

**PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR DAN KINERJA LINGKUNGAN  
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS  
SEBAGAI VARIABEL *MODERATING*  
(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN  
TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2016-2020)**



Oleh:

**MUSAFIRA RAHMANIA**

**1801035112**

**AKUNTANSI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MULAWARMAN**

**SAMARINDA**

**2022**

**PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR DAN KINERJA LINGKUNGAN  
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS  
SEBAGAI VARIABEL *MODERATING*  
(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN  
TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2016-2020)**



Oleh:

**MUSAFIRA RAHMANIA**

**1801035112**

**AKUNTANSI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MULAWARMAN**

**SAMARINDA**

**2022**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Penelitian : Pengaruh Pengungkapan CSR Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Terdaftar Di BEI Tahun 2016-2020)

Nama : Musafira Rahmania

NIM : 1801035112

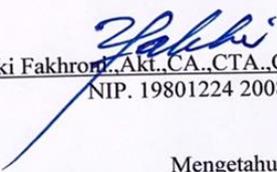
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S1-Akuntansi

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

Menyetujui,

Samarinda, 27 September 2022  
Dosen Pembimbing

  
Dr. H. Zaki Fakhroni, Akt., CA., CTA., CFA., CSRS., CIQaR  
NIP. 19801224 200801 1 006

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Mulawarman



Prof. Dr. Hj. Syarifah Hidayah, M.Si  
NIP. 19620513 198811 2 001

Lulus Tanggal Ujian : 21 November 2022

**SKRIPSI INI TELAH DIUJI DAN DINYATAKAN LULUS**

Judul Skripsi : Pengaruh Pengungkapan CSR Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Terdaftar Di BEI Tahun 2016-2020)

Nama : Musafira Rahmania

NIM : 1801035112

Hari : Senin

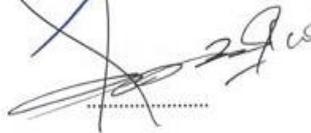
Tanggal Ujian : 21 November 2022

**TIM PENGUJI**

1. Dr. H. Zaki Fakhroni, Akt., CA.,CTA.,CFrA.,CSRS.,CIQaR  
NIP. 19801224 200801 1 00



2. Dr. Jamaluddin MD, S.E., M.Si.,Ak.,CA.,CSRS  
NIP. 19680405 199512 1 002



3. Salmah Pattisahusiwa, S.E., M.Si., Ak., CA.,CSRS.,CSRA  
NIP. 197220107 200003 2 001



### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur penjiplakan, saya bersedia Skripsi dan Gelar Sarjana atas nama saya dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Samarinda, 27 September 2022

  
  
METERAI  
TEMPEL  
08329AKX085178613  
Musafira Rahmania

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

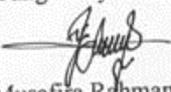
Sebagai sivitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Musafira Rahmania  
NIM : 1801035112  
Program Studi : Akuntansi  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini saya menyetujui untuk memberikan izin kepada pihak UPT. Perpustakaan Universitas Mulawarman, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya tulis ilmiah berupa skripsi saya yang berjudul "Pengaruh Pengungkapan CSR Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Terdaftar Di BEI Tahun 2016-2020) beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, pihak UPT. Perpustakaan Universitas Mulawarman berhak menyimpan, mengalih media atau memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Samarinda  
Tanggal : 21 Desember 2022  
Yang menyatakan,

  
Musafira Rahmania  
1801035112

## RIWAYAT HIDUP



**Musafira Rahmania**, lahir di kota Bontang pada tanggal 12 Oktober 2000. Anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan Bapak H. Basri dan Ibu Hj. Jumatan.. Pada tahun 2012 menamatkan Pendidikan Sekolah Dasar di Sekolah Dasar SDN 001 Sangatta Utara. Kemudian melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 Sangatta Utara dan lulus pada tahun 2015, serta pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Sangatta Utara dan lulus pada tahun 2018.

Pada tahun 2018 penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi yaitu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda dengan Program Studi Akuntansi. Pada tahun 2021 melaksanakan program Kuliah Kerja Nyata angkatan 47 di salah satu UMKM di Kota Samarinda.

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of environmental performance and corporate social responsibility on the firm value of mining sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange by using profitability as a moderating variable. The sample for this research is mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016–2020. Sample selection was carried out using the purposive sampling method with the aim of obtaining a representative sample in accordance with the specified criteria. The results of this study indicate that the environmental performance of mining sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange is not significantly able to increase the value of the company in the eyes of its investors. Meanwhile, the corporate social responsibility of mining sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange can significantly increase the value of the company in the eyes of its investors. While profitability is not a variable that moderates the effect of environmental performance on firm value or the relationship of corporate social responsibility to firm value in the mining sector listed on the Indonesia Stock Exchange, it is an independent variable that directly affects the value of mining sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange.*

***Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Environmental Performance, Company Value, Profitability******Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Environmental Performance, Company Value, Profitability***

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kinerja lingkungan dan *corporate social responsibility* perusahaan sektor pertambangan terdaftar di Bursa Efek Indonesia terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan profitabilitas sebagai variabel *moderating*. Sampel penelitian ini adalah perusahaan pertambangan terdaftar di BEI pada tahun 2016-2020. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja lingkungan perusahaan sektor pertambangan terdaftar di Bursa Efek Indonesia tidak secara signifikan mampu meningkatkan nilai perusahaan tersebut dimata para investornya. Sementara itu *corporate social responsibility* perusahaan sektor pertambangan terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara signifikan mampu meningkatkan nilai perusahaan tersebut dimata para investornya. Sedangkan profitabilitas bukan merupakan variabel yang memoderasi pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan ataupun hubungan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada sektor pertambangan terdaftar di Bursa Efek Indonesia, melainkan variabel independen yang mempengaruhi nilai perusahaan sektor pertambangan terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara langsung.

**Kata Kunci: Corporate Social Responsibility (CSR), Kinerja Lingkungan, Nilai Perusahaan, Profitabilitas**

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Puji syukur dipanjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “**Pengaruh Pengungkapan CSR dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020)**”. Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan masa pembelajaran pada jenjang S-1 Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman. Penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga besar khususnya kedua orang tua tercinta Bapak H. Basri dan Ibu Hj. Jumatan, Kakak tersayang Fadli serta Adik tersayang Faisal dan Musfika Aura yang telah memberikan kesabaran, kasih sayang, doa dan dukungan moral maupun materi yang tiada hingga juga selalu memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian tugas akhir dengan baik. Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan serta bantuan dari banyak pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, beserta staff dosen dan tenaga kependidikan yang telah memberikan kesempatan dan membantu penulis untuk belajar dan menyelesaikan pendidikan di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mulawarman.
2. Dwi Risma Deviyanti, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.
3. Dr. H. Zaki Fakhroni, Ak.,CA.,CTA., CFrA.,CSRS.,CIQaR selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.

4. Prof. Dr. Hj. Rusdiah Iskandar, M.Si., Ak.,CA selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah membimbing tetapi tidak sampai akhir penulisan dikarenakan masa tugas mengajar sudah selesai (Pensiun), kemudian Dosen Pembimbing dilanjutkan oleh bapak Dr. H. Zaki Fakhroni, Ak.,CA.,CTA., CFrA.,CSRS.,CIQaR yang telah bersedia memberikan waktu dan arahan serta motivasi dalam membantu Penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
5. Dr. Jamaluddin MD,S.E.,M.Si.,Ak selaku dosen penguji I dan Ibu Salmah Pattisahusiwa, S.E.,M.Si.,Ak.,CA.,CSRS.,CSRA selaku dosen penguji II yang telah memberikan saran dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Sahabat dalam suka dan duka (Karmila Aulia Sahaja, Olivia Mahsa Arnelya, Syifa Azzahra Hafidz, Alsyadilla Anggita), yang selalu membantu dan mengingatkan selama penyusunan serta seluruh mahasiswa Akuntansi Angkatan 2018 yang selalu memberikan dukungan selama masa perkuliahan berlangsung.
7. *Garden Hills Squad* (Al Fitri Syawal, Nurul Shabrina M., Saskia Maulina, Syafrina Aulia Sari dan Ananda Nur Aulia Ansar) yang selalu mengingatkan, memberikan semangat serta menghibur penulis selama penyusunan skripsi ini.
8. (Dimas Wahyudi, Khafifah Sari Alawiyah, Fatma Eka Sari, Nadilla Oktaviani, Oktavia Ayu, Mariatul Qiftiah) teman dan orang spesial yang selalu mendukung penulis selama ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan semangat, dukungan, serta masukan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Kritik dan saran dari berbagai pihak yang membangun sangat diharapkan guna menyempurnakan tulisan ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberi wawasan dan pengetahuan serta dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Samarinda, Agustus 2022

