang digunakan untuk menjalankan operasi bisnis.

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

NO.	PENELITI	VARIABEL		HASIL PENELITIAN
		X	Y	
1.	(Hidayat & Khotimah, 2022)	<i>Profitabilitas dan Ukuran perusahaan</i>	Nilai Perusahaan	a. Variabel ROA memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap variabel PBV atau variabel nilai perusahaan. b. Variabel Size memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap variable PBV.

NO.	PENELITI	VARIABEL		HASIL PENELITIAN
		X	Y	
2.	(Pramana & Mustanda, 2016)	<i>Profitabilitas</i> dan Ukuran perusahaan	Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> a) <i>Profitabilitas</i> secara signifikan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. b) Ukuran Perusahaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.
3.	(Suwardika & Mustanda, 2017)	<i>Leverage</i> , Ukuran perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan <i>Profitabilitas</i> .	Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> a) Leverage secara parsial berpengaruh signifikan dan memiliki arah yang positif terhadap nilai perusahaan. b) Ukuran perusahaan secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. c) Pertumbuhan perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan namun memiliki arah yang negatif terhadap nilai perusahaan. d) <i>Profitabilitas</i> secara parsial berpengaruh signifikan dan mempunyai arah yang positif terhadap nilai perusahaan.
4.	(Moniaga, 2013)	Struktur modal, <i>Profitabilitas</i> , dan Struktur biaya	Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> a) Struktur Modal berpengaruh signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. b) <i>Profitabilitas</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. c) Struktur Biaya berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan.
5.	(Ding <i>et al.</i> , 2016)	<i>Corporate social responsibility</i>	Nilai Perusahaan	CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
6.	(Machmuddah <i>et al.</i> , 2020)	<i>Corporate social responsibility</i>	Nilai Perusahaan	CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

NO.	PENELITI	VARIABEL		HASIL PENELITIAN
		X	Y	
7.	(Xu <i>et al.</i> , 2020)	<i>Corporate social responsibility</i>	Nilai Perusahaan	CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
8.	(Servaes & Tamayo, 2013)	<i>Corporate social responsibility</i>	Nilai Perusahaan	CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
9.	(Gregory <i>et al.</i> , 2013)	<i>Corporate social responsibility</i>	Nilai Perusahaan	CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
10.	(Hariati & Rihatiningtyas, 2016)	Tata kelola perusahaan dan Kinerja lingkungan.	Nilai Perusahaan	Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
11.	(Gabrielle & Toly, 2019)	Pengungkapan emisi gas rumah kaca dan kinerja lingkungan.	Nilai Perusahaan	a) Pengungkapan emisi GRK memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. b) Kinerja lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
12.	(Yadav <i>et al.</i> , 2016)	Kinerja lingkungan	Nilai Perusahaan	Kinerja lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
13.	(Afinindy <i>et al.</i> , 2021)	<i>Profitabilitas, Firm Size, Likuiditas, dan Pertumbuhan penjualan.</i>	Nilai Perusahaan	<i>Profitabilitas</i> ukuran perusahaan, likuiditas, dan pertumbuhan penjualan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap struktur modal dan nilai perusahaan.
14.	(Putri & Rahyuda, 2020)	Struktur modal dan pertumbuhan penjualan.	Nilai Perusahaan	Pertumbuhan penjualan dan <i>profitabilitas</i> yang berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
15.	(W. C. Dewi <i>et al.</i> , 2020)	Likuiditas dan pertumbuhan penjualan.	Nilai Perusahaan	a) Likuiditas secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. b) Pertumbuhan Penjualan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Sumber: Data Diolah

Tabel 2.3 Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	X1 (CSR) terhadap Y (Nilai Perusahaan)			X2 (Kinerja Lingkungan) terhadap Y (Nilai Perusahaan)			X3 (Profitabilitas) terhadap Y (Nilai Perusahaan)			X4 (Pertumbuhan Penjualan) terhadap Y (Nilai Perusahaan)		
		SIG (+)	SIG (-)	UN SIG	SIG (+)	SIG (-)	UN SIG	SIG (+)	SIG (-)	UN SIG	SIG (+)	SIG (-)	UN SIG
1.	(Hidayat & Khotimah, 2022)							√					
2.	(Pramana & Mustanda, 2016)			√				√					
3.	(Suwardika & Mustanda, 2017)							√					
4.	(Moniaga, 2013)									√			
5.	(Ding <i>et al.</i> , 2016)	√											
6.	(Machmuddah <i>et al.</i> , 2020)	√											
7.	(Xu <i>et al.</i> , 2020)		√										
8.	(Servaes & Tamayo, 2013)			√									
9.	(Gregory <i>et al.</i> , 2013)	√											
10.	(Hariati & Rihatiningtyas, 2016)				√								
11.	(Gabrielle & Toly, 2019)				√								
12.	(Yadav <i>et al.</i> , 2016)				√								
13.	(Afinindy <i>et al.</i> , 2021)									√			√
14.	(Putri & Rahyuda, 2020)							√			√		
15.	(W. C. Dewi <i>et al.</i> , 2020)												√

Sumber: Data Diolah

2.7 Kerangka Berpikir

2.7.1 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Kinerja lingkungan merupakan usaha sebuah perusahaan untuk menciptakan lingkungan yang hijau dan merupakan langkah penting untuk mencapai kesuksesan bisnis (Effendi, 2021). *Stakeholder theory* yang dikembangkan oleh Freeman (1984) menilai adanya hubungan antara perusahaan dan para pemangku kepentingan dapat atau hampir selalu mempengaruhi atau dipengaruhi oleh tindakan perusahaan. *Stakeholder theory* menyatakan bahwa perusahaan wajib memberikan manfaat bagi pemangku kepentingan atau *stakeholder*. Tanpa adanya dukungan dari para *stakeholder* perusahaan tidak dapat menjalankan usahanya (Suharyani *et al.*, 2019).

