

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, *LEVERAGE*,
UKURAN PERUSAHAAN, DAN KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN
(Studi Kasus Pada Perusahaan Energi Yang Terdaftar Di Bursa Efek
Indonesia Tahun 2016-2021)**

Skripsi

Oleh

**Ukti Khoirunisa
NPM 1916051040**



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

ABSTRAK

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, LEVERAGE,* UKURAN PERUSAHAAN DAN KINEJA LINGKUNGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN ENERGI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2021

Oleh

UKTI KHOIRUNISA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility, Leverage, Ukuran Perusahaan* dan Kinerja Lingkungan 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 9* sebagai alat pengolah data. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Lingkungan berpengaruh tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan *Leverage* dan Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan secara simultan *Corporate Social Responsibility, Leverage, Ukuran Perusahaan* dan Kinerja Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Kata Kunci: Nilai Perusahaan, *Corporate Social Responsibility, Leverage* Ukuran Perusahaan, dan Kinerja Lingkungan,

ABSTRACT

THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, LEVERAGE, COMPANY SIZE, AND ENVIRONMENTAL PERFORMANCE ON COMPANY VALUE CASE STUDY OF ENERGY COMPANIES LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE, 2016-2021

By

UKTI KHOIRUNISA

This study aims to determine the effect of Corporate Social Responsibility which is proxied by (GRI G4), Leverage is proxied by Debt to Equity Ratio (DER), Company Size is proxied by Ln Assets and Environmental Performance is proxied by the Company Performance Rating Rating Program in Environmental Management (PROPER)) to Company Value proxied by Ln Market Capitalization. The population in this study totaled 54 companies in the energy sector which were listed on the Stock Exchange in 2016-2021 and the sample of 18 companies which was determined by the purposive sampling method . The data in this study were analyzed using Panel Data Regression with the E-views 9 program tool. The research results show that partially Corporate Social Responsibility and Environmental Performance have no significant effect on firm value, while leverage and firm size partially have a significant effect on firm value. And simultaneously Corporate Social Responsibility, Leverage. Company Size and Environmental Performance have a significant effect on Company Value.

Keywords: Company Value, Corporate Social Responsibility, Company Size Leverage, and Environmental Performance

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, *LEVERAGE*,
UKURAN PERUSAHAAN, DAN KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN
(Studi Kasus Pada Perusahaan Energi Yang Terdaftar Di Bursa Efek
Indonesia Tahun 2016-2021)**

Oleh

UKTI KHOIRUNISA

Skripsi

Sebagai Salah satu syarat untuk mencapai gelar
SARJANA ADMINISTRASI BISNIS

Pada

Program Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



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

Judul Skripsi : **PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, DAN KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Kasus Pada Perusahaan Energi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021)**

Nama Mahasiswa : **Ukti Khoirunisa**

No Pokok Mahasiswa : **1916051040**

Program Studi : **Ilmu Administrasi Bisnis**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



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

2. Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc.
NIP 19740918 200112 1 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji


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



Penguji Utama : **Dr. Suripto, S.Sos., M.A.B**



Penguji Kedua : **Damayanti, S.A.N., M.A.B**



Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 19610807 198703 2 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **21 Juli 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, 21 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Ukti Khoirunisa

NPM. 1916051040

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Ukti Khoirunisa, lahir di Tanggamus 18 Juli 2001. Penulis merupakan anak ke tiga dari lima bersaudara, dari pasangan bapak Amirudin dan Ibu Suwarti. Penulis memiliki saudara laki-laki yang bernama Hapip Safei dan tiga saudara perempuan yang bernama Anggi Prambandari, Mukti Isti Komah, dan Ajeng Aulia Safitri. Penulis telah menyelesaikan pendidikan pertama di SD Negeri 1 Sukabumi dan lulus ditahun 2013. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Batu Brak dan lulus pada tahun 2016, serta SMK Negeri 1 Liwa lulus pada tahun 2019.

Pada tahun 2019, penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung melalui jalur Penerimaan Mahasiswa Perluasan Akses Pendidikan (PMPAP). Selama menjadi mahasiswi penulis aktif bergabung dalam organisasi HMJ Ilmu Administrasi Bisnis sebagai anggota Pengkajian dan Keilmuan (PK) pada tahun 2019-2021, anggota pada bidang BUMKES (Badan Umum Masjid dan Kesekretariatan) pada tahun 2019-2021, anggota Kopma pada bidang Litbang ditahun 2019-2021, sekretaris bidang Kominfo pada Persaudaraan Setia Hati Terate (PSHT) di tahun 2019-2021 dan sebagai bendahara umum pada tahun 2021-2022.

MOTTO

“Maka sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

- QS. Al-Insyirah: Ayat 6 –

“(yaitu) Orang-orang yang beriman dan hati mereka menjadi tenang dengan mengingat Allah. Ingatlah dengan mengingat Allah hati menjadi tenang”

- QS. Ar-Ra'd: Ayat 28 –

“Katakanlah,”Wahai hamba-hamba-Ku yang melampaui batas terhadap diri mereka sendiri. Janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya Allah mengampuni dosa-dosa semuanya. Sungguh, Dialah Yang Maha Pengampun, Maha Penyayang.

- QS. Az-Zumar: Ayat 53 –

“Pada akhirnya takdir Allah selalu baik, walau terkadang butuh air mata untuk menerimanya”

- Umar Bin Khattab -

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.

Kakak dan 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

Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

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 *Corporate Social Responsibility*, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Kinerja Lingkungan 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.A.B., 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 Dr. Suropto, S.Sos., M.A.B., selaku Dosen Pembahas 1 yang telah memberikan arahan, masukan, saran, kritik, serta ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
8. Ibu Damayanti, S.A.N., M.A.B., selaku Dosen Pembahas 2 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 yang paling saya sayangi dan cintai, Bapak Amirudin dan Ibu Suwarti 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. Saudara yang paling saya sayangi kakak Hapip Safei dan Anggi Prambandari dan kakak ipar saya Murtando serta Adik saya Mukti Isti Komah dan Ajeng Aulia Safitri serta ponakan saya Arlita Cahya Anjani, terimakasih karena selalu menemani, menghibur, memotivasi, membantu, dan mendo'akan saya.
13. Lelaki yang saya sayangi sekaligus teman curhat yang telah memberikan dukungan, menghibur, memotivasi, membantu, dan memberikan semangat terimakasih Onky Dena Fernanda.
14. Sahabat yang tersayang Dina Safitri yang selalu mendukung, memotivasi, menghibur semoga sehat selalu.
15. Kakak Mutia Pusparini yang saya sayangi yang selalu memotivasi, memberikan saran dan masukan ketika saya sedang bersedih terimakasih kak.

16. Keluarga besar saya yang telah membantu, membimbing, serta mendoakan saya sehingga saya dapat menempuh Pendidikan sampai di Perguruan Tinggi.
17. Sahabat-sahabat SMK N 1 Liwa Kamelia Putri Utami, Ica Fernia, Yessi Ratna, Tarisa yulyana, Imra Okta yunarta, Lira Wulandari dan Sawalia Nurul Apriyanti yang 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, Meli, Christofer, Argun, Septian, Edi, Asri, Chika, Andar, Agung, Novika, Deswita, kotiyah, Ainun, yang telah memberikan dukungan dan kebersamai saya selama masa perkuliahan.
19. Sahabat KKN (Kuliah Kerja Nyata) saya Munafatin Afifah, Linda Mareta Sari, Novita Sari, Onky Dena Fernanda, Yogi, Irvan, Labib, Alim yang telah kebersamai saya semasa KKN
20. Seluruh teman-teman ABI 2019 yang telah kebersamai masa perkuliahan saya.
21. Semua teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih karena telah membantu dan memberikan semangat untuk saya.
22. Terima kasih kepada diri saya yang telah bertahan dan mampu menyelesaikan skripsi.

Bandar Lampung, 21 Juli 2023

Ukti Khoirunisa

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	9
1.3 Tujuan penelitian.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Nilai Perusahaan	11
2.2 <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	14
2.5 Kinerja Lingkungan	19
2.6 Penelitian Terdahulu	21
2.7. Kerangka Pemikiran.....	23
2.7.1 Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan.....	23
2.7.2 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	24
2.7.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.....	24
2.7.4 Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan.....	25
2.8 Hipotesis Penelitian.....	26
METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Populasi dan Sampel	27
3.2.1 Populasi.....	27
3.2.2 Sampel.....	27
3.3 Jenis dan Sumber Data	29
3.4 Variabel Penelitian	29
3.4.1 Variabel Dependen	29
3.4.2 Variabel Independen.....	29
3.5 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	30
3.5.1 Definisi Konseptual.....	30
3.5.2 Definisi Operasional.....	31
3.6 Teknik Analisis Data	32

3.6.1 Uji Statistik Deskriptif.....	33
3.7 Analisis Regresi Model Data Panel	33
3.8 Penentuan Model Regresi Data Panel.....	34
3.9 Uji Hipotesis	36
3.10 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	39
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Analisis Deskriptif	40
4.2 Hasil Analisis Data.....	53
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	53
4.2.2 Pemilihan Model Regresi Data Panel	58
4.2.3 Analisis Persamaan Regresi	60
4.3 Pengujian Hipotesis.....	62
4.3.1 Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik t).....	62
4.3.2 Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F	63
4.4. Uji Koefisien Determinasi	63
4.5 Pembahasan.....	64
4.5.1 Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan.....	64
4.5.2 Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan	66
4.5.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	68
4.5.4 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan	70
4.5.5 Pengaruh CSR, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan.....	71
4.6 Keterbatasan Penelitian	72
KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Kasus-kasus kerusakan lingkungan yang terjadi akibat eksploitasi alam.....	12
2. Tabel PROPER.....	27
3. Tabel penelitian terahulu.....	27
4. Daftar sampel perusahaan.....	31
5. Definisi operasional.....	34
6. Interval koefisien determinasi.....	41

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Gambar konsumsi energi 2021.....	11
2. Data limbah B3 sektor perusahaan	12

DAFTAR RUMUS

	Halaman
1. $PER = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Laba Per Lembar Saham}}$	12
2. $EPS = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Saham Yang Beredar}}$	12
3. $PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$	12
4. $\text{Tobin's Q} = \frac{\text{MVE} + \text{Debt}}{\text{Total Aset}}$	13
5. $CSRI_i = \sum X_{yi} / n_i$	14
6. $DER = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Ekuitas}}$	17
7. $DAR = \frac{\text{Total Hutang} \times 100\%}{\text{Total Aktiva}}$	17
8. $LTDE = \frac{\text{Hutang Jangka Panjang}}{\text{Total Ekuitas}}$	18
9. Firm Size = Ln Total Aset.....	19
10. $Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$	33
11. $t = \frac{x - \mu}{s - \sqrt{n}}$	37
12. $F = \frac{R^2 k - 1}{(1 - R^2) / (n - 3)}$	38
13. $R^2 = \frac{\beta_1 X_1 Y + \beta_2 X_2 Y + \beta_3 X_3 Y + \beta_4 X_4 Y}{Y^2}$	39

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Nilai perusahaan merupakan harga pasar saham antara pembeli dan penjual pada saat adanya transaksi jual beli, transaksi ini cerminan dari nilai perusahaan, selain itu melambangkan tingkat keberhasilan dan kesuksesan suatu perusahaan yang berkaitan erat dengan harga saham perusahaan tersebut (Rasyid, 2015). Semakin tinggi harga saham ini merupakan tanda semakin tingginya nilai perusahaan sebaliknya semakin rendah harga saham maka akan menunjukkan nilai perusahaan juga rendah atau dapat dikatakan kinerja perusahaan yang kurang baik. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya, bahwa tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun pada prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Bagi sebuah perusahaan menjaga dan meningkatkan kinerja keuangan merupakan hal yang penting agar para investor tetap tertarik dan minat atas saham perusahaan. Kinerja yang baik akan dapat memberi sinyal yang positif terhadap investor untuk berinvestasi (Handayani, 2019).