Musafira Rahmania

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN IDENTITAS PENGUJI.....	iii
PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI KARYA TULIS.....	v
RIWAYAT HIDUP .....	vi
ABSTRACT .....	vii
ABSTRAK .....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	8
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Teori <i>Stakeholder</i> .....	8
2.1.2 <i>Legitimacy Theory</i> .....	10
2.1.3 <i>Signalling Theory</i> .....	11
2.1.4 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	12
2.1.5 Kinerja Lingkungan.....	13
2.1.6 Nilai Perusahaan.....	15
2.1.7 Profitabilitas .....	16
2.2 Penelitian Terdahulu .....	17
2.3 Kerangka Konsep.....	19
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	21
2.4.1 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan .....	21
2.4.2 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan.....	22
2.4.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Hubungan <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan Nilai Perusahaan.....	23
2.4.4 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Hubungan Kinerja Lingkungan Dan Nilai Perusahaan.....	24
BAB III METODE PENELITIAN .....	26
3.1 Desain Penelitian .....	26
3.1.1 Variabel Penelitian.....	26
3.1.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	26

3.2.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	29
3.2.1	Populasi penelitian.....	29
3.2.2	Sampel penelitian.....	32
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	32
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	33
3.5	Metode Analisis Data.....	33
3.5.1	Regresi Linier Berganda .....	33
3.5.2	Uji Asumsi Klasik .....	34
3.5.3	Pengujian Hipotesis .....	36
 <b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>40</b>
4.1	Hasil Analisis.....	40
4.1.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	40
4.1.2	Pengujian Asumsi Klasik.....	41
4.1.3	Pengujian Hipotesis .....	53
4.2	Pembahasan .....	58
4.2.1	Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan.....	58
4.2.2	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan .....	60
4.2.3	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Hubungan Kinerja Lingkungan dan Nilai Perusahaan.....	62
4.2.4	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Hubungan <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Nilai Perusahaan.....	63
 <b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>66</b>
5.1	Simpulan.....	66
5.2	Saran.....	67
 <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>68</b>
 <b>LAMPIRAN .....</b>		<b>66</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	27
Tabel 3.2	Populasi Penelitian.....	28
Tabel 3.3	Kriteria Sampel .....	30
Tabel 3.4	Sampel Penelitian .....	30
Tabel 4.1	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	39
Tabel 4.2	Hasil Uji Normalitas Persamaan I .....	41
Tabel 4.3	Hasil Uji Normalitas Persamaan II .....	42
Tabel 4.4	Hasil Uji Multikolinieritas Persamaan I .....	44
Tabel 4.5	Hasil Uji Multikolinieritas Persamaan II .....	44
Tabel 4.6	Hasil Uji Autokorelasi Persamaan I.....	45
Tabel 4.7	Hasil Uji Autokorelasi Persamaan II .....	46
Tabel 4.8	Hasil Runs Test Persamaan II.....	46
Tabel 4.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan I .....	47
Tabel 4.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan II .....	47
Tabel 4.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan I .....	48
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan II.....	48
Tabel 4.13	Hasil Uji F Persamaan I.....	49
Tabel 4.14	Hasil Uji F Persamaan II.....	50
Tabel 4.15	Hasil Uji t Persamaan I .....	50
Tabel 4.16	Hasil Uji t Persamaan II.....	51

## **DAFTAR SINGKATAN**

CSR : Corporate Social Responsibility

PT : Perseroan Terbatas

ROA : Return on Assets

BEI : Bursa Efek Indonesia

MRA : Modereted Regression Analysis

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di Indonesia sudah banyak perusahaan yang telah melakukan penerapan tanggung jawab sosialnya dan telah membuat laporan tahunan. Hal ini didukung dengan dikeluarkannya UU Perseroan Terbatas (Pasal 74), yang telah mewajibkan semua perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam agar melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan CSR, antara lain memberikan kepercayaan pada masyarakat yang pelaksanaan operasional dilakukan perusahaan tersebut serta perusahaan tersebut diminati.

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan di dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Semakin banyaknya bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, maka *image* perusahaan menurut pandangan masyarakat menjadi meningkat atau citra perusahaan menjadi baik.

Chen & Hsun Lee (2017) percaya bahwa CSR dapat digunakan secara strategis untuk menumbuhkan nilai perusahaan dan menghilangkan risiko bagi perusahaan; namun, CSR dapat juga mengurangi nilai perusahaan dengan meningkatkan biaya dan mengalihkan fokus dari tujuan operasional perusahaan sebenarnya. Dari sudut pandang afirmatif, dampak dari kinerja sosial yang kuat

mengarah pada hasil keuangan yang lebih kuat. Dengan meningkatkannya reputasi bisnis mereka, perusahaan dapat mengurangi risiko komersial dan mendapatkan lebih banyak dukungan dari pemerintah sebagai regulator, yang menarik lebih banyak investasi dan memenuhi harapan berbagai pemangku kepentingan, sehingga meningkatkan kinerja keuangan.

Penelitian Nurhudha & Suwanti (2015) dan Putra (2017) menunjukkan bahwa peningkatan pengeluaran dana CSR berpengaruh signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Tetapi hasil penelitian Mulyadi & Anwar (2012) justru menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

Dalam pengambilan sebuah keputusan, investor akan memasukan faktor-faktor yang tersedia dalam pengambilan keputusan mereka, baik jika seorang investor menganggap informasi tersebut sebagai informasi yang baik (*good-news*) atau pun buruk (*bad-news*), maka akan ada reaksi investor yang tercermin melalui perubahan pada harga saham. Menurut Varecchia (1983) dalam Suratno *et al.* (2006), pemerhati lingkungan percaya bahwa perusahaan yang mengungkapkan kinerja lingkungannya dengan baik menggambarkan *good news* bagi pelaku pasar, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor.

Salah satu contoh di Indonesia yaitu akibat kasus pencemaran sungai Balangan yang dilakukan oleh PT AdaroEnergy Tbk, harga saham perusahaan tersebut mengalami penurunan dari harga Rp.1.620,- menjadi Rp.1.540,- . Sebaliknya, PT Aneka Tambang Tbk telah berhasil memperoleh penghargaan dalam Indonesia *Sustainability Reporting Award* (ISRA) tahun 2010 sebagai *Best*

*Sustainability Report/*

Penghargaan tersebut merupakan apresiasi terhadap pelaporan kinerja tanggungjawab sosial dan lingkungan perusahaan yang telah disusun sesuai dengan standar internasional pelaporan *sustainability*, hal tersebut membuktikan bahwa PT Aneka Tambang Tbk berupaya untuk melaksanakan seluruh program tanggung jawab sosial dan lingkungan secara konsisten dan melaporkannya setiap tahunnya sebagai salah satu bentuk komitmen Antam terhadap transparansi dan akuntabilitas informasi. Dibulan yang sama harga saham PT Aneka Tambang Tbk telah mengalami kenaikan harga saham dari harga Rp.2.375,- menjadi Rp. 2.450,-. Dari penjelasan tersebut maka informasi terkait pencemaran sungai yang dilakukan oleh PT Adaro Energy Tbk dan suatu perolehan penghargaan yang diterima oleh PT Aneka Tambang Tbk mengakibatkan perubahan pada harga saham kedua perusahaan tersebut.

Penelitian Nurhudha & Suwarti (2015) menunjukkan bahwa perbaikan pada kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Tetapi hasil penelitian Putra (2017) justru menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara kinerja lingkungan dan nilai perusahaan.