Stakeholder yang diperlakukan dengan baik cenderung membalas dengan sikap dan perilaku positif terhadap organisasi, seperti berbagi informasi berharga, membeli lebih banyak produk atau layanan, memberikan keringanan pajak atau insentif lainnya, menyediakan persyaratan keuangan yang lebih baik, membeli lebih banyak saham (pemegang saham) (Harrison *et al.*, 2015).

Pelaku lingkungan yang baik percaya bahwa dengan mengungkapkan *performance* mereka berarti menggambarkan *good news* bagi pelaku pasar. Perusahaan yang menjaga lingkungannya dengan baik akan mengindikasikan hubungan yang baik pula dengan para pemegang saham (Astuti *et al.*, 2014).

Dengan kata lain jika perusahaan memperhatikan kepentingan *stakeholder* maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hariati & Rihatiningtyas (2016), Gabrielle & Toly (2019), dan Yadav *et al.* (2016) yang menyatakan bahwa kinerja lingkungan mempunyai

pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan semakin tinggi peringkat PROPER suatu perusahaan maka akan semakin tinggi juga nilai perusahaan.

2.7.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan atas adanya masalah sosial dan lingkungan di sekitar perusahaan (Machmuddah *et al.*, 2020). Konsep legitimasi penting dalam menganalisis hubungan antara perusahaan dan lingkungannya. Legitimasi dicapai dengan menunjukkan bahwa kegiatan perusahaan sesuai dengan nilai-nilai sosial (Mousa, *et. al.*, 2015).

Perusahaan harus dapat menciptakan nilai bagi para *stakeholder*. *Stakeholder* menuntut adanya pelaksanaan dan pengkomunikasian dari kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dalam bentuk laporan yang berkualitas. *Stakeholder theory* menjelaskan hubungan antara perusahaan dan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh tindakan perusahaan (Suharyani *et al.*, 2019).

Pengungkapan informasi keuangan, sosial, dan lingkungan merupakan dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*. Pengungkapan tersebut dilakukan dengan harapan dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi para *stakeholder* serta mendapatkan dukungan dari para *stakeholder* demi kelangsungan hidup suatu perusahaan (Putri, 2017). *Stakeholder* yang diperlakukan dengan baik cenderung membalas dengan sikap dan perilaku positif terhadap perusahaan (Harrison *et al.*, 2015).

Informasi yang terdapat pada laporan keuangan dapat dijadikan media untuk mengetahui sinyal adanya kegagalan perusahaan atau kebangkrutan. Investor selalu membutuhkan informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu untuk menganalisis dalam mengambil keputusan (Masdiantini & Warasniasih, 2020)

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa mengungkapkan CSR secara optimal dan berkelanjutan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Machmuddah *et al.* (2020), Ding *et al.* (2016), dan Gregory *et al.* (2013) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Xu *et al.* (2020) menyatakan bahwa CSR memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan penelitian dari Ding *et al.* (2016) menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.7.3 Pengaruh *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas mengacu pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber daya yang dimilikinya (Muniarti, 2016). Teori Modigliani Miller II (1963) menyatakan bahwa tingginya tingkat *profitabilitas* sebuah perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan karena meningkatnya *profitabilitas* akan meningkatkan jumlah persediaan kas yang dapat digunakan untuk pembagian dividen kepada para pemegang saham.

Teori Modigliani Miller II selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dan Khotimah (2022) menyatakan bahwa *profitabilitas* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang menjanjikan sehingga mendorong permintaan investor

terhadap saham. Respon positif dari investor tersebut akan meningkatkan harga saham dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Hasil Penelitian ini didukung oleh Putri & Rahyuda (2020), Suwardika & Mustanda (2017) dan Pramana & Mustanda (2016). Namun penelitian yang dilakukan oleh Moniaga (2013) dan Afinindy *et al.* (2021) menyatakan bahwa *profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.7.4 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan penjualan mengacu pada kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba immaterial yang ditentukan oleh suatu target (Pradana *et al.*, 2013). Pertumbuhan penjualan yang tinggi atau stabil dapat berdampak positif terhadap laba perusahaan, sehingga menjadi faktor pertimbangan manajemen perusahaan dalam menentukan struktur modal (Suweta & Dewi, 2016).

Menurut temuan penelitian yang dilakukan oleh Putri & Rahyuda (2020), pertumbuhan penjualan berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Adanya pengaruh positif tersebut menunjukkan bahwa peningkatan pertumbuhan penjualan dapat menghasilkan keuntungan yang tinggi, yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Namun, Afinindy *et al.* (2021) dan Dewi *et al.* (2020) menemukan sebaliknya yaitu sales growth berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.8 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori mengenai pengaruh kinerja perusahaan, *corporate social responsibility*, *profitabilitas*, pertumbuhan penjualan secara simultan berpengaruh parsial terhadap nilai

perusahaan energi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1 :Kinerja perusahaan secara parsial berpengaruh parsial terhadap nilai perusahaan energi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021.