Perkembangan suatu perusahaan harus mempertahankan keunggulan bisnisnya. Selain itu dalam mengelola perusahaan diperlukan tanggung jawab sosial serta meningkatkan kesejahteraan sosial. Dalam konsep bisnis berkelanjutan terdapat *triple button line* yang mengukur nilai kesuksesan sebuah perusahaan dengan menggunakan tiga kriteria yaitu, *people* (sosial), *planet* (lingkungan), dan *profit* (ekonomi atau keuangan). Konsep TBL ini mengimplikasikan bahwa perusahaan harus lebih mengutamakan *stakeholder* atau semua pihak yang terlibat dan terkena dampak dari kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan).

Salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap *stakeholder* adalah pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR merupakan tanggung jawab sosial dalam suatu perusahaan kepada *stakeholdernya*, terutama komunitas

atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasi pada perusahaan (Hamdani, 2016). CSR adalah salah satu faktor dalam menaikkan nilai perusahaan. Menurut Kaur (2015) bahwa pelaksanaan CSR oleh perusahaan merupakan suatu sinyal positif bagi para investor, yang pada akhirnya tentu akan menghasilkan keuntungan finansial bagi perusahaan. CSR dapat dikatakan sebagai salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk membentuk *image* atau citra perusahaan yang baik.

Penerapan program pengungkapan CSR perusahaan akan dapat menciptakan nilai tambah bagi *stakeholder* sehingga hal ini dapat memengaruhi keberlangsungan hidup perusahaan (Carroll dan Brown, 2018). Pengungkapan CSR sangat penting karena *stakeholder* perlu memberikan penilaian dan mengevaluasi sejauh mana perusahaan tersebut dapat melaksanakan perannya sesuai dengan keinginan para *stakeholder*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukan. Semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan maka *stakeholder* akan memberikan dukungan penuh pada perusahaan atas segala kegiatannya yang bertujuan untuk menciptakan laba dan menaikkan nilai perusahaan (Pohan et al., 2018).

Standar pengungkapan CSR pada laporan tahunan yang diterima secara luas adalah *Global Reporting Initiative* (GRI) generasi ke 4 (G4) yang berjumlah 91 indikator kinerja yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial. Semakin besar indeks pengungkapan CSR pada suatu perusahaan, maka semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Perhitungan indeks CSR dapat dihitung berdasarkan deskripsi pengungkapan CSR pada laporan tahunan atau laporan keberlanjutan pada masing-masing perusahaan, dengan memberikan nilai ada beberapa indikator yang diungkapkan dari 91 indikator pengungkapan CSR.

Dalam beberapa penelitian terdahulu, telah dilakukan analisis pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan kelompok sektor yang berbeda-beda. Dimulai dari penelitian yang dilakukan (Kesumastuti & Dewi, 2021) CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan artinya semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan maka meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Sementara

dalam penelitian (Astuti et al., 2020) yang menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selain CSR faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan yang kedua adalah *leverage*. *Leverage* adalah mengukur sejauh mana perusahaan dapat dibiayai oleh hutang (Wiagustini, 2014:85). Hutang dapat digunakan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. *Leverage* muncul dikarenakan perusahaan yang ingin memenuhi kebutuhan operasionalnya menggunakan aktiva dan sumber dana yang memiliki beban tetap dan dapat meningkatkan *return* bagi perusahaan (Hasibuan et al., 2016)

Perusahaan dengan penggunaan tingkat hutang yang lebih tinggi akan dapat meningkatkan laba per lembar saham, yang nantinya akan meningkatkan harga saham perusahaan yang berarti juga meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Utang diperkenankan dalam batas wajar dan tidak melebihi struktur modal optimal. Semakin besar utang maka semakin besar beban perusahaan (Devita dan Mustanda, 2016).

Menurut (Abdilah et al., (2013) dijelaskan bahwa peningkatan nilai perusahaan dapat dicapai dengan adanya pendanaan perusahaan dari utang, yang memunculkan efek *tax deductible* (biaya yang dapat mengurangi pajak perusahaan) dimana hal tersebut mampu memicu terjadinya kenaikan nilai pada suatu perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori Modigliani dan Miller II tahun 1963 yaitu *leverage relevan theory* yang mengatakan bahwa adanya *leverage* maka perusahaan bisa mengurangi tingkat pajak yang dikeluarkan oleh perusahaan karena bunga hutang bisa dipakai untuk mengurangi pajak. Sehingga arus kas yang masuk keperusahaan semakin meningkat hal ini akan menyebabkan naiknya nilai perusahaan.

Dalam beberapa penelitian terdahulu, telah dilakukan analisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan kelompok sektor yang berbeda. Dimulai dari penelitian (Erwin et al., 2019) menyatakan bahwa kebijakan utang secara persial pengaruh positif terhadap nilai perusahaan hal ini berbeda dengan (Luh Surpa

Dewantari et al., 2019) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah (*firm size*) ukuran perusahaan. Menurut (Nurminda et al., 2012) ukuran perusahaan dapat menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan yang diukur dengan melihat jumlah aset, jumlah penjualan dan kapasitas pasar. Apabila aset perusahaan besar, maka perusahaan lebih bebas dalam pemanfaatan aset tersebut, sehingga pengendalian perusahaan akan lebih mudah. Semakin tinggi ukuran perusahaan dalam suatu perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin besar.

Menurut (Widiastari & Yasa, 2018) ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan sebagai besar kecilnya perusahaan yang diukur dengan total aktiva, jumlah penjualan, nilai saham dan sebagainya. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total aset dan jumlah penjualan yang dimiliki suatu perusahaan (Dewi dan Badjra, 2017). Perusahaan sendiri dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Perusahaan yang berskala besar cenderung akan menarik minat para investor karena akan berimbang dengan nilai perusahaan, sehingga dapat dikatakan bahwa besar kecilnya ukuran suatu perusahaan secara langsung berpengaruh terhadap nilai dari perusahaan tersebut.

Ukuran perusahaan dapat dilihat oleh investor melalui suatu indikator yang digambarkan tingkat rasio untuk melakukan suatu investasi atau besaran investasi. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan. Sehingga jumlah aktiva dapat

terdistribusi secara normal atas ukuran perusahaan yang terlalu besar dan kecil (Mita Tegar Pribadi et al., 2018).

Dalam beberapa penelitian terdahulu, telah dilakukan analisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan kelompok sektor yang berbeda. Dimulai dari penelitian yang dilakukan (Luh Surpa Dewantari et al., 2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan yang artinya apabila variabel ukuran perusahaan meningkat maka akan meningkatkan nilai perusahaan peningkatan ukuran perusahaan akan mempermudah perusahaan memperoleh pendanaan, yang kemudian dapat dimanfaatkan oleh pihak manajemen untuk tujuan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian berbeda dengan (Yohana et al., 2021) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor keempat adalah kinerja lingkungan. Menurut Tjahjono (2013) kinerja lingkungan (*environmental performance*) merupakan suatu hasil dari sukses atau tidaknya tujuan dari perusahaan dalam menciptakan dan mewujudkan lingkungan yang baik. Pengelolaan lingkungan dapat dipengaruhi dan memengaruhi perusahaan dan tentunya dapat menentukan keunggulan perusahaan dalam persaingan sehingga *stakeholder* tertarik untuk berinvestasi karena melihat nilai perusahaan yang baik. Kinerja lingkungan dapat diukur dari hasil manajemen lingkungan, yang terkait dengan kontrol aspek-aspek lingkungannya. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki *image* yang baik dimata masyarakat karena berdampak pada loyalitas konsumen yang pada akhirnya juga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Aktivitas pengelolaan lingkungan ini merupakan aksi korporasi untuk memperoleh dukungan dari *stakeholder* dengan harapan memberikan dampak positif terhadap naiknya nilai perusahaan (Plumlee et al., 2015). Perusahaan yang secara konsisten menerapkan kinerja lingkungan yang baik, akan memberikan dampak positif terhadap harga saham dan secara otomatis nilai perusahaan semakin naik. Efektifitas pengelolaan lingkungan dapat menciptakan nilai jangka

panjang untuk semua pemangku kepentingan, sehingga kinerja lingkungan merupakan strategi manajemen untuk mereduksi dampak negatif lingkungan serta menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dimata para pemegang saham.