Transparansi perusahaan sering dilakukan melalui pengungkapan secara sukarela terkait kegiatan CSR yang akan mengurangi asimetri informasi antara orang dalam dan orang luar perusahaan. Dengan demikian, nilai perusahaan akan meningkat ketika pemantauan terhadap kegiatan CSR secara efektif dapat melibatkan pihak eksternal. Dengan adanya kegiatan CSR akan memberikan keberlanjutan jangka panjang bagi perusahaan. Selanjutnya, harga saham

meningkat, yang merupakan cerminan dari peningkatan nilai perusahaan. Pelaksanaan CSR tidak lepas dari profitabilitas perusahaan sebagai sumber dana, sehingga tingginya profitabilitas akan memperkuat pelaksanaan CSR yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Titisari & Utama, 2022). Hasil penelitian Mandasari *et al.* (2013) menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki peran untuk memoderasi pengaruh CSR terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Belakangan ini, sejumlah besar calon investor mulai mempertimbangkan gagasan terkait tanggung jawab sosial perusahaan. Namun demikian, perdebatan apakah terdapat nilai tambah akibat pertimbangan perusahaan terhadap lingkungan masih terus berlangsung. Satu sisi percaya bahwa setiap upaya untuk meningkatkan kinerja sosial atau lingkungan akan berakibat pada nilai saham yang berkurang. Pemikiran umumnya adalah bahwa biaya perusahaan untuk mematuhi standar etika tersebut akan menyebabkan harga produk yang lebih tinggi yang akan menempatkan perusahaan tersebut pada posisi yang kurang menguntungkan dalam industri, yang mengarah ke profitabilitas yang lebih rendah (Walley & Whitehead, 1994).

Kelompok lain berpendapat bahwa strategi peningkatan kinerja sosial atau lingkungan dapat meningkatkan efisiensi output perusahaan atau bahkan menciptakan ceruk pasar. Mereka menegaskan bahwa peningkatan kinerja lingkungan akan mengarah pada penggunaan sumber daya organisasi yang hemat biaya sehingga bisnis yang bertanggung jawab terhadap lingkungan akan dapat melaporkan keuntungan yang lebih tinggi yang mengarah pada peningkatan nilai

daripada perusahaan yang kurang bertanggung jawab (Porter & Van der Linde, 1995). Hasil penelitian Osazuwa & Che-Ahmad (2016) menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki peran untuk memoderasi pengaruh kinerja lingkungan terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada variabel penelitian dan jenis perusahaan. Penelitian ini akan menambahkan variable profitabilitas sebagai *moderating* mengingat peran profitabilitas sebagai penentu besarnya dana untuk menjalankan berbagai kegiatan CSR dan kegiatan yang memberikan perhatian pada lingkungan, serta menggunakan perusahaan pertambangan yang memiliki relasi cukup besar dengan masyarakat sekitar dan lingkungannya. Oleh karena itu penulis tertarik melakukan penelitian dengan merumuskan judul **“Pengaruh Pengungkapan CSR Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Atas dasar uraian latar belakang tersebut permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pertambangan terdaftar di BEI tahun 2016-2020?
2. Apakah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pertambangan terdaftar di BEI tahun 2016-2020?
3. Apakah profitabilitas memoderasi hubungan antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan pertambangan terdaftar di BEI tahun 2016-2020?

4. Apakah profitabilitas memoderasi hubungan antara kinerja lingkungan dan nilai perusahaan pertambangan terdaftar di BEI tahun 2016-2020?

### 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pertambangan terdaftar di BEI tahun 2016-2020.
2. Untuk mengetahui pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan pertambangan terdaftar di BEI tahun 2016-2020.
3. Untuk mengetahui peran moderasi profitabilitas terhadap hubungan antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan pertambangan terdaftar di BEI tahun 2016-2020.
4. Untuk mengetahui peran moderasi profitabilitas terhadap hubungan antara kinerja lingkungan dan nilai perusahaan pertambangan terdaftar di BEI tahun 2016-2020.

### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumbangan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitandengan pengaruh *corporate social responsibility* dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas perusahaan sebagai variabel *moderating*.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis, dapat menjadi sarana dalam memberikan kontribusi yang bermanfaat terkait implementasi pengetahuan penulis dalam memahami

hubungan *corporate social responsibility*, kinerja lingkungan, nilai perusahaan dan profitabilitas

- b. Bagi perusahaan, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial. Bagi perusahaan, dapat juga memberikan gambaran mengenai pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga pemerintah dapat menindaklanjuti pengesahan Undang-undang PT, dengan mewajibkan semua perusahaan di Indonesia untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya.
- c. Bagi investor, akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.
- d. Bagi masyarakat, akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.
- e. Bagi lembaga-lembaga pembuat peraturan/standar, misalnya Bapepam, IAI dan sebagainya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penyusunan standar akuntansi lingkungan dan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kualitas standar dan peraturan yang sudah ada.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Teori *Stakeholder***

Teori pemangku kepentingan adalah teori manajemen organisasi dan etika bisnis yang membahas modal dan nilai-nilai dalam mengelola organisasi. Edward Freeman dalam bukunya *Strategic Management: A Stakeholder Approach* mengidentifikasi dan memodelkan kelompok-kelompok yang merupakan pemangku kepentingan dari perusahaan. Dalam pandangan tradisional perusahaan, hanya pemegang saham yang penting bagi perusahaan, dan perusahaan mempunyai kewajiban fidusia yang mengikat untuk memenuhi kebutuhan mereka, yaitu meningkatkan nilai bagi pemegang saham. Namun teori pemangku kepentingan berpendapat bahwa ada pihak-pihak lain yang harus diperhatikan, termasuk karyawan, pelanggan, pemasok, pemodal, masyarakat, pemerintah, dan lain-lain (Freeman & McVea, 2001).

Eksistensi perusahaan tidak hanya untuk memaksimalkan kesejahteraan *shareholder*, tetapi juga melayani kepentingan *stakeholders* perusahaan. Teori *Stakeholder* telah menyatakan tidak hanya suatu entitas yang beroperasi untuk kepentingan sendiri tetapi juga harus banyak memberikan manfaat-manfaat bagi *stakeholdernya*. Oleh karena hal tersebut, maka keberadaan suatu perusahaan dapat dikatakan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Chariri & Ghazali, 2007).

Seharusnya tanggung jawab sosial yang terjadi pada perusahaan seharusnya

melampaui tindakan dengan memaksimalkan laba untuk kepentingan para pemegang saham (*stakeholder*), lebih luas lagi dikatakan bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh suatu perusahaan tidak terbatas tetapi juga harus memperhatikan kepentingan *stakeholder*, yaitu untuk semua pihak yang berkaitan atau klaim terhadap perusahaan. Mereka termasuk dalam pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat lokal, investor, karyawan, kelompok politik, dan asosiasi perdagangan. Seperti dengan para pemegang saham yang mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang telah dilakukan oleh manajemen perusahaan, *stakeholder* juga mempunyai hak terhadap perusahaan (Waryanti, 2009).

*Stakeholder* dapat melakukan pengendalian terhadap kemampuan mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan oleh perusahaan. Oleh karena itu, kekuatan *stakeholder* dapat ditentukan oleh besar kecilnya kekuatan yang dimiliki *stakeholder* atas sumber tersebut. Kekuatan (*power*) tersebut merupakan kemampuan-kemampuan yang dapat membatasi suatu pemakaian terhadap sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan mempengaruhi barang dan jasa yang telah dihasilkan oleh perusahaan (Chariri & Ghozali, 2007).

Berbagai macam cara yang telah dilakukan perusahaan untuk memajemen *stakeholdernya*, tergantung pada strategi yang diadopsi perusahaan. Organisasi dapat mengadopsi strategi aktif atau pasif. Suatu strategi akan lebih dikatakan aktif apabila suatu perusahaan tersebut telah berusaha sehingga mempengaruhi hubungan organisasinya dengan *stakeholder* yang dipandang akan berpengaruh/penting. Sedangkan perusahaan yang telah mengadopsi suatu strategi

yang pasif akan cenderung tidak terus menerus memonitor aktivitas *stakeholder* dan secara sengaja tidak mencari strategi optimal untuk menarik perhatian *stakeholder*. Akibat dari kurangnya kepedulian dan perhatian kepada *stakeholder* maka akan timbul rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial dan kinerja sosial pada perusahaan (Chariri & Ghazali, 2007).

### **2.1.2 Legitimacy Theory**

Teori legitimasi merupakan suatu teori yang pertama kali dicetuskan oleh Dowling & Pfeffer (1975) yang menyatakan bahwa organisasi akan terus berusaha untuk memastikan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batas-batas dan norma-norma masyarakat. Teori legitimasi ini berfokus pada interaksi perusahaan dengan masyarakat. Dimana teori ini mengartikan bahwa organisasi juga merupakan bagian dari masyarakat dimana suatu organisasi harus memperhatikan norma-norma yang berlaku dalam masyarakat sosial. Disebutkan pula bahwa teori ini dilakukan dengan harapan mendapatkan legitimasi dari masyarakat sekitar perusahaan agar operasional perusahaan dapat berjalan dengan baik. Chariri & Ghazali (2007) menyatakan bahwa teori yang mendasari legitimasi adalah kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber daya ekonomi.