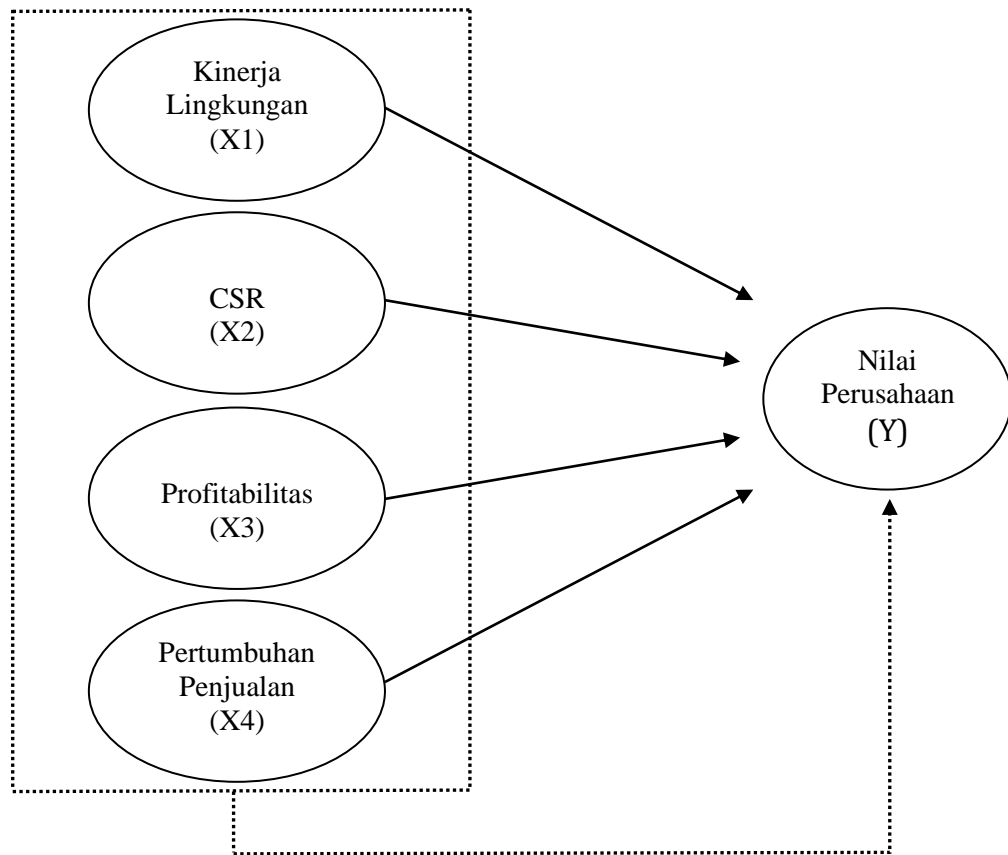
Hipotesis 2 :*Corporate social responsibility* (CSR) secara parsial berpengaruh parsial terhadap nilai perusahaan energi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021.

Hipotesis 3:*Profitabilitas* secara parsial berpengaruh parsial terhadap nilai perusahaan energi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021.

Hipotesis 4: Pertumbuhan Penjualan secara parsial berpengaruh parsial terhadap nilai perusahaan energi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021.

Hipotesis 5 :Kinerja perusahaan, *corporate social responsibility*, *profitabilitas*, pertumbuhan penjualan secara simultan berpengaruh parsial terhadap nilai perusahaan energi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021.

Model hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1.4 Model Hipotesis

Keterangan:

—————> = Secara Parsial

-----> = Secara Simultan

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang berusaha untuk menentukan hubungan antara dua variabel atau lebih untuk mengembangkan teori yang dapat digunakan untuk menjelaskan, memprediksi, dan mengendalikan suatu gejala. Penelitian kuantitatif bersifat objektif dan berfokus pada pengumpulan dan analisis data numerik. Interkorelasi variabel dapat diukur dan variabel penelitian kuantitatif diidentifikasi. Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk menggeneralisasi temuan penelitian sehingga dapat digunakan untuk memprediksi situasi serupa pada populasi lain. Penelitian kuantitatif juga digunakan untuk menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel-variabel yang diteliti. Teori dan hipotesis adalah titik awal untuk penelitian kuantitatif (Abdullah, 2015)

3.2 Populasi Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah data keuangan perusahaan di Sektor Energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2016-2021 yang berjumlah 54 perusahaan.

3.2.2 Sampel

Data dan sampel untuk penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan *type judgment sampling*. Dalam metode ini, pengambilan sampel didasarkan pada kriteria tertentu

untuk mendapatkan sampel yang sesuai. Kriteria pemilihan sampel yang harus dipenuhi adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan menerbitkan laporan tahunan periode 2016-2021.
2. Perusahaan yang mendapat peringkat PROPER pada periode 2016-2021.
3. Perusahaan energi yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* pada periode 2016-2021.
4. Perusahaan energi yang mengungkapkan data yang diperlukan untuk mengukur variabel *profitabilitas* penelitian pada periode 2016-2021.
5. Perusahaan energi yang mengungkapkan data yang diperlukan untuk mengukur variabel pertumbuhan penjualan penelitian pada periode 2016-2021.

Berdasarkan metode dan kriteria-kriteria yang telah ditentukan tersebut, maka diperoleh sampel penelitian sebanyak 18 perusahaan dan terdapat unit analisis sebanyak 18×6 tahun = 108 unit analisis. Adapun perusahaan yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3.1 Daftar Perusahaan Sampel

No	Kode	Nama Perusahaan
1.	ADRO	Adaro Energy Indonesia Tbk.
2.	AKRA	AKR Corporindo Tbk.
3.	BIPI	Astrindo Nusantara Infrastrukt
4.	BSSR	Baramulti Suksessarana Tbk.
5.	BUMI	Bumi Resources Tbk.
6.	BYAN	Bayan Resources Tbk.
7.	DOID	Delta Dunia Makmur Tbk.
8.	ENRG	Energi Mega Persada Tbk.
9.	GEMS	Golden Energy Mines Tbk.
10.	HRUM	Harum Energy Tbk.
11.	INDY	Indika Energy Tbk.

No	Kode	Nama Perusahaan
12.	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk.
13.	MBAP	Mitrabara Adiperdana Tbk.
14.	MEDC	Medco Energi Internasional Tbk
15.	PGAS	Perusahaan Gas Negara Tbk.
16.	PTBA	Bukit Asam Tbk.
17.	SMMT	Golden Eagle Energy Tbk.
18.	TOBA	TBS Energi Utama Tbk.