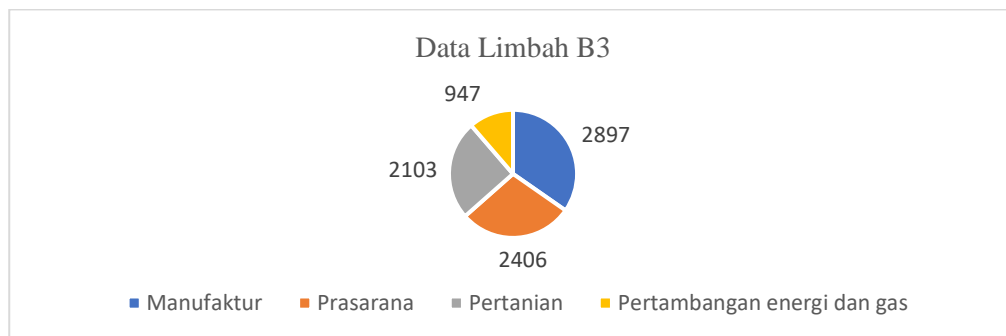
Dalam beberapa penelitian terdahulu, telah dilakukan analisis pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan dengan kelompok sektor yang berbeda. Dimulai dari penelitian yang dilakukan (Mardiana et al., 2019) kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hasil penelitian ini serupa dengan (Dini Dwi Wardani dan Lailatus Sa et al., 2020) bahwa kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, perusahaan yang telah memberikan perhatian lebih terhadap pengelolaan lingkungan mampu meningkatkan *image* perusahaan dimata pemegang saham, sehingga nilai perusahaan akan meningkat sejalan dengan aktivitas pengelolaan lingkungan yang baik. Namun hasil berbeda dengan penelitian (Safitri & Sukarmanto, et al., 2020) yang menunjukkan kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Di sisi lain, perekonomian global saat ini secara tidak langsung berimbas bagi perekonomian di Indonesia. Keadaan politik dalam negeri mempengaruhi perekonomian di Indonesia. Perekonomian saat ini telah menciptakan suatu persaingan ketat antar perusahaan dalam negeri. Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia (BEI) pada bulan Desember tahun 2021 total perusahaan yang telah mencatatkan sahamnya di pasar modal sebanyak 766 perusahaan, Ini berarti bahwa semakin banyak perusahaan yang mendaftar semakin tinggi pula persaingan bagi para pengusaha di Indonesia. Persaingan tersebut membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuan perusahaannya dapat tetap tercapai (Rudangga dan Sudiartha, 2016).

Dalam penelitian ini menggunakan sampel perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021 sebagai objek penelitian. Perusahaan energi merupakan salah satu bidang industri yang berpengaruh signifikan terhadap peningkatan produksi perusahaan secara khusus dan output perekonomian suatu

negara secara umum. Pertumbuhan ekonomi akan sangat bergantung pada kesediaan energi sebab mengingat semua proses barang dan jasa akan membutuhkan dukungan energi.

Peningkatan ekonomi selalu terkait dengan penggunaan energi, dimana ekonomi global yang akan terus berkembang akan mengakibatkan peningkatan permintaan terhadap energi (Uddin et al., 2016). Disamping itu, peningkatan penggunaan energi juga dapat berpotensi menimbulkan dampak negatif bagi lingkungan.



Gambar. 1.3 Data Limbah B3 Sektor perusahaan

Dilihat pada gambar 1.3 terdapat data limbah B3 di tahun 2021, Indonesia menghasilkan timbulan limbah B3 mencapai 60 juta ton. Berdasarkan sumbernya, limbah B3 banyak berasal dari sektor manufaktur. Data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menunjukkan sebanyak 2.897 industri sektor manufaktur menghasilkan limbah B3 pada tahun lalu. Kemudian, sektor prasarana menghasilkan limbah B3 yang berasal dari 2.406 industri. Lalu, sebanyak 2.103 industri sektor pertanian (agroindustri) menghasilkan limbah B3, dan sektor pertambangan energi dan migas menghasilkan limbah B3 sebanyak 947 industri.

Tabel 1.1 kasus-kasus kerusakan lingkungan yang terjadi akibat eksploitasi alam

No.	Nama Perusahaan	Kasus
1.	PT. Vale	PT Vale yang beroperasi di Sorowako, Kabupaten Luwu Timur, Sulawesi Selatan (Sulsel) telah merusak

		ekosistem Danau Mahalona akibat transport sedimen melalui sungai yang membuat luas Danau Mahalona menyusut 151 hektare.
2.	PT. Adaro	Daerah tercemar limbah cair dari tambang batubara PT Adaro Indonesia, di Kalimantan Selatan semakin parah akibat Limbah yang berasal dari jebolnya kolam pengendapan PT Adaro Indonesia. kota Amuntai, Kabupaten Hulu Sungai Utara, Kalimantan Selatan
3.	PT Energi Mega Persada Tbk	Sudah 13 tahun berlalu sejak pertama kali Lumpur Lapindo dari tanah wilayah Timur Jawa menyembur. Tepatnya pada 29 Mei 2006. Semburan itu berasal dari Sumur Banjarpanji 1, Porong, Sidoarjo, Jawa Timur, bagian dari kegiatan pengeboran eksplorasi gas Blok Brantas.

Sumber: CNN Indonesia

Dari data tabel 1.1 terdapat beberapa kasus kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh operasional pada perusahaan sektor energi masih mengeksploitasi sumber daya alam tanpa memperhatikan kelestarian sumber energi yang dihasilkan, padahal sumber daya alam tersebut harus dijaga dan dipergunakan secara bijak agar tercipta energi yang berkelanjutan. Selain itu kurangnya kepedulian terhadap limbah yang dihasilkan oleh perusahaan energi yang dapat mengganggu masyarakat sekitar perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas dan hasil penelitian-penelitian terdahulu yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa masih adanya inkonsistensi hasil penelitian yang satu dengan yang lainnya. Hal ini menjadi urgensi atau latar belakang dilakukannya penelitian terkait pengaruh CSR, ukuran perusahaan, *leverage* dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Dimana nantinya penulis akan terfokus dengan perusahaan yang terdaftar di BEI kelompok perusahaan energi dengan menggunakan proksi yang berbeda guna mendapatkan hasil penelitian yang signifikan. Dengan demikian, judul dari penelitian ini adalah **“pengaruh CSR, *leverage*, ukuran perusahaan, dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan energi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2021”**

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah CSR secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021?
2. Apakah *leverage* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021?
3. Apakah ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021?
4. Apakah kinerja lingkungan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021?
5. Apakah CSR, *leverage*, ukuran perusahaan, dan kinerja lingkungan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan dari perumusan masalah yang telah dipaparkan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021.

3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021.
4. Untuk mengetahui pengaruh signifikan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021.
5. Untuk mengetahui pengaruh signifikan secara simultan CSR, *leverage*, ukuran perusahaan, dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indone 2016-2021

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Nilai Perusahaan

(Sudiani dan Damayanti et al., 2016,) nilai perusahaan sendiri merupakan harga pasar saham yang terjadi diantara pembeli dan penjual disaat terjadinya transaksi jual beli, dimana transaksi tersebut menjadi wujud cerminan dari nilai aset perusahaan itu sendiri. Nilai perusahaan diartikan nilai pasar, sebab jika harga saham perusahaan naik maka nilai perusahaan tersebut dapat memberikan kemakmuran yang besar bagi pemegang saham. Nilai perusahaan dianggap oleh masyarakat sebagai *image* utama yang akan mereka lihat sebelum akan melakukan investasi pada suatu perusahaan. Jadi, nilai perusahaan ini merupakan harga jual suatu perusahaan yang dapat mencerminkan baik atau tidaknya kualitas dari suatu perusahaan dan tinggi rendahnya kemakmuran para pemegang saham.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya seperti CSR, *leverage*, ukuran perusahaan, dan kinerja lingkungan. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan (Brigham, E. F. & Houston, 2018). Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun pada prospek perusahaan dimasa yang akan datang.

Terdapat 4 Indikator yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu:

1. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio merupakan harga perlembar saham, dimana indikator ini secara praktis telah diaplikasikan dalam laporan keuangan dibagian akhir dan menjadi bentuk standar dalam pelaporan keuangan suatu perusahaan yang telah *go public*. PER menggambarkan pengaruh yang kadang-kadang saling menghilangkan yang membuat penafsirannya menjadi sulit. Semakin tinggi resiko, maka semakin tinggi faktor diskonto dan semakin rendah rasio.

Rasio ini menggambarkan apresiasi pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rumus untuk menghitung PER sebagai berikut:

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Laba Per Lembar Saham}} \dots\dots\dots (2.1)$$

2. *Earnig Per Share (EPS)*

Earnig Per Share atau pendapatan perlembar saham merupakan satu bentuk pemberian keuntungan kepada para pemegang saham dari setiap saham yang dimilikinya (Fahmi, et al., 2014) EPS menggambarkan laba yang akan diperoleh pemegang saham setiap lembar saham yang dimiliki (Setupa, 2018). Rumus untuk menghitung EPS sebagai berikut:

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Saham Yang Beredar}} \dots\dots\dots (2.2)$$

3. *Price to Book Value (PBV)*

Price to Book Value adalah rasio yang digunakan untuk menghitung nilai perusahaan dan sebagai acuan untuk pengambilan keputusan dalam berinvestasi dengan membandingkan harga pasar per saham dengan nilai buku per lembar saham.

PBV digunakan untuk menghitung nilai perusahaan dikarenakan nilai PBV yang lebih dari 1 dapat mencerminkan kondisi perusahaan yang baik, sehingga keberadaan PBV dianggap sangat penting bagi para pemegang saham untuk menentukan strategi investasi dipasar modal, hal ini dikarenakan melalui PBV parapemegang saham dapat melakukan peramalan saham-saham yang *undervalued* atau *overvalued*. Rumus untuk menghitung PBV sebagai berikut:

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}} \dots\dots\dots (2.3)$$

4. Tobin's Q

Tobin's Q merupakan rasio konsep yang menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Rumus Tobin's Q adalah sebagai berikut:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{MVE} + \text{Debt}}{\text{Total Aset}} \dots \dots \dots (2.4)$$

Keterangan:

MVE = Harga Saham

Debt = Hutang

5. Kapitalisasi Pasar

Kapitalisasi pasar adalah Kapitalisasi pasar diperoleh dari hasil perkalian antara *listed share*, yakni jumlah lembar saham yang beredar, dengan harga penutupan saham (*closing price*) pada periode tertentu. Hasil perkalian kedua variabel tersebut dijadikan sebagai nilai kapitalisasi pasar, karena itu kapitalisasi pasar juga disebut sebagai nilai dari besaran saham suatu perusahaan yang beredar di pasar

Pada penelitian ini, dalam nilai perusahaan menggunakan proksi kapitalisasi pasar dikarenakan mampu menunjukkan nilai perusahaan publik berdasarkan dari total saham perusahaan. Perhitungan kapitalisasi pasar ini digunakan untuk melihat para investor dapat mengetahui tingkat risiko investasi pada sebuah perusahaan. Sebab, analisis *market cap* dapat memberikan gambaran nilai perusahaan yang terbagi menjadi perusahaan besar dan kecil dalam beberapa tingkatan. Perbedaan kapitalisasi pasar juga umumnya menciptakan perbedaan risiko yang terkait dengan saham perusahaan tertentu.