Legitimasi itu sendiri merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok masyarakat yang sangat peka terhadap gejala-gejala lingkungan sekitarnya. Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan di masa yang akan datang. Hal ini dapat digunakan sebagai wahana untuk menyusun strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri dalam masyarakat yang semakin maju. Ciri-ciri

jika perusahaan atau organisasi telah dilegitimasi oleh masyarakat (*legitimacy*) sesuai dengan kerangka rasional dan legal di masyarakat.

Legitimasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan atau sesuatu yang diharapkan perusahaan dari masyarakat. Saat ini tuntutan perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial tetapi juga memiliki kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan karena perusahaan telah memperoleh manfaat dari pemanfaatan suatu sumber daya, sehingga keuntungan yang diperoleh kembali kepada masyarakat dan lingkungan. Selain itu, perusahaan secara tidak langsung dapat memperkuat legitimasi yang mereka dapatkan dari masyarakat dan berdampak pada nilai perusahaan di mata investor dan masyarakat luas dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial (Archel *et al.*, 2009).

### **2.1.3 Signalling Theory**

*Signaling theory* didasarkan pada asumsi bahwa informasi yang diterima oleh masing-masing pihak tidak sama. Teori ini berkaitan dengan asimetri informasi yang mana menunjukkan adanya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi. Untuk itu, manajer perlu memberikan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan melalui penerbitan laporan keuangan.

Signalling theory pertama kali disampaikan oleh Michael Spence pada tahun 1973 dalam jurnalnya yang berjudul "*Job Market Signaling*". *Signalling theory* adalah teori yang membahas tentang naik turunnya harga saham di pasar modal, sehingga akan memberi pengaruh terhadap keputusan investor. *Signalling theory* menjelaskan hubungan keputusan investor dengan masalah pengungkapan informasi oleh perusahaan, sebagai suatu pengumuman yang akan memberikan

sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. *Signalling theory* menekankan bahwa informasi yang diumumkan kepada publik baik yang bersifat negatif maupun positif akan memberikan pengaruh terhadap keputusan investor dalam berinvestasi, mereka akan bereaksi dengan berbagai cara dalam menanggapi sinyal tersebut (Fahmi, 2015).

Sejalan dengan itu, menurut Brigham & Houston (2015), isyarat atau signal yang diberikan dimaksudkan oleh pihak pengirim (pemilik informasi) untuk memberikan potongan informasi relevan agar dapat dimanfaatkan oleh pihak penerima. Pihak penerima kemudian akan menyesuaikan perilakunya sesuai dengan pemahamannya terhadap sinyal tersebut. Dengan kata lain, *signalling theory* menggambarkan peran signal yang diberikan oleh manajemen perusahaan kepada investor mengenai prospek perusahaan tersebut.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa *signalling theory* dapat digunakan dalam membahas naik turunnya harga saham dipasar modal, sehingga mempengaruhi pengambilan keputusan investasi. Tanggapan para investor terhadap sinyal positif dan negatif akan mempengaruhi kondisi pasar. Investor akan bereaksi dengan berbagai cara, seperti melihat dan menunggu perkembangan yang ada, kemudian baru mengambil keputusan.

#### **2.1.4 Corporate Social Responsibility (CSR)**

*Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat didefinisikan sebagai aksi kelanjutan dari tindakan sosial, di luar kepentingan perusahaan dan yang diwajibkan oleh hukum. CSR juga dapat dikatakan sebagai suatu pengembangan konsep yaitu "*The Triple Bottom Line*". Konsep yang telah dinyatakan dapat diartikan bahwa agar perusahaan dapat mempertahankan keberlangsungannya

maka perlu memperhatikan 3P, yaitu tidak hanya profit, namun juga mampu memberikan kontribusi kepada masyarakat (*people*) serta ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Penerapan CSR dapat dikatakan menjadi salah satu faktor-faktor yang dapat menarik minat para pemegang saham untuk berinvestasi.

Para investor akan lebih tertarik jika menanamkan sahamnya pada perusahaan yang menerapkan program CSR sebagai kegiatan usahanya. Hal ini didukung oleh penelitian Pflieger *et al.* (2005) yang telah menunjukkan bahwa usaha-usaha pelestarian di lingkungan perusahaan dapat mendatangkan beberapa keuntungan dan juga dampak positif bagi perusahaan, diantaranya adalah ketertarikan pemegang saham dan *stakeholder* terhadap keuntungan yang diperoleh perusahaan akibat pengelolaan lingkungan yang bertanggungjawab.

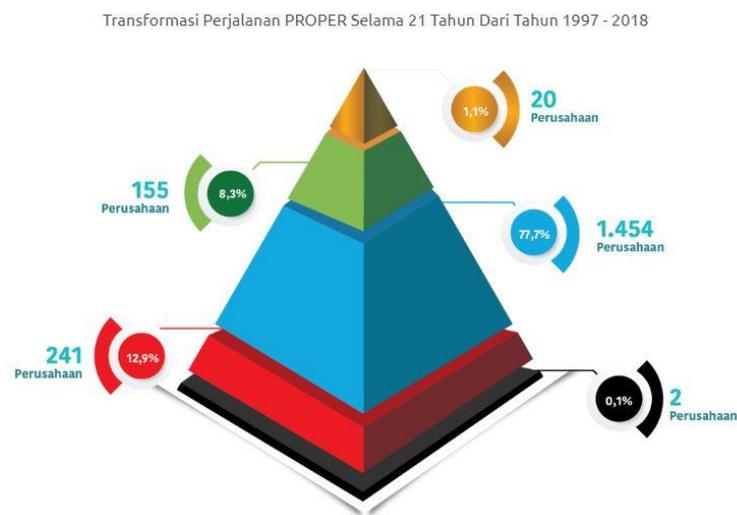
### **2.1.5 Kinerja Lingkungan**

Kinerja lingkungan perusahaan menurut Suratno *et al.* (2006) adalah kinerja pada perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*). Kinerja lingkungan merupakan kinerja yang memiliki tingkat fokus pada kegiatan perusahaan dalam melestarikan lingkungan dan mengurangi dampak lingkungan yang timbul akibat aktivitas perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik juga merupakan kabar baik (*good news*) bagi investor dan calon investor sehingga akan direspon secara positif oleh investor melalui fluktuasi harga saham perusahaan.

Sementara itu, pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan membuat kebijakan untuk menilai kinerja lingkungan dari setiap perusahaan dengan menggunakan PROPER. PROPER merupakan *Public Disclosure Program for Environmental Compliance*. PROPER bukan pengganti

instrumen penerapan konvensional yang ada, seperti penegakan hukum lingkungan perdata maupun pidana. Program ini merupakan komplementer dan bersinergi dengan instrumen penerapan lainnya. Dengan demikian upaya peningkatan kualitas lingkungan dapat dilaksanakan dengan lebih efisien dan efektif.

PROPER merupakan salah satu bentuk kebijakan pemerintah, untuk meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungan perusahaan sesuai dengan yang telah ditetapkan dalam peraturan perundangan-undangan. Selanjutnya PROPER juga merupakan perwujudan transparansi dan demokratisasi dalam pengelolaan lingkungan di Indonesia. Penerapan instrumen ini merupakan upaya Kementerian Negara Lingkungan Hidup untuk menerapkan sebagian dari prinsip-prinsip good governance (transparansi, berkeadilan, akuntabel, dan pelibatan masyarakat) dalam pengelolaan lingkungan. Penilaian kinerja lingkungan melalui PROPER skor dari peringkat yang diposisikan dengan angka 5-1. Peringkat PROPER dikategorikan menjadi 5 peringkat warna yaitu emas, hijau, biru, merah dan hitam.



**Gambar 2.1 Peingkat Penilaian PROPER**

Sumber: PROPER (<https://proper.menlhk.go.id/proper/home>) (2022)

### 2.1.6 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar, seperti halnya penelitian yang pernah dilakukan oleh Nurlela & Islahuddin (2008), karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para professional. Para professional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris (Nurlela & Islahuddin, 2008).

Samuel (2000) dalam Nurlela & Islahuddin (2008) menjelaskan bahwa *enterprise value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan Wahyudi (2005) dalam Nurlela & Islahuddin (2008) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut dijual.