Sumber: Data Diolah

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Dokumentasi, yaitu metode pengumpulan data yang menjadi objek penelitian yaitu laporan keuangan perusahaan dan laporan tahunan yang bergerak di sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2021.

3.4 Definisi Variabel penelitian

3.4.1 Definisi Konseptual

a) Nilai perusahaan

Nilai perusahaan mencerminkan nilai dari sebuah bisnis dengan kata lain nilai perusahaan merupakan harga yang perlu dibayar untuk membeli badan usaha (Muniarti, 2016). Nilai perusahaan adalah persepsi investor tentang keberhasilan perusahaan (Suwardika & Mustanda, 2017). Hal ini tercermin dari harga saham perusahaan. Kenaikan harga saham menunjukkan kepercayaan investor terhadap perusahaan karena harga saham yang tinggi dapat memberikan sinyal yang baik untuk menarik minat investor dalam mengambil keputusan investasi (Hidayat & Khotimah, 2022).

b) Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan merupakan usaha sebuah perusahaan untuk menciptakan lingkungan yang hijau dan merupakan langkah penting untuk mencapai kesuksesan bisnis. Kinerja lingkungan merupakan hasil yang dapat diukur melalui sistem manajemen lingkungan berdasarkan kebijakan lingkungan, target lingkungan, dan target lingkungan (Effendi, 2021). Manajemen lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan dapat menjadi salah satu media untuk membangun citra perusahaan (Astuti *et al.*, 2014). Kinerja lingkungan diukur dengan menggunakan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER).

c) *Corporate Social Responsibility*

CSR merupakan cara perusahaan mencapai keseimbangan kepentingan ekonomi, lingkungan, dan sosial, sementara pada saat yang sama menangani harapan pemegang saham dan pemangku kepentingan (Muniarti, 2016).

d) *Profitabilitas*

Profitabilitas digunakan untuk menganalisis perkembangan perolehan keuntungan perusahaan. Setiap perusahaan akan mengharapkan *profitabilitas* yang besar setiap tahunnya. Semakin tinggi profit perusahaan, maka akan memberikan sinyal positif bagi para investor bahwa mereka juga mendapatkan keuntungan dari investasinya (Hidayat & Khotimah, 2022).

e) Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan Penjualan merupakan selisih antara jumlah penjualan periode ini dengan periode sebelumnya dibandingkan dengan penjualan periode sebelumnya. Pertumbuhan Penjualan yang tinggi atau stabil dapat berdampak positif terhadap keuntungan perusahaan sehingga menjadi pertimbangan manajemen perusahaan dalam menentukan struktur modal (Suweta & Dewi, 2016). Pertumbuhan Penjualan adalah

kemampuan yang dimiliki perusahaan dalam mendapatkan profit yang sifatnya imateriil yang telah ditentukan oleh suatu target (Pradana *et al.*, 2013).

3.4.2 Definisi Operasional

Tabel 3.2 Variabel penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran	Skala
Kinerja Lingkungan (X ₁)	Kinerja lingkungan merupakan keseluruhan pencapaian perusahaan dalam mengelola masalah-masalah lingkungan sebagai akibat dari pelaksanaan kegiatan operasional perusahaan.	Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER)	Rasio
Corporate Social Responsibility (X ₂)	<i>Corporate social responsibility</i> (CSR) adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan di dunia usaha atau industri sebagai rasa tanggung jawab. Tanggung jawab itu akan ditujukan untuk sosial maupun lingkungan sekitar.	$CSR_{Dij} = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$	Rasio
Profitabilitas (X ₃)	<i>Profitabilitas</i> merupakan alat untuk mengukur seberapa besar tingkat keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan.	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$	Rasio
Pertumbuhan Penjualan (X ₄)	Pertumbuhan penjualan merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan tujuan perusahaan dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.	Pertumbuhan Penjualan $= \frac{\text{Penjualan } t - \text{Penjualan } t - 1}{\text{Penjualan } t - 1}$	Rasio
Nilai perusahaan (Y)	Nilai perusahaan adalah harga yang dapat dijual dengan kesepakatan harga yang akan dibayar oleh pembeli.	Tobin's Q $= \frac{\text{Kapitalisasi Pasar} + \text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$	Rasio

Sumber: Data Diolah

3.5 Teknik Analisa Data

3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai distribusi, nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum, dan minimum pada masing-masing variabel yaitu PROPER, pengungkapan CSR, ROA, pertumbuhan penjualan.

3.5.2 Regresi Linier Berganda Model Data Panel

Uji regresi bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi berganda dipakai untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan variabel X terhadap variabel Y. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen.

Analisis regresi memiliki tujuan mengetahui hubungan antara suatu variabel independen dengan variabel dependen. Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini digunakan untuk mengukur pengaruh dan hubungan variabel independen kinerja lingkungan, *corporate social responsibility*, *profitabilitas*, dan pertumbuhan penjualan terhadap variabel dependen nilai perusahaan.

Persamaan model regresi dalam penelitian ini adalah:

$$Y = C + X_1\text{PROPER} + X_2\text{CSR} + X_3\text{ROA} + X_4\text{SG} + e$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

C = Konstanta

X₁-X₄ = Koefisien Regresi

CSR = *Corporate Social Responsibility*

ROA = *Return on Asset*

SG = *Sales Growth* (Pertumbuhan Penjualan)

E = *Standar Error*

Data panel merupakan gabungan antar waktu (time series) dengan data antar individu (cross section) data panel merupakan struktur data yang observasinya meliputi unit sektor dan unit waktu. Sehingga adanya heterogenitas dalam data panel tidak dapat dihindari baik antar sektor maupun antar waktu.