2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility merupakan tanggung jawab sosial suatu perusahaan kepada *stakeholdernya*, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya (Hamdani, 2016). Menurut Kaur (2015) bahwa pelaksanaan CSR oleh perusahaan merupakan suatu sinyal positif bagi para investor, yang pada akhirnya tentu akan menghasilkan keuntungan finansial bagi perusahaan. CSR dapat dikatakan sebagai salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam membentuk *image* atau citra perusahaan yang baik. Perusahaan yang menerapkan kegiatan tanggung jawab sosial akan diwajibkan untuk melakukan pengungkapan laporan yang disebut *sustaibility reporting* atau laporan berkelanjutan.

Pada intinya segala aktifitas operasi perusahaan harus berorientasi pada tindakan memaksimalkan laba untuk mencapai kepentingan pemegang saham. Akan tetapi jika orientasi lebih luas lagi, tidak hanya sebatas untuk pencapaian laba untuk pemegang saham. Semua yang terlibat dalam keberlangsungan perusahaan harus menjadi prioritas. Artinya, perusahaan yang menjaga kinerja semua aspek dengan baik seperti kinerja keuangan, lingkungan, sosial, ekonomi, karyawan dan lainnya akan menjadi penilaian yang baik juga dari investor. Pada dasarnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan untuk memperlihatkan kepada masyarakat aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya terhadap masyarakat.

Standar pengungkapan CSR pada laporan tahunan yang diterima secara luas adalah *Global Reporting Initiative (GRI)* generasi ke 4 (G4) yang berjumlah 91 indikator kinerja (ekonomi, lingkungan, dan sosial). Rumus CSR adalah sebagai berikut:

$$CSRI_i = \frac{\sum X_{yi}}{n_i} \dots \dots \dots (2.5)$$

Keterangan:

- $CSRI_i$: Indeks luas pengungkapan tanggung jawa sosial dan lingkungan i
 $\sum X_{yi}$: variabel dummy; 1= jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan
 n_i : jumlah itern untuk perusahaan I, $n_i \leq 91$.

Stakeholder Theory

Stakeholder Theory diuraikan pertama kali oleh Friedman, Milton 1970 dalam *New York Times Magazine*, (September, 13) yang berjudul *The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits*. *Stakeholder Theory* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. *Stakeholder theory* sangat mendasari dalam praktek CSR hal ini dikarenakan informasi dalam CSR berisi tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dibutuhkan oleh *stakeholder* dan masyarakat sekitar. Perusahaan perlu memberikan informasi yang relevan kepada *stakeholder* tentang posisi, upaya dan prestasi tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan melalui pengungkapan CSR tersebut.

Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Keputusan manajemen harus memperhatikan *stakeholder*-nya untuk meningkatkan nilai perusahaan. *Stakeholder* juga mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, seperti halnya pemegang saham (Rosiana et al., 2013).

2.3 Leverage

Menurut Maryam (2014), *leverage* adalah penggunaan sejumlah aset atau dana oleh perusahaan dimana dalam penggunaan aset atau dana tersebut, perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap. *Leverage* muncul dikarenakan perusahaan yang ingin memenuhi kebutuhan operasionalnya menggunakan aktiva dan sumber dana yang memiliki beban tetap dan dapat meningkatkan *return* bagi perusahaan (Hasibuan 2016).

1. Modigliani-Miller/MM *Theory* (Teori MM)

Teori MM memberikan dasar yang kuat untuk pemikiran modern teori keuangan khususnya mengenai struktur modal perusahaan. Inti dari teori MM menjelaskan bahwa struktur modal adalah *irrelevance* artinya berapapun

jumlah hutang yang dipergunakan oleh perusahaan, tidak akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Terdapat 2 jenis teori MM, diantaranya adalah:

a. Teori MM (1958) Tanpa Pajak (Teori MM 1)

Pada teori, MM mengajukan beberapa asumsi untuk membangun teori mereka yaitu:

- 1) Tidak terdapat *agency cost*.
- 2) Tidak ada pajak.
- 3) Para investor dapat meminjam dengan tingkat suku bunga yang sama dengan perusahaan.
- 4) Investor mempunyai informasi yang sama seperti manajemen mengenai prospek perusahaan dimasa depan.
- 5) Tidak ada biaya kebangkrutan.
- 6) *Earning Before Interest and Taxes* (EBIT) tidak dipengaruhi oleh penggunaan hutang.

Pada teori MM 1 dijelaskan bahwa struktur modal tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, dimana nilai perusahaan hanya dipengaruhi oleh kegiatan investasi dan kegiatan operasional, bukan kegiatan pendanaannya.

b. Teori MM (1963) Dengan Pajak (Teori MM 2)

Teori MM 1 dianggap tidak realistis lalu kemudian MM memasukkan faktor kedalam teorinya. Pajak dibayarkan kepada pemerintah, yang artinya merupakan aliran kas keluar. Modigliani dan Miller (1963) memasukkan pengaruh pajak terhadap biaya modal dan nilai perusahaan. Di hadapan pajak perusahaan, nilai perusahaan meningkat dengan *leverage* karena *tax shield*. Bunga atas modal hutang merupakan pengurang yang dapat diterima dari pendapatan perusahaan dan dengan demikian mengurangi pembayaran pajak bersih perusahaan. Hal ini akan menghasilkan manfaat tambahan menggunakan modal hutang melalui penurunan biaya modal perusahaan.

Trdapat 3 indikator yang digunakan sebagai alat ukur dalam kebijakan pendanaan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. *Debt To Equity* (DER)

Menurut Novita dan Herlambang (2020) *Debt To Equity* merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk membiayai total hutang menggunakan modal sendiri. DER merupakan rasio yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan dapat menutupi hutang dengan modal sendiri. Semakin tinggi nilai DER maka semakin besar kepercayaan dari pihak luar, hal ini sangat memungkinkan meningkatkan nilai perusahaan, karena dengan modal yang besar maka kesempatan meraih tingkat keuntungan juga besar sehingga dapat nilai perusahaan yang baik. DER dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{DER} = \frac{\mathbf{Total\ Liabilitas}}{\mathbf{Total\ Ekuitas}} \dots\dots\dots(2.6)$$

2. *Debt To Asset Ratio* (DAR)

DAR diperoleh dari hasil perbandingan total hutang dibagi dengan total aktiva. Rasio ini menggambarkan bahwa sumber dana hutang perusahaan yang dilihat dari persentase aset perusahaan yang dibiayai dengan hutang memiliki peranan yang penting. Rumus DAR adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{DAR} = \frac{\mathbf{Total\ Hutang\ x\ 100\%}}{\mathbf{Total\ Aktiva}} \dots\dots\dots(2.7)$$

3. *Long Term Debt to equity ratio*

Long Term Debt to equity ratio adalah rasio yang mengukur perbandingan antara hutang jangka panjang dengan modal sendiri/aktiva. Pengukuran tersebut dilakukan untuk melihat nilai dari setiap rupiah yang dijadikan sebagai jaminan hutang jangka panjang. Rumus untuk mengukur *Long Term Debt to equity ratio*

Adalah sebagai berikut:

$$LTDE = \frac{\text{Hutang Jangka Panjang}}{\text{Total Ekuitas}} \dots\dots\dots(2.8)$$

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan proksi DER sebagai alat ukur variabel hutang. DER dipilih karena DER merupakan rasio yang mencerminkan bagaimana perusahaan mampu mengcover total hutang dengan modal yang dimiliki oleh perusahaan tanpa melibatkan dana dari luar perusahaan. Semakin tinggi nilai DER maka mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut adalah perusahaan yang baik, dikarenakan perusahaan mampu menjamin keberlangsungan dan keamanan dari sisi pendanaan perusahaan itu sendiri.

2.4 Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)

Menurut Nurmindia et al., (2017) ukuran perusahaan dapat menunjukkan besar kecilnya perusahaan yang diukur dengan melihat jumlah aset, jumlah penjualan dan kapitasitas pasar. Apabila aset perusahaan besar, maka perusahaan lebih bebas dalam pemanfaatan asetnya tersebut, sehingga pengendalian perusahaan akan lebih mudah. Semakin tinggi ukuran perusahaan dalam suatu perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin besar.

Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung risiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi oleh perusahaan. Perusahaan besar memiliki risiko lebih rendah daripada perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik terhadap kondisi pasar, sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi. Selain itu perusahaan-perusahaan besar memiliki banyak sumber daya untuk meningkatkan nilai perusahaan karena memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber-sumber informasi eksternal dibandingkan dengan perusahaan kecil yang memiliki akses lebih kecil dan ruang lingkup perusahaan yang terbatas (Ari Prasetyo_Artikel26, et al., 2013). Semakin besar ukuran perusahaan tersebut, maka perusahaan akan semakin dikenal oleh masyarakat luas dan juga oleh investor. Selain itu, ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset suatu perusahaan yang digunakan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan.

Suatu perusahaan yang sudah besar atau mapan tentunya memiliki banyak kemudahan dalam menuju pasara modal untuk mencari dana dengan biaya yang lebih rendah, sementara perusahaan yang masih kecil akan mengalami banyak hambatan untuk memiliki akses masuk kepasar modal (Marietta et al., 2013). Rumus ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

$$\text{Firm Size} = \text{Ln Total Aset} \dots \dots \dots (2.9)$$

2.4.1 *Signaling Theory*

Sinyal (signal) adalah suatu tindakan yang diambil oleh manajemen suatu perusahaan memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen menilai prospek perusahaan tersebut. Kemungkinan terjadinya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan mendorong manajemen untuk memberikan sinyal kepada pihak-pihak yang berkepentingan untuk mengurangi asimetri informasi tersebut (Dwi, 2017). Dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk. Agar sinyal tersebut efektif maka harus dapat ditangkap pasar dan dipersepsikan baik, serta tidak mudah ditiru oleh perusahaan lain yang berkualitas buruk. Teori ini mengungkapkan bahwa investor dapat membedakan antara perusahaan yang memiliki nilai tinggi dengan perusahaan yang memiliki nilai rendah dengan mengobservasi struktur permodalannya.