Pada dasarnya tujuan manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Akan tetapi di balik tujuan tersebut masih terdapat konflik antara pemilik perusahaan dengan penyedia dana sebagai kreditur. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat, sedangkan nilai hutang perusahaan dalam bentuk obligasi tidak terpengaruh sama sekali. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai dari saham kepemilikan bisa merupakan indeks yang tepat untuk mengukur tingkat efektifitas perusahaan. Berdasarkan alasan itulah, maka tujuan manajemen keuangan dinyatakan dalam bentuk maksimalisasi nilai saham

kepemilikan perusahaan, atau memaksimalkan harga saham.

Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Gapensi, 1996 dalam Wahidahwati, 2002).

### **2.1.7 Profitabilitas**

Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas (Heinze, 1976 dalam Florence & Zulaikha, 2004). Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah menjadi postulat (anggapan dasar) untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Bowman & Haire, 1976 dan Preston, 1978, Hackston & Milne, 1996 dalam Anggraini, 2006).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mencerminkan suatu pendekatan manajemen adaptif dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan multidimensional serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, keterampilan manajemen perlu dipertimbangkan untuk *survive* dalam lingkungan perusahaan masa kini (Cowen, *et al.*, 1987 dalam Florence & Zulaikha, 2004).

Menurut Petronila dan Mukhlisin (2003) dalam Wahidahwati (2002) profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Ukuran profitabilitas dapat berbagai macam seperti : laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Ang (1997) dalam Wahidahwati (2002) mengungkapkan bahwa rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. Para manajer tidak hanya mendapatkan dividen, tapi juga akan memperoleh *power* yang lebih besar dalam menentukan kebijakan perusahaan. Dengan demikian semakin besar dividen (*dividend payout*) akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer (*insider*) menjadi meningkat powernya bahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan dividen sebagai hasil keuntungan yang tinggi. Jadi, profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Agustina (2013)	Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan ( Studi Empiris pada Perusahaan	Variabel Independen: Profitabilitas dan Pengungkapan CSR	Profitabilitas yang diprosikan dengan ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pangungkapan

No	Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan	corporate social responsibility berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
2.	Satria & Daljono (2014)	Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011)	Variabel Independen: Corporate Social Responsibility  Variabel Dependen: Kinerja Keuangan Perusahaan	CSR berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan (ROA). Kedua penelitian ini menemukan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas masa depan perusahaan (Tobins Q).
3.	Yuniasih & Wirakusuma (2009)	Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance sebagai Variabel Pemoderasi	Variabel Independen: Kinerja Keuangan (ROA)  Variabel Dependen: Nilai Perusahaan (Tobin's Q)  Variabel Moderasi: Kepemilikan Manajerial dan Pengungkapan CSR.	ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan . Pengungkapan CSR terbukti mampu memoderasi pada hubungan ROA dan nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial tidak terbukti mampu memoderasi hubungan antara ROA dan Nilai Perusahaan.

No	Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
4.	Kusumadilaga (2010)	Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating.	Variabel Independen: Corporate Social Responsibility  Variabel Dependen: Profitabilitas	CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
5.	Haryono & Iskandar (2015)	Corporate Social Performance and Firm Value	Variabel Independen: Corporate Social Performance  Variabel Dependen: Firm Value	CSP berpengaruh signifikan terhadap Firm risk.
6.	Yuliza, Ramona, & Afriyanto (2017)	Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating	Variabel Independen: Corporate Social Responsibility  Variabel Dependen: Profitabilitas dan Nilai Perusahaan	Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas memperkuat pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan.

Sumber : Agustina (2013); Satria & Daljono (2014); Yuniasih & Wirakusuma (2009); Kusumadilaga (2010); Haryono & Iskandar (2015); dan Yuliza, Ramona, & Afriyanto (2017)

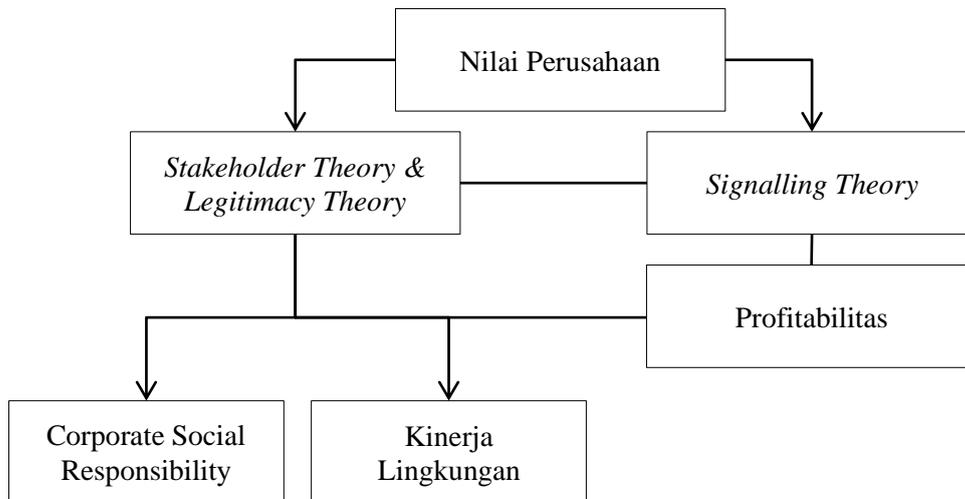
### 2.3 Kerangka Konsep

Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar untuk menilai kinerja perusahaan secara keseluruhan. Perusahaan sendiri dapat melakukan pengungkapan berbagai informasi kepada publik sebagai bentuk transparansi dalam pengelolaan perusahaan

guna mempengaruhi keputusan investor sebelum berinvestasi, yang dikenal sebagai *signalling theory*. Sementara itu, beberapa hal yang cukup penting untuk diungkapkan perusahaan kepada publik saat ini adalah informasi mengenai kegiatan CSR dan kinerja lingkungan perusahaan.

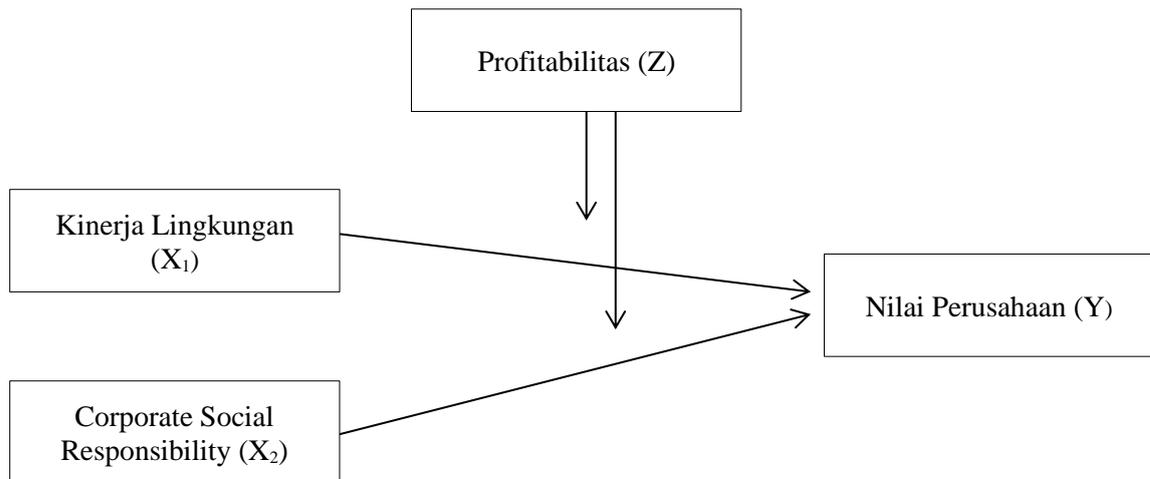
Garis besar dari pengungkapan informasi ini adalah *stakeholder theory* yang menyatakan bahwa suatu entitas tidak lagi hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri tetapi juga harus banyak memberikan manfaat-manfaat bagi *stakeholdernya*, yaitu termasuk karyawan, pelanggan, pemasok, pemodal, masyarakat, pemerintah, dan lain-lain serta *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa terdapat kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat untuk menjalankan berbagai kegiatan operasional perusahaan sesuai dengan batas-batas dan norma-norma masyarakat yang berlaku di tempat perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber daya ekonomi.