Untuk mengestimasi parameter data panel terdapat tiga model yaitu:

a) *Common Effect Model* (CEM)

Teknik estimasi common efek model yaitu menggunakan *ordinary least squares* (OLS) secara sederhana *common effect model* menggabungkan seluruh data tanpa memperhatikan perbedaan sektor dan waktu.

b) *Fixed Effect Model* (FEM)

Model ini mengasumsikan bahwa antar unit sektor maupun antar unit waktu memberikan efek yang berbeda terhadap model. efek yang berbeda tersebut diperlihatkan pada nilai koefisien intersep sehingga model ini akan memiliki intersep yang berbeda untuk tiap-tiap perusahaan. Model akan diestimasi dengan teknik variabel demi atau dikenal dengan nama *least square dummy variables* (LSDV).

c) *Random Effect Model* (REM)

Model ini memperhitungkan model pada total panel yaitu dengan menggunakan metode *least square*. pendekatan ini digunakan untuk memperbaiki metode *ordinary least square* dengan perhitungan *error* dan *time series* serta *cross section*.

3.6 Penentuan Model Regresi Data Panel

Untuk menentukan model regresi data panel yang tepat, terdapat beberapa pengujian yang dapat dilakukan yaitu dengan menggunakan uji chow dan uji hausman. Uji chow ini digunakan untuk menentukan antara model *fixed effect* atau *common effect*. Sedangkan uji hausman digunakan untuk menentukan antara model *fixed effects* atau *random effects*.

3.6.1 Uji Clow

Uji chow dilakukan untuk membandingkan atau memilih mana yang terbaik antara *Common Effect Model* atau *Fixed Effects Model*. Pengujian ini dilakukan dengan hipotesis berikut:

H_0 : *Common Effect Model*

H_1 : *Fixed Effects Model*

Pedoman yang digunakan dalam mengambil keputusan Uji Chow jika melihat nilai probabilitas *F test* dan *Chi-square* dengan asumsi berikut:

- a. H_0 diterima jika nilai probabilitas *Cross-section F* maupun *Cross-Section Chi-square* yang diperoleh $> 0,05$ maka model yang digunakan adalah *common effects*.
- b. H_0 ditolak jika nilai probabilitas *Cross-section F* maupun *Cross-Section Chi-square* yang diperoleh $< 0,05$ maka model yang digunakan adalah *fixed effects*.

Jika hasil uji chow menyatakan bahwa H_0 diterima maka dalam menentukan regresi data panel menggunakan *Common Effect Model* maka pengujian berhenti di tahap ini. Apabila hasil uji chow menyatakan bahwa H_0 ditolak maka dalam menentukan regresi data panel menggunakan *Fixed Effects Model* maka pengujian akan berlanjut pada uji hausman.

3.6.2 Uji Hausman

Uji yang digunakan untuk menentukan model *fixed effects* atau *random effects* yang paling sesuai untuk digunakan adalah Hausman Test. Pengujian ini dilakukan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : *Random Effects Model*

H_1 : *Fixed Effects Model*

Pedoman yang digunakan dalam mengambil keputusan Uji Hausman:

- a. H_0 diterima jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka model yang digunakan adalah *random effects*.
- b. H_0 ditolak jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka model yang digunakan adalah *fixed effects*.

Jika hasil uji hausman menyatakan bahwa H_0 diterima maka dalam menentukan regresi data panel menggunakan *Random Effects Model* maka pengujian berlanjut pada uji *Lagrange Multiplier* (LM). Apabila hasil uji hausman menyatakan bahwa H_0 ditolak maka dalam menentukan regresi data panel menggunakan *Fixed Effects Model* maka pengujian berhenti pada tahap ini.

3.6.3 Uji Lagrange Multiplier (LM)

Uji *Lagrange Multiplier* (LM) digunakan untuk memilih antara *Common Effect* atau *Random Effect*. Uji signifikansi *Random Effect* ini dikembangkan oleh Bruesch-pagan. Uji LM digunakan untuk mengetahui apakah model *Random Effect* lebih baik dari metode *Common Effect*.

3.6 Pengujian Hipotesis

3.6.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan dalam uji F adalah sebagai berikut:

H_0 = Tidak berpengaruh

H_1 = Berpengaruh

Ada dua cara untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent dan variabel dependen secara parsial, yaitu berdasarkan nilai signifikansi dan perbandingan nilai t hitung dan t table.

a) Nilai Signifikansi

- 1) Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- 2) Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

b) Perbandingan Nilai t Hitung dan t Tabel

- 1) Jika nilai t hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- 2) Jika nilai t hitung $< t$ tabel maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.6.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Hipotesis yang digunakan dalam uji F adalah sebagai berikut:

H_0 = Tidak berpengaruh

H_1 = Berpengaruh

Ada dua cara untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent dan variabel dependen secara simultan, yaitu berdasarkan nilai signifikansi dan perbandingan nilai t hitung dan t table.

c) Nilai Signifikansi

- 3) Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- 4) Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

- d) Perbandingan Nilai t Hitung dan t Tabel
- 3) Jika nilai t hitung > t tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
 - 4) Jika nilai t hitung < t tabel maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.7 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) atau *R squared* berarti secara Bersama-sama perubahan variabel dependen disebabkan oleh variabel-variabel independent atau dengan kata lain *R squared* menunjukkan besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0-1 jika dalam persentase dimulai dari 0-100%. Penjelasan mengenai tingkat kolerasi dari interval koefisien dapat dilihat pada tabel 3.2.