2.5 Kinerja Lingkungan

Menurut Tjahjono (2013) kinerja lingkungan (*environmental performance*) merupakan suatu hasil dari sukses atau tidaknya tujuan dari perusahaan dalam menciptakan dan mewujudkan lingkungan yang baik. Pengelolaan kinerja lingkungan bertujuan untuk memenuhi seluruh peraturan perundangan dan persyaratan lingkungan secara lengkap dan menyeluruh. Akitvitas pengelolaan lingkungan merupakan aksi korporasi untuk memperoleh dukungan dari

stakeholder dengan harapan memberikan dampak positif terhadap naiknya nilai perusahaan (Mardiana et al., 2019) .

Kinerja lingkungan dapat diukur menggunakan PROPER dari Kementerian Lingkungan Hidup (KLH). Kriteria penilaian yang digunakan dalam PROPER mencakup aspek pengendalian air, pencemaran udara, pengelolaan limbah, analisis dampak lingkungan, serta penerapan sistem manajemen lingkungan. PROPER melakukan peringkat hasil kinerja lingkungan dari KLH berdasarkan kinerja lingkungan dari tiap-tiap perusahaan untuk dikoreksi. Menurut Kementerian Lingkungan Hidup Indonesia (KLH), kinerja lingkungan adalah hasil dari kebijakan pengelola sumber daya alam dan lingkungan hidup terintegrasi, guna mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan, dengan menekankan ekonomi hijau dan dikelompokkan menjadi lima peringkat warna yang masing-masing peringkat warna mencerminkan kinerja lingkungan perusahaan.

Pengelolaan lingkungan dapat dipengaruhi dan mempengaruhi perusahaan dan tentunya dapat menentukan keunggulan perusahaan dalam persaingan sehingga *stakeholder* tertarik untuk berinvestasi karena melihat nilai perusahaan yang baik. Kinerja lingkungan dapat diukur dari hasil sistem manajemen lingkungan, yang terkait dengan kontrol aspek-aspek lingkungannya

2.5.1 Stakeholder Theory

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik yang bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung ataupun tidak langsung oleh perusahaan. *Stakeholder theory* menyatakan bahwa pihak yang berperan penting dalam menentukan eksistensi dan keberlanjutan suatu perusahaan. Keberlangsungan hidup suatu perusahaan bergantung pada sejauh mana dukungan *stakeholder* terhadap perusahaan tersebut, sehingga perusahaan harus selalu berupaya untuk menciptakan hubungan harmonis dengan para *stakeholdernya*.

Aktivitas pengelolaan lingkungan merupakan upaya perusahaan dalam memenuhi kepentingan *stakeholder* mengenai bentuk tanggung jawab atas dampak lingkungan yang terjadi akibat tidak efisiennya aktivitas operasional perusahaan. Apabila aktivitas pengelolaan lingkungan yang dilakukan

perusahaan baik, maka dapat memotivasi *stakeholder* untuk memberikan dukungannya secara penuh dan hal ini diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan

Tabel 2.1: PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup)

Peringkat	Keterangan
Emas (5)	Telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dan telah melakukan upaya 3R (<i>Reuse, Recycle, dan Recovery</i>), menerapkan sistem pengelolaan lingkungan yang berkesinambungan serta melakukan upaya-upaya yang berguna bagi kepentingan masyarakat pada jangka panjang.
Hijau (4)	Telah melakukan pengelolaan lingkungan dipersyaratkan, telah mempunyai sistem pengellaan lingkungan, mempunyai hubungan yang baik dengan masyarakat dan telah melakukan upaya 3R (<i>Reuse, Recycle, dan Recovery</i>)
Biru (3)	Telah melakukann upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan yang berlaku.
Merah (2)	Melakukan upaya pengelolaan lingkungan, akan tetapi baru sebagian mencapai hasil yang sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dengan peraturan perundang-undang.
Hitam (1)	Belum melakukan upaya lingkungan berarti, secara sengaja tidak melakukan upaya pengelolaan lingkungan sebagaimana yang dipersyaratkan , serta berpotensi mencemari lingkungan.

Sumber: Konsep PROPER (Kementrian Lingkungan Hidup)

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan tahun	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Kesumastuti et al., (2021)	Variabel x: CSR Variabel y : Nilai Perusahaan	Variabel CSR memiliki pengaruh signifikan positif terhadap variabel nilai perusahaan
2.	Dini dan	Variabel x: Kinerja	Variabel kinerja lingkungan memiliki

	Lailatus (2020)	Lingkungan Variabel y : Nilai Perusahaan	pengaruh signifikan positif terhadap variabel nilai perusahaan
3.	Dewantari et al., (2019)	Variabel x: <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan Variabel y : Nilai Perusahaan	a. Variabel <i>leverage</i> memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap variabel nilai perusahaan b. Variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan
4.	Erwin et al., (2019)	Variabel x: <i>Leverage</i> Variabel y : Nilai Perusahaan	Variabel <i>leverage</i> memiliki pengaruh signifikan positif terhadap variabel nilai perusahaan
5.	Novari dan Lestari (2016)	Variabel x: <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan Variabel y : Nilai Perusahaan	a. Variabel <i>leverage</i> memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap variabel nilai perusahaan b. Variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan
6.	Safitri dan Sukarmanto., 2020	Variabel x: CSR Variabel y : Nilai Perusahaan	Variabel kinerja lingkungan memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap variabel nilai perusahaan
7.	Yohana., 2021	Variabel x: <i>Leverage</i> Variabel y : Nilai Perusahaan	Variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap variabel nilai perusahaan
8.	Indah dan Eni (2019)	Variabel x: Kinerja Lingkungan Variabel y : Nilai Perusahaan	Variabel kinerja lingkungan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap variabel nilai perusahaan
9.	Luh Surpa Dewantari., 2019	Variabel x: Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> Variabel y : Nilai Perusahaan	a. Variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap variabel nilai perusahaan b. Variabel <i>leverage</i> memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap variabel nilai perusahaan
10.	Astuti et al.,	Variabel x: CSR	Variabel CSR pengaruh signifikan negatif

	2020	Variabel y : Nilai Perusahaan	terhadap variabel nilai perusahaan
--	------	----------------------------------	------------------------------------

Sumber: Data Diolah Tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas, terdapat beberapa perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu yang pertama adalah penambahan variabel penelitian. Kedua, penelitian ini menggunakan objek populasi diambil pada perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2021. Ketiga, alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi model data panel.

2.7. Kerangka Pemikiran

2.7.1 Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

CSR merupakan suatu aktivitas bisnis dimana perusahaan memiliki tanggung jawab secara sosial kepada pemangku kepentingan serta masyarakat sebagai bentuk rasa perhatiannya untuk meningkatkan kesejahteraan serta dampak positif bagi lingkungan. Dalam Kesumayanti (2016) Pengungkapan CSR perusahaan akan memberikan sinyal kepada pihak luar, seperti investor maupun masyarakat, pengungkapan ini berisikan suatu informasi yang menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan perusahaan, itu merupakan salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar, salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang.

Pengungkapan CSR sangat penting karena *stakeholder* perlu memberikan penilaian dan mengevaluasi sejauh mana perusahaan tersebut dapat melaksanakan perannya sesuai dengan keinginan para *stakeholder*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukan. Semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan maka *stakeholder* akan memberikan dukungan penuh pada perusahaan atas segala kegiatannya yang bertujuan untuk menciptakan laba dan menaikkan nilai perusahaan (Pohan et al., 2018). Semakin banyak informasi sosial dan

lingkungan yang dispaikan oleh suatu perusahaan akan menarik minat investor untuk menginvestasikan dananya dalam perusahaan. Jika minat investor naik maka akan mendorong harga saham naik, ketika saham naik akan memberikan kemakmuran perusahaan.

Semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan maka semakin meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Hal ini selaras dengan penelitian (Kesumastuti & Dewi, 2021) CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah

H1 : Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.7.2 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Leverage merupakan sumber dana dari pihak kreditur yang digunakan oleh perusahaan dalam meningkatkan *return* atau keuntungan dalam sebuah bisnis. Peningkatan nilai perusahaan dapat dicapai dengan adanya pendanaan perusahaan dari utang, yang akan memunculkan efek *tax deductible* (biaya-biaya yang dapat mengurangi pajak perusahaan). Teori Modigliani dan Miller II (1963) yang menjelaskan, hutang dapat digunakan untuk menghemat pajak, hal tersebut dikarenakan bunga dari hutang dapat mengurangi nilai pajak yang dibebankan, hal ini akan meningkatnya arus kas masuk ke perusahaan yang akan menyebabkan nilai perusahaan akan meningkat. Dalam hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Erwi et. al, (2019) menyatakan bahwa kebijakan utang secara persial pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Oleh sebab itu hipotesis kedua adalah:

H2 : *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.7.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan (*firm size*) merupakan skala ukuran besar atau kecilnya perusahaan, yang dapat dilihat dari total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata penjualan dari total aktiva. Apabila aset perusahaan besar, maka perusahaan lebih bebas dalam pemanfaatan asetnya tersebut, sehingga pengendalian perusahaan akan lebih mudah. Ukuran perusahaan yang

berskala besar akan lebih mudah dalam meningkatkan nilai perusahaan dan menarik minat investor untuk berinvestasi serta lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari pihak kreditur. Sehingga untuk mendapatkan pinjaman akan lebih mudah. Jumlah hutang yang digunakan suatu perusahaan akan dapat mendorong meningkatnya nilai perusahaan, sehingga meningkatnya total aset akan dapat meningkatkan aktivitas operasional perusahaan. Menurut *signalling theory*, semakin besar ukuran perusahaan, maka investor akan lebih tertarik untuk membeli saham pada perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan permintaan saham perusahaan dan memacu naiknya harga saham perusahaan.

Dalam Dewantari (2019) Semakin besar ukuran perusahaan maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang akan menaruh perhatian pada perusahaan sehingga hal ini akan meningkatkan nilai perusahaan, hal ini disebabkan karena adanya perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang akan lebih stabil. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Luh Surpa Dewantari et al., 2019) ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh sebab itu hipotesis ketiga adalah:

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.7.4 Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

Kinerja lingkungan merupakan keseluruhan pencapaian suatu perusahaan dalam mengelola masalah-masalah lingkungan sebagai akibat dari pelaksanaan kegiatan operasional pada perusahaan. Perusahaan yang secara konsisten menerapkan kinerja lingkungan yang baik, akan memberikan dampak positif terhadap harga saham dan secara otomatis nilai perusahaan semakin naik.