Selain itu, profitabilitas perusahaan merupakan sumber dana utama untuk menjalankan berbagai kegiatan CSR dan perbaikan lingkungan sehingga dapat memperkuat peran CSR dan kinerja lingkungan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Namun peningkatan profitabilitas juga merupakan sinyal positif bagi investor yang menunjukkan bahwa perusahaan semakin efisien dalam memanfaatkan modal untuk memperoleh laba, yang menyebabkan permintaan kepemilikan saham meningkat dan meningkatkan nilai perusahaan secara langsung. Untuk mempermudah pemahaman dan pelaksanaan penelitian ini, maka dibuat kerangka konsep penelitian sebagai berikut:



**Gambar 2.2 Kerangka Konsep Penelitian**

Sementara itu, berdasarkan kerangka konsep penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka ditetapkan model penelitian yang digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2.3 Model Penelitian**

## 2.4 Pengembangan Hipotesis

### 2.4.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Teori *stakeholder* telah menyatakan bahwa eksistensi dari suatu perusahaan tidak hanya untuk memaksimalkan kesejahteraan *shareholdernya*, tetapi juga harus banyak memberikan manfaat-manfaat bagi *stakeholdernya*. Oleh karena hal tersebut, maka keberadaan suatu perusahaan dapat dikatakan sangat dipengaruhi

oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Chariri & Ghozali, 2007).

Chen & Hsun Lee (2017) percaya bahwa CSR dapat digunakan secara strategis untuk menumbuhkan nilai perusahaan dan menghilangkan risiko bagi perusahaan; namun, CSR dapat juga mengurangi nilai perusahaan dengan meningkatkan biaya dan mengalihkan fokus dari tujuan operasional perusahaan sebenarnya. Dari sudut pandang afirmatif, dampak dari kinerja sosial yang kuat mengarah pada hasil keuangan yang lebih kuat. Dengan meningkatkannya reputasi bisnis mereka, perusahaan dapat mengurangi risiko komersial dan mendapatkan lebih banyak dukungan dari pemerintah sebagai regulator, yang menarik lebih banyak investasi dan memenuhi harapan berbagai pemangku kepentingan, sehingga meningkatkan kinerja keuangan. Penelitian Nurhudha & Suwarti (2015) dan Putra (2017) menunjukkan bahwa peningkatan pengeluaran dana CSR berpengaruh signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Sehingga ditetapkan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

#### **2.4.2 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan**

Teori *stakeholder* telah menyatakan bahwa eksistensi dari suatu perusahaan tidak hanya untuk memaksimalkan kesejahteraan *shareholdernya*, tetapi juga harus banyak memberikan manfaat-manfaat bagi *stakeholdernya*. Oleh karena hal tersebut, maka keberadaan suatu perusahaan dapat dikatakan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut

(Chariri & Ghozali, 2007).

Menurut Varecchia (1983) dalam Suratno *et al.* (2006), pemerhati lingkungan percaya bahwa perusahaan yang mengungkapkan kinerja lingkungannya dengan baik menggambarkan *good news* bagi pelaku pasar, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Penelitian Nurhudha & Suwarti (2015) menunjukkan bahwa perbaikan pada kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Sehingga ditetapkan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>2</sub> : Kinerja Lingkungan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

#### **2.4.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Hubungan *Corporate Social Responsibility* Dan Nilai Perusahaan**

Transparansi perusahaan sering dilakukan melalui pengungkapan secara sukarela terkait kegiatan CSR yang akan mengurangi asimetri informasi antara orang dalam dan orang luar perusahaan. Dengan demikian, nilai perusahaan akan meningkat ketika pemantauan terhadap kegiatan CSR secara efektif dapat melibatkan pihak eksternal. Dengan adanya kegiatan CSR akan memberikan keberlanjutan jangka panjang bagi perusahaan. Selanjutnya, harga saham meningkat, yang merupakan cerminan dari peningkatan nilai perusahaan.

Pelaksanaan CSR tidak lepas dari profitabilitas perusahaan sebagai sumber dana, sehingga tingginya profitabilitas akan memperkuat pelaksanaan CSR yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Titisari & Utama, 2022). Namun peningkatan profitabilitas adalah sinyal positif bagi investor yang menunjukkan bahwa perusahaan semakin efisien dalam memanfaatkan modal untuk memperoleh laba, yang menyebabkan permintaan kepemilikan saham

meningkat dan meningkatkan nilai perusahaan (Spence dalam Fahmi, 2015). Hasil penelitian Mandasari *et al.* (2013) menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki peran untuk memoderasi pengaruh CSR terhadap peningkatan nilai perusahaan. Sehingga ditetapkan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>3</sub> : Profitabilitas memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan.

#### **2.4.4 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Hubungan Kinerja Lingkungan Dan Nilai Perusahaan**

Belakangan ini, sejumlah besar calon investor mulai mempertimbangkan gagasan terkait tanggung jawab sosial perusahaan. Namun demikian, perdebatan apakah terdapat nilai tambah akibat pertimbangan perusahaan terhadap lingkungan masih terus berlangsung. Satu sisi percaya bahwa setiap upaya untuk meningkatkan kinerja sosial atau lingkungan akan berakibat pada nilai saham yang berkurang. Pemikiran umumnya adalah bahwa biaya perusahaan untuk mematuhi standar etika tersebut akan menyebabkan harga produk yang lebih tinggi yang akan menempatkan perusahaan tersebut pada posisi yang kurang menguntungkan dalam industri, yang mengarah ke profitabilitas yang lebih rendah (Walley & Whitehead, 1994).

Kelompok lain berpendapat bahwa strategi peningkatan kinerja sosial atau lingkungan dapat meningkatkan efisiensi output perusahaan atau bahkan menciptakan ceruk pasar. Mereka menegaskan bahwa peningkatan kinerja lingkungan akan mengarah pada penggunaan sumber daya organisasi yang hemat biaya sehingga bisnis yang bertanggung jawab terhadap lingkungan akan dapat melaporkan keuntungan yang lebih tinggi yang mengarah pada peningkatan nilai

daripada perusahaan yang kurang bertanggung jawab (Porter & Van der Linde, 1995).

Namun peningkatan profitabilitas adalah sinyal positif bagi investor yang menunjukkan bahwa perusahaan semakin efisien dalam memanfaatkan modal untuk memperoleh laba, yang menyebabkan permintaan kepemilikan saham meningkat dan meningkatkan nilai perusahaan (Spence dalam Fahmi, 2015). Hasil penelitian Osazuwa & Che-Ahmad (2016) menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki peran untuk memoderasi pengaruh kinerja lingkungan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Sehingga ditetapkan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>4</sub> : Profitabilitas memoderasi hubungan Kinerja Lingkungan dan Nilai Perusahaan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

##### **3.1.1 Variabel Penelitian**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen, variabel independen, dan variabel *moderating*.

1. Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Penelitian ini menggunakan variabel *corporate social responsibility* dan kinerja lingkungan sebagai variabel independen.
2. Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Penelitian ini menggunakan variabel nilai perusahaan sebagai variabel independen.
3. Variabel *moderating* adalah variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dan variabel dependen. Penelitian ini menggunakan variabel profitabilitas sebagai variabel *moderating*.

##### **3.1.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari yang masing-masing didefinisikan sebagai berikut:

###### **1. *Corporate Social Responsibility***

*Corporate Social Responsibility* (CSR) atau pertanggungjawaban sosial perusahaan didefinisikan sebagai aksi yang muncul sebagai lanjutan dari tindakan sosial di luar kepentingan perusahaan dan yang diwajibkan oleh hukum yang dilakukan oleh perusahaan pertambangan terdaftar di BEI tahun 2016-2020. CSR

diukur dengan menggunakan nilai total pengeluaran perusahaan untuk kegiatan CSR perusahaan dalam satu periode akuntansi.

## **2. Kinerja Lingkungan**

Kinerja lingkungan merupakan kinerja perusahaan pertambangan terdaftar di BEI tahun 2016-2020, yang berfokus pada kegiatan perusahaan dalam melestarikan lingkungan dan mengurangi dampak lingkungan yang timbul akibat aktivitas perusahaan. Kinerja lingkungan diukur dengan menggunakan nilai PROPER yang dikeluarkan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan setiap tahunnya.

## **3. Profitabilitas**

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan pertambangan terdaftar di BEI tahun 2016-2020 dalam menghasilkan keuntungan yang diukur dengan menggunakan ROA (*Return on Assets*), yaitu rasio yang menunjukkan perbandingan antara laba bersih setelah pajak perusahaan dengan seluruh aset yang digunakan perusahaan dalam satu periode akuntansi.