Tabel 3.3 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi (R^2)

Interval Koefisien	Tingkat Kolerasi
0.00 - 0.199	Sangat Rendah
0.20 - 0.399	Rendah
0.40 - 0.599	Sedang
0.60 - 0.799	Kuat
0.80 - 1.000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2019

5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kinerja lingkungan, *corporate social responsibility*, *profitabilitas*, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan energi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021. Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis maka dapat disimpulkan bahwa:

- a) Kinerja lingkungan berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
- b) *Corporate social responsibility* berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
- c) *Profitabilitas* positif berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- d) Pertumbuhan penjualan berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
- e) Kinerja lingkungan, *corporate social responsibility*, *profitabilitas*, dan pertumbuhan penjualan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil yang didapatkan tersebut maka variabel-variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya *profitabilitas* yang berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini *profitabilitas* diproyeksikan menggunakan ROA dan nilai perusahaan diproyeksikan menggunakan *tobins'q*.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai pengaruh kinerja lingkungan, *corporate social responsibility*, *profitabilitas*, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan energi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021, maka ada beberapa saran dan pertimbangan yang dapat diperoleh dari penelitian ini. Saran dan pertimbangan tersebut adalah sebagai berikut:

a) Saran Teoritis/Akademis

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian serupa dengan menambahkan variabel independen lainnya yang lebih bervariasi dari penelitian ini, sehingga dapat mengukur dan mengetahui apa saja yang mempengaruhi nilai perusahaan.

b) Saran Praktis Bagi Perusahaan

Saran bagi perusahaan yang memiliki tingkat kinerja lingkungan yang tinggi agar dapat mempertahankan kinerja lingkungannya dan meningkatkan *corporate social responsibility* karena mengingat pentingnya kedua hal tersebut. Walaupun dalam penelitian ini kedua variabel tersebut memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan namun keduanya tetap harus dijalankan sebagai mana mestinya mengikuti aturan undang-undang yang berlaku.

c) Saran Praktis Bagi Investor

Saran untuk investor adalah tidak hanya mempertimbangkan kinerja keuangan saja saat akan melakukan investasi, namun juga diharapkan dapat mempertimbangkan kinerja lingkungan dan tanggung jawab sosial perusahaan agar dapat membantu perusahaan-perusahaan di Indonesia untuk mau meningkatkan kinerja lingkungan serta tanggung jawab sosialnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In [https://Medium.Com/](https://medium.com/). Aswaja Pressindo. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Afinindy, I., Salim, U., & Ratnawati, K. (2021). *The Effect of Profitability, Firm Size, Liquidity, Sales Growth on Firm Value Mediated Capital Structure. International Journal of Business, Economics and Law*, 24(4), 15–22.
- Aksa, B., Sulaeman, F. M. I., & Ulfa, E. F. N. (2021). Layakkah Model *Shareholder* dan *Stakeholder* Diterapkan Di Indonesia? *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(3), 472–485. <https://doi.org/10.22219/jie.v5i3.17039>
- All About Kriteria Peringkat PROPER Emas, Hijau, Biru, Merah dan Hitam / Training Proper*. (n.d.). *Training Proper*. Retrieved November 10, 2022, from <http://www.trainingproper.com/all-about-kriteria-peringkat-proper-emas-hijau-biru-merah-dan-hitam/>
- Antule, P., Nangoi, G. B., & Suwetja, I. G. (2016). Analisis Penerapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Profitabilitas* Pada Pt. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 16(4), 1183–1190.
- Asmi, T. L. (2014). *Current Ratio, Debt to Equity Ratio, Total Asset Turnover, Return On Asset, Price To Book Value* Sebagai Faktor Penentu Return Saham. *Management Analysis Journal*, 3(2), 1–12.
- Astuti, F. P., Anisykurlillah, I., & Murtini, H. (2014). Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Kepemilikan Asing Terhadap Kinerja Keuangan. *Accounting Analysis Journal*, 3(4), 457–465.
- Aulia, F. Z., & Agustina, L. (2015). Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Kinerja Lingkungan, Dan Liputan Media Terhadap *Environmental Disclosure*. *Accounting Analysis Journal*, 4(3), 457–465.

- Becchetti, L., Bruni, L., & Zamagni, S. (2020). *The Microeconomics of Wellbeing and Sustainability: Recasting the Economic Process*. In *Essential Concepts of Global Environmental Governance*. Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-816027-5.00011-2>
- Deswanto, R. B., & Siregar, S. V. (2018). *Association Between Environmental Disclosures With Financial Performance, Environmental Performance, and Firm Value*. *Social Responsibility Journal*, 4(1), 180–193.
- Devi, N. N. S. J. P., & Artini, L. G. S. (2019). Pengaruh Roe, Der, Per, dan Nilai Tukar Terhadap Return Saham. *E-Jurnal Manajemen*, 8(7), 4183–4212.
- Dewi, L. S., & Abundanti, N. (2019). Pengaruh *Profitabilitas, Likuiditas, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(10), 6099. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i10.p12>
- Dewi, W. C., Siregar, M. Y., & Tarigan, E. D. S. (2020). Pengaruh Likuiditas Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 1(1), 106–111.
- Ding, D. K., Ferreira, C., & Wongchoti, U. (2016). *Does it pay to be different? Relative CSR and its impact on firm value*. *International Review of Financial Analysis*, 47, 86–98. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2016.06.013>
- Djuataningsih, T., & Ristiawati, E. E. (2016). Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Kepemilikan Asing Terhadap Kinerja Finansial Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 31–54. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Dzahabiyya, J., Jhoansyah, D., & Danial, R. D. M. (2020). Analisis Nilai Perusahaan Dengan Model Rasio Tobin's Q. *JAD : Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan Dewantara*, 4(1), 46–55. <https://doi.org/10.26533/jad.v3i1.520>
- Effendi, B. (2021). *The Impact of Environmental Performance on Firm Value: Evidence from Indonesia*. *Proceedings of the 7th Regional Accounting Conference (KRA 2020)*, 173, 155–161. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210416.021>
- Fadillah, A. R. (2017). Analisis Pengaruh Dewan Komisaris Independen, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional Terhadap Kinerja Perusahaan Yang Terdaftar Di Lq45. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 37–52.
- Franita, R. (2016). Manajemen, ekonomi, pendidikan dan akuntansi. *Jurnal Mediasi*, 5(3), 72–89.
- Gabrielle, G., & Toly, A. A. (2019). *The Effect Of Greenhouse Gas Emissions Disclosure And Environmental Performance On Firm Value: Indonesia Evidence*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 14(1), 106–119. <https://doi.org/10.24843/jiab.2019.v14.i01.p10>