Pengelolaan lingkungan dapat dipengaruhi dan memengaruhi perusahaan dan tentunya dapat menentukan keunggulan perusahaan dalam persaingan sehingga *stakeholder* tertarik untuk berinvestasi karena melihat nilai perusahaan yang baik. Kinerja lingkungan dapat diukur dari hasil manajemen lingkungan, yang terkait dengan kontrol aspek-aspek

lingkungannya. Dalam *Stakeholder theory* menyatakan bahwa pihak yang berperan penting dalam menentukan eksistensi dan keberlanjutan suatu perusahaan. Keberlangsungan hidup suatu perusahaan bergantung pada sejauh mana dukungan *stakeholder* terhadap perusahaan tersebut, sehingga perusahaan harus selalu berupaya untuk menciptakan hubungan harmonis dengan para *stakeholdernya*.

Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mardiana et al., 2019) kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Jadi, hipotesis keempat adalah :

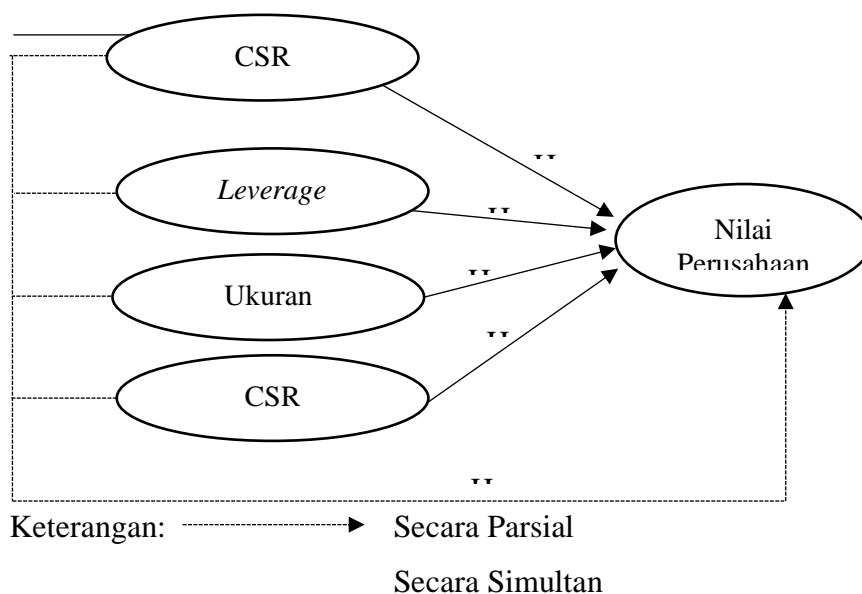
H4 : Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.8 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan diatas, maka perumusan hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
- H2 : *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
- H3 : Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
- H4 : Kinerja Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
- H5 : CSR, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Kinerja Lingkungan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Nilai Perusahaan.

Model hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif adalah rumusan masalah penelitian yang menanyakan hubungan 2 variabel atau lebih. Sedangkan pendekatan kuantitatif dipilih disebabkan penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data penelitian yang bersifat angka-angka dan analisis statistik guna untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya (Sugiyono, 2019:65).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi yang digunakan penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan energi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2021 yang berjumlah 54 perusahaan.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017) sampel merupakan bagian besar dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Pengambilan sampel dilakukan karena adanya keterbatasan baik waktu, tenaga, dan dana dari peneliti. Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability* sampling dengan jenis sampling adalah *purposive sampling*. Teknik *non probability* sampling adalah suatu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama pada anggota/bagian populasi untuk dipilih sebagai sampel (Sugiyono

2017). Jenis *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017). Pertimbangan dan kriteria sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2021.
2. Perusahaan sektor energi yang membuat dan menerbitkan laporan keuangan tahunan secara konsisten kesitus resmi BEI pada tahun 2016-2021.
3. Perusahaan sektor energi yang tidak mengalami kerugian selama 2016-2021.

Dari 54 perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2021 yang menjadi populasi dalam penelitian, terdapat 18 perusahaan yang memenuhi kriteria pemilihan sampel. Pada penelitian ini, terdapat unit analisis sampel sebanyak 108 unit, untuk diperoleh melalui hasil perkalian antara jumlah sampel dengan sebanyak 108 perusahaan dengan tahun atau periode yang dipakai dalam penelitian yaitu sebanyak 6 tahun. Daftar perusahaan yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Daftar Sampel Perusahaan

No.	Kode Emiten	Nama Perusahaan
1.	MEDC	PT. Medco Energi Internasional Tbk.
2.	BSSR	PT. Baramulti Suksessarana Tbk.
3.	PTBA	PT. Bukit Asam Tbk.
4.	BYAN	PT. Bayan Resources Tbk.
5.	ADRO	PT. Adaro Energy Tbk.
6.	PGAS	PT. Pertamina Gas Negara Tbk.
7.	DOID	PT. Delta Dunia Makmur Tbk.
8.	INDY	PT. Indika Energy Tbk.
9.	BIPI	PT. Astrindo Nusantara Infrastruktur Tbk.
10.	BUMI	PT. Bumi Resources Tbk.
11.	ENRG	PT. Energi Mega Persada Tbk.
12.	GEMS	PT. Golden Energy Mines Tbk.
13.	SMMT	PT. Golden Eagle Energy Tbk.
14.	AKRA	PT. AKR Corporindo Tbk.
15.	HRUM	PT. Harum Energi Tbk.

16.	MBAP	PT. Mitrabara Adiperdana Tbk.
17.	TOBA	PT. TBS Energi Utama Tbk.
18.	ITMG	PT. Indo Tambangraya Megah Tbk.

Sumber: www.idx.co.id (Data diolah 2022)

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe data sekunder. Data sekunder merupakan sumber data yang tidak dibagikan secara langsung dengan pengumpul data (Sugiyono, 2018). Data sekunder adalah data yang bersifat pendukung dimana diperoleh melalui perantara dan peneliti berperan sebagai pihak kedua. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang bersumber dari data perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2021. Dari perolehan data historis laporan keuangan yang dipublikasikan pertahun. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh melalui website Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu <http://www.idx.co.id> serta melalui website resmi perusahaan.

3.4 Variabel Penelitian

3.4.1 Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat ialah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2018). Variabel dependen disimbolkan dengan menggunakan “Y”. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah Nilai Perusahaan.

3.4.2 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel bebas dimana variabel ini dapat mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan dan timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2018). Variabel independen biasanya disimbolkan dengan “X”. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah CSR variabel X_1 , *Leverage* variabel X_2 , Ukuran Perusahaan variabel X_3 , dan Kinerja Lingkungan variabel X_4 .

3.5 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

3.5.1 Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan konsep dari suatu makna yang berisikan inti dari suatu penelitian yang berfungsi untuk mempermudah kegiatan operasional. Definisi konseptual pada penelitian ini adalah seperti berikut :

- a. Menurut Merdiyanti et al., (2015) nilai perusahaan adalah suatu gambaran kondisi dari sebuah perusahaan, dimana pada gambaran ini terdapat suatu penilaian tertentu dari para calon investor mengenai baik buruknya kinerja perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun pada prospek perusahaan dimasa yang akan datang.

Pada penelitian ini, nilai perusahaan diproksikan menggunakan Tobins'Q dimana rasio ini dapat menunjukkan menggambarkan potensi pertumbuhan dari suatu perusahaan ketika diterapkan dalam kebijakan bisnis. Selain itu dapat mengetahui kinerja perusahaan melalui potensi harga saham, potensi kemampuan manajer perusahaan dalam mengelola aktiva perusahaan.

- b. CSR

Menurut Hamdan (2015). *Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab sosial suatu perusahaan kepada *stakeholdernya*, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya. CSR dalam penelitian ini diproksikan dengan GRI Generasi 4. Dimana proksi adalah standar yang baku terkait pelaporan berkelanjutan, salah satunya dengan mengadopsi standar yang berlaku secara global, yaitu *Global Reporting Initiative (GRI) G4*

- c. *Leverage*

Maryam (2014), *leverage* adalah penggunaan sejumlah aset atau dana oleh perusahaan dimana dalam penggunaan aset atau dana tersebut, perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap. Dalam penelitian ini *leverage* diproksikan dengan *Debt to equity ratio (DER)* dimana dengan menggunakan proksi ini dapat menghasilkan perbandingan utang dengan total equitas.

- d. Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)

Menurut Nurmindia et. al, (2017) ukuran perusahaan dapat menunjukkan besar kecilnya perusahaan yang diukur dengan melihat jumlah aset, jumlah penjualan dan kapasitas pasar. Apabila aset perusahaan besar, maka perusahaan lebih bebas dalam pemanfaatan asetnya tersebut, sehingga pengendalian perusahaan akan lebih mudah. Semakin tinggi ukuran perusahaan dalam suatu perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin besar. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diproksikan dengan *Firm Size* dimana *firm size* untuk melihat total aset, nilai saham, dan kapitalisasi pasar.

e. Kinerja Lingkungan

Menurut Tjahjono (2013) kinerja lingkungan (*environmental performance*) merupakan suatu hasil dari sukses atau tidaknya tujuan dari perusahaan dalam menciptakan dan mewujudkan lingkungan yang baik. Pengelolaan lingkungan dapat dipengaruhi dan memengaruhi perusahaan dan tentunya dapat menentukan keunggulan perusahaan dalam persaingan sehingga *stakeholder* tertarik untuk berinvestasi karena melihat nilai perusahaan yang baik. Kinerja lingkungan dapat diukur dari hasil manajemen lingkungan, yang terkait dengan kontrol aspek-aspek lingkungannya. Dalam penelitian ini, menggunakan PROPER. PROPER adalah Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup yang telah ditentukan oleh UU.

3.5.2 Definisi Operasional

Definisi operasional pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Parameter	Skala Pengukuran
CSR	CSR adalah praktik pelaporan yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab yang melibatkan ekonomi, lingkungan, dan sosial.	$CSRI_i = \sum X_{yi} / n_i$ $CSRI_i$: Indeks luas pengungkapan tanggung jawa sosial dan lingkungan i $\sum X_{yi}$: variabel	Rasio

		dummy; 1= jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan n_i : jumlah item untuk perusahaan I, $n_i \leq 91$.	
<i>Leverage</i>	<i>Leverage</i> adalah pinjaman yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi pendanaan operasionalnya.	$DER = \frac{Total\ Hutang}{Total\ Ekuitas}$	Rasio
Ukuran Perusahaan	Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya skala perusahaan yang dapat dilihat melalui total aktiva, penjualan dan lainnya.	$Firm\ Size = Ln\ Total\ Aset$	Rasio
Kinerja Lingkungan	Kinerja lingkungan adalah praktik pelaporan yang dibentuk oleh kementerian lingkungan hidup untuk mendukung kegiatan perusahaan.	PROPER Emas = 5 Hijau = 4 Biru = 3 Merah = 2 Hitam = 1	Rasio
Nilai Perusahaan	Nilai perusahaan adalah gambaran baik buruknya perusahaan yang dapat dilihat dari kinerja perusahaan.	Kapitalisasi Pasar = Harga Pasar * jumlah saham beredar	Rasio

Sumber: Data diolah 2022

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif, analisis regresi model data panel, penentuan model regresi data panel, dan pengujian hipotesis dengan alat analisis *E-Views*.