## **4. Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan adalah pandangan investor terhadap level keberhasilan perusahaan pertambangan terdaftar di BEI tahun 2016-2020 yang diukur dengan menggunakan Tobin's Q, yaitu rasio ini dikembangkan oleh Tobin (1967). Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental. Jika rasio Q di atas satu, ini menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini

akan merangsang investasi baru. Jika rasio Q dibawah satu, investasi dalam aktiva tidaklah menarik (Herawaty, 2008).

**Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Defenisi Operasioanl</b>	<b>Indikator Pengukuran Variabel</b>
CSR	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) atau pertanggungjawaban sosial perusahaan didefenisikan sebagai aksi yang muncul sebagai lanjutan dari tindakan sosial di luar kepentingan perusahaan dan yang diwajibkan oleh hukum.	$CSRDi = \frac{\sum x_{yi}}{n_i}$ <p>CSRDi : Corporate Social Responsibility Disclouser Index perusahaan i.  <math>x_{yi}</math> : Jumlah item yang diharapkan oleh perusahaan (nilai 1,jika item y diungkapkan ; nilai 0,jika item y tidak diungkapkan)  <math>n_i</math> : Jumlah item yang diungkapkan untuk perusahaan berdasarkan standar GRI.  <i>Sumber: Agustina (2013)</i></p>
Kinerja Lingkungan	Kinerja lingkungan merupakan kinerja perusahaan yang berfokus pada kegiatan perusahaan dalam melestarikan lingkungan dan mengurangi dampak lingkungan yang timbul akibat aktivitas perusahaan.	Penilaian kinerja lingkungan melalui PROPER skor dari peringkat yang diposisikan dengan angka 5-1. Peringkat PROPER dikategorikan menjadi 5 peringkat warna yaitu emas, hijau, biru, merah dan hitam. <i>Sumber: Agustina (2013)</i>
Nilai Perusahaan	Nilai Perusahaan didefenisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimal apabila harga saham perusahaan meningkat.	$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$ <p>Keterangan:  Q = Nilai Perusahaan  EMV = Nilai Pasar Ekuitas  D = Nilai buku dari total hutang  EBV = Nilai buku dari total ekuitas  <i>Sumber : Satria &amp; Daljono (2014)</i></p>

Profitabilitas	Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang diukur dengan menggunakan ROA (Return on Assets).	$ROA = \frac{EAT}{\text{Total Aset}}$ Keterangan: ROA = Rasio Profitabilitas EAT = Laba Bersih Setelah Pajak Total Aset = Total Aset <i>Sumber</i> : Yuniasih & Wirakusuma (2009)
----------------	---	---

Sumber : Data Olahan (2022)

## 3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

### 3.2.1 Populasi penelitian

Sugiyono (2013) mendefinisikan populasi sebagai suatu generalisasi yang terdiri atas obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan Arikunto (2013) berpendapat bahwa populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor pertambangan terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 43 Perusahaan sebagai berikut:

**Tabel 3.2 Populasi Penelitian**

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ADRO	PT Adaro Energy Tbk
2	ANTM	PT Aneka Tambang Tbk
3	APEX	PT Apexindo Pratama Duta Tbk
4	ARII	PT Atlas Resources Tbk
5	ARTI	PT Ratu Prabu Energi Tbk
6	ATPK	PT Bara Jaya Internasional Tbk
7	BIPI	PT Astrindo Nusantara Infrastruktur Tbk
8	BORN	PT Borneo Olah Sarana Sukses Tbk
9	BSSR	PT Baramulti Suksessarana Tbk
10	BUMI	PT Bumi Resources Tbk
11	BYAN	PT Bayan Resources Tbk
12	CITA	PT Cita Mineral Investindo Tbk

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
13	CKRA	PT Cakra Mineral Tbk
14	CTTH	PT Citatah Tbk
15	DEWA	PT Darma Henwa Tbk
16	DKFT	PT Central Omega Resources Tbk
17	DOID	PT Delta Dunia Makmur Tbk
18	DSSA	PT Dian Swastatika Sentosa Tbk
19	ELSA	PT Elnusa Tbk
20	ENRG	PT Energi Mega Persada Tbk
21	ESSA	PT Surya Esa Perkasa Tbk
22	GEMS	PT Golden Energy Mines Tbk
23	GTBO	PT Garda Tujuh Buana Tbk
24	HRUM	PT Harum Energy Tbk
25	INCO	PT Vale Indonesia Tbk
26	INDY	PT Indika Energy Tbk
27	ITMG	PT Indo Tambangraya Megah Tbk
28	KKGI	PT Resource Alam Indonesia Tbk
29	MBAP	PT Mitrabara Adiperdana Tbk
30	MDKA	PT Merdeka Copper Gold Tbk
31	MEDC	PT Medco Energi Internasional Tbk
32	MITI	PT Mitra Investindo Tbk
33	MYOH	PT Samindo Resources Tbk
34	PKPK	PT Perdana Karya Perkasa Tbk
35	PSAB	PT J Resources Asia Pasifik Tbk
36	PTBA	PT Bukit Asam Tbk
37	PTRO	PT Petrosea Tbk
38	RUIS	PT Radiant Utama Interinsco Tbk
39	SIAP	PT Asiaplast Industries Tbk
40	SMMT	PT Golden Eagle Energy Tbk
41	SMRU	PT SMR Utama Tbk
42	TINS	PT Timah Tbk
43	TOBA	PT TBS Energi Utama Tbk

Sumber : Bursa Efek Indonesia (2022)

Adapun pengertian sampel penelitian menurut Sugiyono (2013) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Sedangkan Arikunto (2013) mendefinisikan sampel sebagai sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Pengambilan sampel diambil dengan metode *purposive sampling* dengan tujuan mendapatkan sampel yang representatif. Dalam penelitian ini adapun sampel yang diambil harus memenuhi kriteria-kriteria yang ditetapkan peneliti dalam pengambilan sampel, yaitu:

**Tabel 3.3 Kriteria Sampel**

No	Keterangan	Jumlah
1	Jumlah populasi perusahaan sektor pertambangan terdaftar di BEI	43
2	Perusahaan sektor pertambangan terdaftar di BEI yang mengalami <i>delisting</i> pada periode 2016-2020	(6)
3	Perusahaan sektor pertambangan terdaftar di BEI yang tidak mempublikasikan laporan keuangan secara lengkap selama periode 2016-2020	0
4	Perusahaan sektor pertambangan terdaftar di BEI yang tidak menyertakan peringkat PROPER pada laporan tahunannya selama periode 2016-2020	0
5	Perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI yang tidak menyertakan realisasi dana CSR pada laporan tahunannya selama periode 2016-2020	(21)
<b>Jumlah Perusahaan Sektor Pertambangan Terdaftar di BEI yang Menjadi Sampel Penelitian</b>		<b>16</b>

Sumber : Data Olahan (2022)

Berdasarkan kriteria diatas diperoleh sampel sebanyak 16 perusahaan dengan periode penelitian selama 5 tahun sehingga jumlah keseluruhan data yang diteliti adalah sebanyak 80. Adapun perusahaan sektor pertambangan terdaftar di BEI yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.4 Sampel Penelitian**

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ADRO	PT Adaro Energy Tbk
2	ANTM	PT Aneka Tambang Tbk
3	BIPI	PT Astrindo Nusantara Infrastruktur Tbk
4	BSSR	PT Baramulti Suksessarana Tbk

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
5	BUMI	PT Bumi Resources Tbk
6	BYAN	PT Bayan Resources Tbk
7	CTTH	PT Citatah Tbk
8	ENRG	PT Energi Mega Persada Tbk
9	GEMS	PT Golden Energy Mines Tbk
10	HRUM	PT Harum Energy Tbk
11	KKGI	PT Resource Alam Indonesia Tbk
12	MYOH	PT Samindo Resources Tbk
13	PTBA	PT Bukit Asam Tbk
15	SMMT	PT Golden Eagle Energy Tbk
15	SMRU	PT SMR Utama Tbk
16	TINS	PT Timah Tbk

Sumber : Data Olahan (2022)

### 3.2.2 Sampel penelitian

Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Adapun kriteria sampel yang akan digunakan yaitu :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI untuk tahun 2016-2020.
2. Perusahaan yang mempublikasikan CSR dalam laporan tahunan di tahun 2016-2020.
3. Perusahaan yang mengikuti program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER).

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data kuantitatif yang diperoleh dari pojok BEI. Sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan untuk periode 2016-2020.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menelusuri laporan tahunan yang terpilih menjadi sampel. Sebagai panduan, digunakan instrumen penelitian berupa check list atau daftar pertanyaan-pertanyaan yang berisi item-item pengungkapan pertanggung jawaban sosial.