- Gregory, A., Tharyan, R., & Whittaker, J. (2013). *Corporate Social Responsibility and Firm Value: Disaggregating the Effects on Cash Flow, Risk and Growth. Journal of Business Ethics, 124*(4), 633–657. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1898-5>
- Hapsoro, D., & Adyaksana, R. I. (2020). Apakah Kinerja Lingkungan dan Biaya Lingkungan Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Informasi Lingkungan? *InFestasi, 8*(1), 41–52. <https://doi.org/10.21107/infestasi.v16i2.8544>
- Hariati, I., & Rihatiningtyas, Y. W. (2016). Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi & Keuangan Daerah, 11*(2), 52–59.
- Harrison, J. S., Freeman, R. E., & de Abreu, M. C. S. (2015). *Stakeholder theory as an ethical approach to effective management: Applying the theory to multiple contexts. Revista Brasileira de Gestao de Negocios, 17*(55), 858–869. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v17i55.2647>
- Hidayat, I., & Khotimah, K. (2022). Pengaruh *Profitabilitas* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Periode 2018-2020. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan, 10*(1), 1–8. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1175>
- Jumadi. (2017). Perkembangan Ekonomi Global Terhadap Kebijakan Politik Ekonomi Indonesia. *Ilmu Sosial Dan Humaniora, 22*(1), 57–71.
- Khairiyani, Mubyarto, N., Mutia, A., Zahara, A. E., & Habibah, G. W. I. A. (2019). Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Serta Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan. *Iltizam Journal Of Shariah Economic Research, 3*(1), 41–62.
- 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>
- Kurniasih, T., & Sari, M. R. (2013). Pengaruh *Return on Assets, Leverage, Corporate Governance, Ukuran Perusahaan dan Kompensasi Rugi Fiskal Pada Tax Avoidance. Buletin Studi Ekonomi, 18*(1), 8–18.
- Languju, O., Mangantar, M., & Tasik, H. H. D. (2016). Pengaruh *Return On Equity, Ukuran Perusahaan, Price Earning Ratio* dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Property And Real Estate Terdaftar di Bursa Efek Indonesiaio dan struktur modal t. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 16*(2), 387–398.
- Limbong, D. T. S., & Chabachib, M. (2016). Analisis Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan *Profitabilitas* sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pada Perusahaan *Real Estate* dan Properti yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2014). *Diponegoro Journal of Management, 5*(4), 1–14.

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17880>

- Machmuddah, Z., Sari, D. W., & Utomo, S. D. (2020). *Corporate social responsibility, profitability and firm value: Evidence from Indonesia*. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 631–638. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.631>
- Mandalika, A. (2016). Pengaruh Struktur Aktiva , Struktur Modal , Dan Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Studi Pada Sektor Otomotif). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 207–218. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/download/10629/10218>
- Mardina, I. A., & Wuryani, E. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Unesa*, 8(1).
- Mariani, D., & Suryani. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Sosial Dan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Moderator. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 59–78.
- Marlina, T. (2013). Pengaruh *Earning Per Share, Return On Equity, Debt To Equity Ratio* dan *Size* Terhadap *Price To Book Value*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 1(1), 59–72. [http://repo.usni.ac.id/id/eprint/39%0Ahttp://repo.usni.ac.id/39/1/AGATHA CHRISTY.pdf](http://repo.usni.ac.id/id/eprint/39%0Ahttp://repo.usni.ac.id/39/1/AGATHA%20CHRISTY.pdf)
- Maryanti, E., & Fithri, W. N. (2017). *Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance*, Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Dan Pengaruhnya Pada Nilai Perusahaan. *Journal of Accounting Science*, 1(1), 21–37. <https://doi.org/10.21070/jas.v1i1.773>
- Masdiantini, P. R., & Warasniasih, N. M. S. (2020). Laporan Keuangan dan Prediksi Kebangkrutan Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(1), 196–220. <https://doi.org/10.23887/jia.v5i1.25119>
- Meiyana, A., & Aisyah, M. N. (2019). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-. *Jurnal Nominal*, 8(1), 1–8.
- Moniaga, F. (2013). Struktur Modal, *Profitabilitas* dan Struktur Biaya Terhadap Nilai Perusahaan Industri Keramik, Porcelen dan Kaca Periode 2007 - 2011. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 433–442.
- Mousa, et. al., G. A. (2015). *Legitimacy Theory and Environmental Practices: Short Notes*. *International Journal of Business and Statistical Analysis*, 2(1), 41–53. <https://doi.org/10.12785/ijbsa/020104>
- Muniarti, S. (2016). *Effect of Capital Structure, Company Size and Profitability*

on the Stock Price of Food and Beverage Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange Sitti. Information Management and Business Review, 8(1), 23–29.