3.6.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan sebagai sebuah metode yang meringkas, menjelaskan, dan menyajikan data dalam bentuk yang mudah untuk dipahami sehingga memberikan kemudahan dalam pemberian informasi. Menurut Sugiyono (2017) statistika deskriptif biasanya menyajikan data dalam bentuk tabel, grafik, diagram, serta perhitungan seperti mean, modus, median, desil, persentil, pembayaran data, presentase, serta standar deviasi.

3.7. Analisis Regresi Model Data Panel

Analisis regresi data panel adalah sebagai metode statistik yang digunakan untuk menguji hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Kelebihan data panel ini merupakan memberikan informasi yang jelas terperinci, dan memiliki hubungan yang kuat antar variabel. Pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh CSR, *leverage*, ukuran perusahaan dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI pada periode 2016-2021. Persamaan analisis regresi linear model data panel adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e \dots \dots \dots (2.10)$$

Keterangan:

- Y = Nilai Perusahaan (Tobins'Q)
- β = Koefisien Regresi dari X1-X4
- X1 = CSR (GRI G4)
- X2 = *Leverage* (DER)
- X3 = Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)
- X4 = Kinerja Lingkungan (PROPER)

Data dibagi menjadi 2 jenis berdasarkan strukturnya, yaitu data *cross section* dan *time series*. Data *cross section* mencakup beberapa objek dengan tipe data yang berbeda. Sedangkan *time series* terdiri dari satu objek dan beberapa periode. Jika kedua data tersebut tidak bisa mencerminkan kondisi objek maka data

tersebut harus digabung sehingga akan membentuk data panel. Terdapat tiga pendekatan dalam metode model regresi dengan data panel, yaitu sebagai berikut:

1. *Common Effect Model* Model *common effect* merupakan model data panel yang paling sederhana. Model *common effect* ini mengkombinasikan antara data *time series* dan *cross section* untuk membentuk regresi. Model ini tidak memperhatikan dimensi individu dan waktu sehingga diasumsikan dalam berbagai kurun waktu perilaku data perusahaan yang sama.
2. *Fixed effect model*
Fixed effect model menunjukkan adanya perbedaan antar individu diperlemah oleh perbedaan ruang lingkup. Model ini menggunakan variabel boneka (dummy) dalam teknik memperkirakan data panel untuk menangkap perbedaan intersep. Model *fixed effect* juga mengasumsikan bahwa regresi didasarkan pada waktu dan perusahaan. Data panel dapat dipakai untuk mempelajari pola perilaku yang kompleks.
3. *Random effect model*
 Model *random effect* mengasumsikan bahwa kemungkinan variabel gangguan yang berhubungan dengan individu dan waktu. Adanya perbedaan individu dan waktu akan dicerminkan melalui intersep. Namun pada model *random effect* perbedaan diakomodasi oleh *error term* masing-masing perusahaan. *Error* pada model ini berhubungan dengan *time series* dan *cross section*.

3.8 Penentuan Model Regresi Data Panel

Penentuan model regresi data panel yang tepat, memerlukan pengujian yang dapat dilakukan yaitu dengan menggunakan uji chow, uji hausman, dan uji *Lagrange Multiplier* (LM). Uji chow digunakan untuk memilih model *common effect* atau *fixed effect*. Uji hausman digunakan untuk memilih model *fixed effect* atau *random effect*. Dan uji *Lagrange Multiplier* (LM) digunakan untuk memilih model *common effect* atau *random effect*.

3.8.1 Uji Chow

Uji Chow digunakan untuk menentukan model *common effect* atau model *fixed effect* yang paling tepat digunakan dalam mengestimasi data panel.

Hipotesis dalam uji chow

H_0 = *Common Effect Model*

H_i = *Fixed effect model*

Pedoman yang digunakan dalam mengambil keputusan Chow-test (uji F) yaitu:

1. 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 Effect*
 - b. H_i ditolak jika nilai probabilitas *Cross-Section F* maupun *Cross-Section Chi-square* yang diperoleh $< 0,05$ maka model yang digunakan adalah *Fixed Effect*
2. Melakukan pengujian F Test dengan asumsi sebagai berikut:
 - a) H_0 diterima jika nilai statistik F hitung $< F$ tabel maka model yang digunakan adalah *Common Effect*
 - b) H_i ditolak jika nilai statistik F hitung $> F$ tabel maka model yang digunakan adalah *Fixed Effect*.

Jika hasil uji chow menyatakan bahwa H_0 diterima maka teknik regresi data panel menggunakan *Common Effect Model* dan pengujian berhenti pada tahap ini. Apabila hasil uji chow menyatakan bahwa H_i ditolak maka teknik regresi data panel menggunakan *Fixed effect model* dan pengujian dilanjutkan pada uji hausman.

3.8.2 Uji Hausman

Uji hausman digunakan untuk menentukan model *fixed effect* atau model *random effect* yang paling tepat digunakan dalam mengestimasi data panel. Statistik uji hausman mengikuti distribusi statistik dengan *degree of freedom* sebanyak $k-1$, k merupakan jumlah variabel independen.

Hipotesis dalam uji hausman:

H_0 = *Random effect model*

H_i = *Fixed effect model*

Pedoman yang digunakan dalam mengambil keputusan dalam uji hausman yaitu:

- a) H_0 diterima jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka model yang digunakan adalah *Random Effect*
- b) H_1 ditolak jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka model yang digunakan adalah *Fixed Effect*

3.8.3 Uji Lagrange Multiplier (LM)

Uji *Lagrange Multiplier* bertujuan untuk memastikan model mana yang akan digunakan, alasan dilakukannya uji ini ialah apabila hasil *fixed effect* dan *random effect* tidak konsisten. Misalnya pada uji chow model yang sesuai ialah *fixed effect model* tetapi pada saat dilakukannya uji hausman model yang sesuai adalah *random effect model*. Pengujian didasari pada *probability* Breusch-Pagan. Sehingga untuk memutuskan model mana yang paling tepat digunakan dalam mengestimasi data panel maka dilakukanlah Uji LM. Hipotesis dalam uji Lagrange Multiplier.

$H_0 = \text{Common Effect Model}$

$H_1 = \text{Random effect model}$

Pedoman yang digunakan dalam mengambil keputusan dalam uji LM yaitu:

- a. H_0 diterima jika nilai probabilitas Breusch Pagan $> 0,05$ maka model yang digunakan adalah *Common Effect*.
- b. H_1 ditolak jika nilai probabilitas Breusch Pagan $< 0,05$ maka model yang digunakan adalah *Random Effect*.

3.9 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui pengaruh CSR (X1), *leverage* (X2), ukuran perusahaan (X3), dan kinerja lingkungan (X4) terhadap nilai perusahaan (Y) pada perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2021. Dalam pengujian pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) baik secara parsial menggunakan uji signifikan t, dan secara simultan atau bersama-sama dengan menggunakan uji f (*F-test*).

a. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dengan uji t dilakukan untuk memastikan dampak dan signifikansi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengecekan sebagian koefisien regresi secara parsial menggunakan uji-t dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan analitis (α) 5% dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$, dimana n adalah besarnya sampel, k adalah jumlah variabel.

Rumus nilai t adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{x-\mu}{s-\sqrt{n}} \dots \dots \dots (3.1)$$

Keterangan:

- x : Rata-rata hitung sampel
- μ : Rata-rata hitung populasi
- S : Standar deviasi sampel
- n : Jumlah sampel

Hipotesis :

1. H_a : CSR, *leverage*, ukuran perusahaan, dan kinerja lingkungan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2021.
2. H_o : CSR, *leverage*, ukuran perusahaan, dan kinerja lingkungan secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan energi
3. yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2021.

Kriteria-kriteria dalam pengambilan keputusan pada uji t yaitu sebagai berikut:

1. Apabila t -hitung < t -tabel dan nilai probabilitas $\geq \alpha$ (0,05), maka variabel independen secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen (H_o diterima dan H_a ditolak).

2. Apabila $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dan nilai probabilitas $\leq \alpha$ (0,05), maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (H_0 ditolak dan H_a diterima).

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik f dipakai untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu *csr*, *leverage*, ukuran perusahaan, dan kinerja lingkungan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Tingkat keyakinan pada uji F adalah 95% dan tingkat kesalahan (α) 5% dengan *degree of freedom* (df_1) = $k-1$, *degree freedom* (df_2) = $n-k$.

Rumus nilai F adalah sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 k - 1}{(1 - R^2) / (n - 3)} \dots \dots \dots (3.2)$$

Keterangan:

- F : Uji F (Uji Simultan)
- n : Jumlah observasi
- k : Jumlah variable independent
- R^2 : Koefisien determinasi

Hipotesis:

1. H_a : CSR, *leverage*, ukuran perusahaan, dan kinerja lingkungan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2021.
2. H_0 : CSR, *leverage*, ukuran perusahaan, dan kinerja lingkungan secara simultan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2021.