- Nariswari, T. N., & Nugraha, N. M. (2020). *Finance & Banking Studies Profit Growth : Impact of Net Profit Margin , Gross Profit Margin and Total Assets Turnover. International Journal of Finance & Banking Studies*, 9(4), 87–96.
- Nayenggita, G. B., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Praktik *Corporate Social Responsibility (CSR)* di Indonesia. *Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 61–66. <http://jurnal.unpad.ac.id/prosiding/article/view/29053/pdf>
- Pradana, H. R., Fachrurrozie, & Kiswanto. (2013). Pengaruh Risiko Bisnis, Struktur Aset, Ukuran Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal. *Accounting Analysis Journal*, 2(4), 423–429.
- Pramana, I. G. N. A. D., & Mustanda, I. K. (2016). Pengaruh *Profitabilitas* dan *Size* Terhadap Nilai Perusahaan dengan *CSR* Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 561–594.
- Prasetya, T. E., Tommy, P., & Saerang, I. S. (2014). Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Risiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bei. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 879–889. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v2i2>
- Pratiwi, R. D. (2020). *Do Capital Structure, Profitability, and Firm Size Affect Firm Value? Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 194–202. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v5i2.3717>
- Putri, C. A. (2022, September 21). *Belasan Tahun Berlalu, Apa Kabar Kasus Lumpur Lapindo? CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220921080350-4-373734/belasan-tahun-berlalu-apa-kabar-kasus-lumpur-lapindo>
- Putri, I. G. A. P. T., & Rahyuda, H. (2020). *Effect of capital structure and sales growth on firm value with profitability as mediation. International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(1), 145–155. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n1.833>
- Putri, R. K. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Profitabilitas*, *Leverage*, *Likuiditas*, dan *Basis Kepemilikan* Terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2012-2014. *JOM Fekom*, 4(1), 558–571.
- Rahmadewi, P. W., & Abundanti, N. (2018a). Pengaruh *Eps* , *Per* , *Cr* , Dan *Roe* Terhadap Harga Saham Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(4), 2106–2133.
- Rahman, A. (2015). Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Utang, Keputusan Investasi Dan *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan

- Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei. *Jom FEKON*, 2(2), 1–15.
- Sari, M., & Jufrizen. (2019). Pengaruh *Price Earning Ratio* Dan *Return on Asset* Terhadap *Price To Book Value*. *Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 10(2), 196–203. <http://dx.doi.org/10.22225/kr.10.2.903.196-203>
- Sawitri, A. P., & Setiawan, N. (2017). 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>
- Servaes, H., & Tamayo, A. (2013). *The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Value: The Role of Customer Awareness*. *Management Science*, 59(5), 1045–1061. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.1120.1630>
- Setianingrum, W. A. (2015). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Profitabilitas* Sebagai Variabel *Moderating*. *Al-bank: Journal of Islamic Banking and Finance*. <https://doi.org/10.31958/ab.v1i2.3177>
- Setiawan, A. (2017). Analisis Pengaruh Tingkat Kesehatan Bank Terhadap *Return on Asset*. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 1(2), 138–151. <https://doi.org/10.25139/jaap.v1i2.346>
- Siregar, Q. R., & Farisi, S. (2018). Pengaruh *Return On Assets* Dan *Earning Per Share* Terhadap Harga Saham. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1(1), 81–89. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v1i1.2342>
- Suastha, R. D. (2016). *Riset Temukan Kualitas CSR Perusahaan Indonesia Rendah*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20160721074144-20-146030/riset-temukan-kualitas-csr-perusahaan-indonesia-rendah>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *ALFABETA*.
- Suharyani, R., Ulum, U., & Jati, A. W. (2019). Pengaruh Tekanan *Stakeholder* dan *Corporate Governance* Terhadap Kualitas *Sustainability Report*. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 2(1), 71–92.
- Sunaryo, D. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Dan *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013 - 2018. *Ekonomi Vokasi*, 3(1), 18–35.
- Suniantari, I. G. A. P., & Yasa, G. W. (2022). Kinerja Lingkungan, Kepemilikan Manajerial dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(2), 534–548. <https://doi.org/10.24843/eja.2022.v32.i02.p19>
- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017a). Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3),

1248–1277.

- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017b). Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1248–1277.
- Suweta, N. M. N. P. D., & Dewi, M. R. (2016). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva, Dan Pertumbuhan Aktiva Terhadap Struktur Moda. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(8), 5172–5199.
- Syahni, D. (2021, March 5). Menyoal Kasus Pencemaran Sungai Malinau dan Sanksi bagi Perusahaan Batubara - Mongabay.co.id: Mongabay.co.id. Mongabay.Co.Id. <https://www.mongabay.co.id/2021/03/05/menyoal-kasus-pencemaran-sungai-malinau-dan-sanksi-bagi-perusahaan-batubara/>
- Ulfah, A. (2018). Pengaruh Struktur Modal, *Leverage* dan *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Jasa Subsektor Infrastruktur, Utilitas dan Transportasi yang Terdaftar Di BEI periode 2014-2016).
- Wicaksono, R. A. (2021, September 9). Betahita | Perusakan Gambut Rawa Tripa: Eksekusi PT Kallista Alam Segera! BETAHITA. <https://betahita.id/news/detail/6527/perusakan-gambut-rawa-tripa-eksekusi-pt-kallista-alam-segera-.html.html>
- Xu, S., Chen, X., Li, A., & Xia, X. (2020). *Disclosure for whom? Government involvement, CSR disclosure and firm value. Emerging Markets Review*, 44. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2020.100717>
- Yadav, P. L., Han, S. H., & Rho, J. J. (2016). *Impact of Environmental Performance on Firm Value for Sustainable Investment: Evidence from Large US Firms. Business Strategy and the Environment*, 25(6), 402–420. <https://doi.org/10.1002/bse.1883>
- Yang, J., Lu, W., & Zhou, C. (2014). *The immediate impact of purchasing/sales contract announcements on the market value of firms: An empirical study in China. International Journal of Production Economics*, 156, 169–179. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2014.06.002>
- Yuliana, O., & Juniarti. (2015). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan di Indonesia Yang Bergerak di Sub Sektor *Retail dan Trade , Healthy Care , Computer dan Service , dan Investment Company. Business Accounting Review*, 3, 151–160.