Kriteria-kriteria dalam pengambilan keputusan pada uji F yaitu sebagai berikut:

1. Apabila $F\text{ hitung} < F\text{ tabel}$ dan nilai probabilitas $\geq \alpha$ (0,05), maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai probabilitas $\leq \alpha$ (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.10 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) dikatakan baik apabila nilainya diatas 0,5 karena nilai R^2 berkisar 0 sampai 1. Nilai yang mendekati satu artinya variabel-variabel independen yaitu dalam penelitian ini antara lain *csr*, *leverage*, ukuran perusahaan, dan kinerja lingkungan memberikan hampir semua informasi yang diperlukan dalam memprediksi variabel dependen yaitu nilai perusahaan dalam penelitian ini. Determinasi (R^2) Dirumuskan sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{\beta_1 X_1 Y + \beta_2 X_2 Y + \beta_3 X_3 Y + \beta_4 X_4 Y}{Y^2} \dots\dots\dots(3.3)$$

Keterangan:

R^2 : Koefisien Determinasi

β_1-4 : Koefisien regresi berganda variabel X_1-X_4

X_1 : CSR

X_2 : *Leverage*

X_3 : Ukuran perusahaan

X_4 : Kinerja Lingkungan

Y : Nilai perusahaan

Tabel 3. 3 Interval Koefisien Determinasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00-0.199	Sangat Lemah
0.20-0.399	Lemah
0.40-0.599	Cukup Kuat
0.60-0.799	Kuat
0.80-1.000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono(2018)

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

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

- a) *Corporate social responsibility* berpengaruh tidak signifikan dan memiliki arah yang sejalan terhadap nilai perusahaan
- b) *Leverage* berpengaruh signifikan dan memiliki arah berlawanan terhadap nilai perusahaan
- c) Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan dan memiliki arah yang sejalan terhadap nilai perusahaan.
- d) Kinerja lingkungan berpengaruh tidak signifikan dan memiliki arah yang sejalan terhadap nilai perusahaan.
- e) *Corporate social responsibility*, *leverage*, ukuran perusahaan dan kinerja lingkungan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil yang didapatkan tersebut maka variabel-variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini *leverage* dan ukuran perusahaan yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini *leverage* di proksikan dengan DER, ukuran perusahaan diproksikan menggunakan Ln aset dan nilai perusahaan diproksikan menggunakan Ln kapitalisasi pasar.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai pengaruh, *corporate social responsibility*, *leverage*, ukuran perusahaan dan kinerja lingkungan 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 bermanfaat sebagai bahan informasi untuk penelitian dan penulis selanjutnya dibidang yang relevan.

b) 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.

c) Saran Praktis untuk Perusahaan

Perusahaan harus lebih memaksimalkan CSR dan kinerja lingkungan dengan baik sehingga dapat bermanfaat bagi masyarakat, lingkungan, sekaligus perusahaan, sebab CSR dan kinerja lingkungan terbukti dapat meningkatkan nilai perusahaan dan untuk penggunaan *leverage* pada perusahaan lebih dipertimbangkan lagi sebab dengan adanya *leverage* apakah perusahaan mendapatkan manfaat atau biaya yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdilah, Adianto. (2013). Analisis Pengaruh Kebijakan Dividen Kebijakan Hutang, Profitabilitas dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di BEI Periode 2009-2012. Skripsi. Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Ari Prasetyo_Artikel26.* (et al.,).
- Astuti, K. D., Safi'i, R., & Nofianti, N. (2020). Determinan Nilai Perusahaan Di Industri Property, Real Estate, Dan Konstruksi. *JIAFE* 6(1), 93–106. <https://journal.unpak.ac.id/index.php/jiafe/article/view/1540>
- Budhiyani, A. G. (2019). Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2018).
- Carroll, A. B., & Brown, J. . (2018). Corporate Social Responsibility: A Review of Current Concepts, Research, and Issues. *Business and Society*, 360(2), 39–69. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/S2514-175920180000002002>
- Carroll, Archie B. 1979. *A Three-Dimensional Conseptual Model of Corporate Performance. Academy of Management Review* 1979. Vol. 4, No. 4. Hal. 497-505. <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>
- damayanti 2016.* (et al.,).
- Dewantari, Ni Luh Surpa, Wayan Cipta, dan Gede Putu Agus Jana Susila. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan *Leverage* Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food And Beverages Di Bei. *Jurnal Prospek*, Vol. 1 No. 2 <https://doi.org/10.23887/pjmb.v1i2.23157>
- Dewi, A.A Ayu Kemara & Ida Bagus Badjra. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Aktiva Tidak Berwujud, Ukuran Perusahaan, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(4), 2161-2190.
- Dewi, Ayu Sri Mahatma dan Wirajaya, Ary. (2013). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 4.2.
- Ding, David K. Ding, Christo Ferreira and Udomsak Wongchoti. (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>
- Dowling, John and Jefferey Pfeffer. 1975. “Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior.” *The Pacific Sociological Review* 18(1):122–36.
<https://doi.org/10.2307/1388226>
- Dwi, M. (2017). Pengaruh Struktur Modal Dan Struktur Aktiva Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Sektor Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2015). *Jurnal Ekonomi*
- Erwin, E. (2019). Analisis Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Utang, Keputusan Investasi, dan Sales Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2017/Erwin/21150351/Pembimbing: Said Kelana Asnawi.
- Fahmi, R. M. (et al.). *Pengaruh Financial Leverage, Operating Leverage, dan Total Asset Turnover terhadap Earning per Share pada Perusahaan Oil and Gas dan Coal Mining yang Ada di Bursa Efek Indonesia*. <https://doi.org/10.32502/jimn.v4i1.254>
- Friedman, Milton. 1970. “*The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits*,” *New York Times Magazine*, September 13, 1970.
https://doi.org/10.1007/978-3-540-70818-6_14
- Hamdani. (2016). *Good Corporate Governance Tinjauan Etika dalam Praktik Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Handayani.(2019). “Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kinerja Keuangan”.*Jurnal Universitas Indargiri* ,Vol 5, No 1. *Hasibuan 2016*). (et al.,).
- Kaur, Bhupinder. 2015. Impact of Corporate Social Responsibility on the Performance of the Companies. *Journal for Studies in Management and Planning*, 1(2), March 2015.
- Kementrian Lingkungan Hidup. (2014). Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Republik Indonesia Nomor 03 Tahun 2014 Tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan Dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup.
- Kesumastuti, M. A. R. M., & Dewi, A. A. (2021). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Usia dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(7), 1854.
<https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i07.p19>

- Dini Dwi Wardani dan Lailatus Sa, P., Dwi Wardani, D., Sa, L., & Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi STIE Malangkececwara, P. (2020). PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KINERJA KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. In *AKTIVA Jurnal Akuntansi dan Investasi* (Vol. 5, Issue 1).
- Listiana, Bella Chynthia. 2015. Analisis Pengaruh Islamic Social Reporting Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia). Skripsi tidak diterbitkan. Universitas Indonesia
- Luh Surpa Dewantari, N., Cipta, W., Putu Agus Jana Susila, G., Studi Manajemen, P., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2019). DI BEI. *Jurnal Prospek*, 1(2).
<https://doi.org/10.23887/pjmb.v1i2.23157>
- Mardiana, I. A., Akuntansi, J., Ekonomi, F., & Wuryani, E. (2019). *PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI* (Vol. 8, Issue 1).
<http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-akuntansi/>
- Mardiana, Indah Ayu., & Wuryani, Eni. (2019). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *AKUNESA: Jurnal Akuntansi Unesa*, 8(1). Retrieved from <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-akuntansi/article/view/30656>
- Margireta, Ira Anugerah dan Novi Khoiriawati (2022). Penerapan Pelaporan Sosial Pada Perusahaan Sektor Energi Yang Sudah Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan Volume 4*.
<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.2094>
- Marietta, U., Sampurno, D., & Manajemen, J. (2013). Analisis Pengaruh Cash Ratio, Return On Assets, Growth, Firm Size, *Debt to equity ratio* Terhadap Dividend Payout Ratio : (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2011). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 2(1). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Maryam, Siti. (2014). Analisis pengaruh firm size, growth, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia). Fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Hasanudin : Makassar. <http://repository.mercubuana.ac.id/id/eprint/3115>

- Muftiasih, Kukuh Widya. (2018). Pengaruh Struktur Aktiva. *Journal FEB UMP*.
- Nasution, Muhammad Syafril. (2020). Pengaruh Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *J-ISCAN: Journal Of Islamic Accounting Research* Vol. 2, No. 1.
- Novari, Putu Mikhy dan Lestari, Putu Vivi. (2016). ker. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5672.
- Nurminda, Aniela, D. Isyuardhana, dan A. Nurbaiti. 2017. "Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang dan Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015)". *e-Proceeding of Management*, Vol.4, No.1, h. 542-549.
- Ogolmagai, Natalia. (2013). *Leverage* Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Manufaktur Yang Go Public Di Indonesia. *Jurnal EMBA* 81.1(3) hal: 81-89. <https://doi.org/10.35794/emba.1.3.2013.1375>
- Plumlee, M., D. Brown, R. M. Hayes, and R. S. Marshall. 2015. Voluntary environmental disclosure quality and firm value: Further evidence. *Journal of Accounting and public Policy* 34 (4):336-361. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2015.04.004>
- Pohan, H. T., Noor, I. N., & Bhakti, Y. F. (2018). Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 5(1), 41–52. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25105/jat.v5i1.4850>
- Prasetyorini, B. F. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Price Earning Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 1(1): 183-196.
- Ralina, Lidia dan Ari Prasetyo. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan Di ISSI Periode 2013-2017. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* Vol. 6 No. 9.
- Ramona, S. (2017). Skripsi. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015).
- Rudangga, I Gusti Ngurah Gede & Gede Merta Sudiarta. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7), 4394-4422

- Safira, Fardeliadan Widajantie, Tituk Diah. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Dan Pengungkapan Csr Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2015-2019). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 103 – 112
- Safira, Widajantie. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Dan Pengungkapan Csr Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2019). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*. 14(1).
- Safitri, Azeli Millenia dan Edi, Sukarmanto. (2021). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan. *Prosiding Akuntansi Volume 7, No. 1*. <http://dx.doi.org/10.29313/v7i1.25209>
- Sawitri, Aristha Purwanthari & Setiawan, Nicolas. (2018). Analisis Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report, Kinerja Keuangan dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal of Business & Banking*. <http://dx.doi.org/10.1441/jbb.v7i21397>
- Septariani, Desy. (2017). Pengaruh Kebijakan Dividen Dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Lq45 Di Bei Periode 2012-2015). *Journal of Applied Business and Economics Vol. 3 No. 3* 183-195. <http://dx.doi.org/10.30998/jabe.v3i3.1769>
- Struktur Aset, P., Perusahaan, U., Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dagang Besar Yang Terdaftar di Perusahaan Bursa Efek Indonesia Mita Tegar Pribadi, L., & Widya Gama Lumajang, S. (2018). *Progress Conference*. I(1). <http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/progress>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Tjahjono, M. E. S. (2013). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dan Kinerja Keuangan. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 4(1).
- Wiagustini, Ni Luh Putu. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Cetakan Pertama. Denpasar: Udayana University Press.
- Widiastari, P. A., & Yasa, G. W. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Free Cash Flow, dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 957. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v23.i02.p06>