### 3.5 Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian dilakukan menggunakan bantuan program SPSS versi 22. Adapun metode analisis yang dilakukan adalah sebagai berikut:

#### 3.5.1 Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis baik secara parsial maupun secara bersama-sama, dilakukan setelah model regresi yang digunakan bebas dari pelanggaran asumsi klasik. Tujuannya adalah agar hasil penelitian dapat diinterpretasikan secara tepat dan efisien. Persamaan regresi linier dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Sharma *et al.*, 1981):

$$\text{Persamaan I} \quad Y = \alpha_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + e$$

$$\text{Persamaan II} \quad Y = \alpha_1 + \beta_4 X_1 + \beta_5 X_2 + \beta_6 Z + \beta_7 (X_1 * Z) + \beta_8 (X_2 * Z) + e$$

Dimana:

Y : Nilai Perusahaan

X<sub>1</sub> : *Corporate Social Responsibility*

X<sub>2</sub> : Kinerja Lingkungan

Z : Profitabilitas

X<sub>1</sub>\*Z : Interaksi *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas

X<sub>2</sub>\*Z : Interaksi Kinerja Lingkungan dan Profitabilitas

α : Konstanta

$\beta$  : Koefisien Regresi

$e$  : *error*

### 3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Model kuadrat terkecil di bangun dengan berdasarkan asumsi-asumsi tertentu. Dengan asumsi-asumsi tersebut, model kuadrat terkecil memiliki sifat ideal dengan teorema Gauss-Markov. Metode kuadrat terkecil akan menghasilkan estimator yang mempunyai sifat tidak bias, linier dan mempunyai varian yang minimum (*Best Linear Unbiased Estimators*). Sebelum melakukan analisis regresi, model persamaan harus memenuhi asumsi-asumsi OLS yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan autokorelasi (Widarjono, 2013).

#### 1. Uji Normalitas

Menurut Gujarati & Porter (2013), uji normalitas mempunyai tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model dengan distribusi residual yang normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test*. Jika nilai signifikansi pada hasil *Kolmogorov-Smirnov Test* lebih besar dari 0,05 maka residual pada model regresi telah berdistribusi normal.

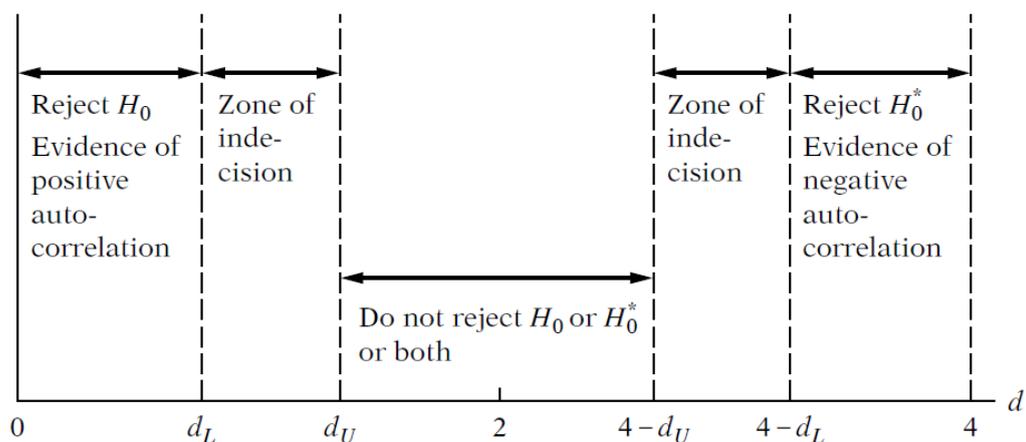
#### 2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi menunjukkan adanya hubungan antar variabel bebas atau independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi diantara variabel independennya. Jika terjadi multikolinearitas dalam model, estimator masih bersifat *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE) namun estimator mempunyai varian dan

kovarian yang besar sehingga sulit didapatkan estimasi yang tepat (Widarjono, 2013). Pengujian terhadap gejala multikolinearitas dapat dilakukan dengan menghitung *Variance Inflation Factor* (VIF) dari hasil estimasi. jika  $VIF < 10$  maka antara variabel independen tidak memiliki hubungan yang linier atau tidak terdapat gejala multikolinearitas pada model regresi yang terbentuk.

### 3. Uji Autokorelasi

Menurut (Widarjono, 2013), uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara variabel pengganggu satu observasi dengan observasi lain atau dikenal dengan istilah autokorelasi. Masalah ini disebabkan residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (*time-series*) yang menunjukkan adanya kesamaan pergerakan naik dan turun. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan *Durbin-Watson Test*. Dimana pengambilan keputusan ada tidaknya gejala autokorelasi pada model regresi dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut ini:



Legend

$H_0$ : No positive autocorrelation

$H_0^*$ : No negative autocorrelation

### Gambar 3.1 *Durbin-Watson Test*

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah kondisi dimana varian dari nilai sisa adalah tidak sama (*unequal*) antara satu observer dengan observer lainnya. Jika varian dan nilai sisa sama (*equal*) antara satu observer dengan observer lainnya, maka kondisi ini disebut kondisi homoskedastisitas. Regresi yang baik adalah regresi yang berada dalam posisi homoskedastisitas. Variabel dinyatakan dalam posisi tidak terjadi heteroskedastisitas jika penyebaran titik-titik observer di atas dan atau di bawah angka nol pada sumbu Y mengarah kepada satu pola yang tidak jelas (Gani & Amalia, 2015).

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Glejser Test*. Pada *Glejser Test*, nilai absolut residual diregresi dengan variabel independen. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi absolut residual, maka terdapat indikasi terjadinya heteroskedastisitas pada model regresi.

#### 3.5.3 Pengujian Hipotesis

##### 1. Uji F

Uji F digunakan untuk menilai kelayakan model regresi yang telah terbentuk. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Disetujui dan tidak disetujuinya hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika angka signifikansi  $F < 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa model regresi yang terbentuk telah layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis.
- b. Jika angka signifikansi  $F > 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa model regresi yang terbentuk tidak layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis.

## 2. Uji T

Uji T menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Disetujui dan tidak disetujuinya hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi  $< 0.05$  maka  $H_a$  didukung dan  $H_o$  tidak didukung. Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_o$  didukung dan  $H_a$  tidak didukung. Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh tidak signifikansi terhadap variabel dependen.

## 3. Uji Moderasi

Untuk menilai pengaruh interaksi antara variabel independen dan variabel moderasi terhadap variabel dependen, hasil analisis regresi diinterpretasikan dengan menggunakan pendekatan *Moderated Regression Analysis* sebagai berikut (Sharma *et al.*, 1981):

- a. Bila nilai  $\beta_2$  atau  $\beta_3$  (*Corporate Social Responsibility* atau Kinerja Lingkungan) pada persamaan I berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, dan nilai  $\beta_7$  atau  $\beta_8$  (Interaksi *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas atau Kinerja Lingkungan dan Profitabilitas) pada persamaan II juga berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, maka Profitabilitas merupakan *quasi moderator* (moderasi semu) yang

memoderasi pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan atau Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan sekaligus mempengaruhi Nilai Perusahaan secara langsung.

- b. Bila nilai  $\beta_2$  atau  $\beta_3$  (*Corporate Social Responsibility* atau Kinerja Lingkungan) pada persamaan I berpengaruh tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, namun nilai  $\beta_7$  atau  $\beta_8$  (Interaksi *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas atau Kinerja Lingkungan dan Profitabilitas) pada persamaan II berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, maka Profitabilitas merupakan *pure moderator* (moderasi murni) yang memoderasi pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan atau Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan tanpa mempengaruhi Nilai Perusahaan secara langsung.
- c. Bila nilai  $\beta_4$  (Profitabilitas) pada persamaan I berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, namun nilai  $\beta_7$  atau  $\beta_8$  (Interaksi *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas atau Kinerja Lingkungan dan Profitabilitas) pada persamaan II berpengaruh tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, maka Profitabilitas bukan merupakan variabel moderasi, melainkan variabel independen yang mempengaruhi Nilai Perusahaan secara langsung.
- d. Bila nilai  $\beta_4$  (Profitabilitas) pada persamaan I berpengaruh tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, dan nilai  $\beta_7$  atau  $\beta_8$  (Interaksi *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas atau Kinerja Lingkungan dan Profitabilitas) pada persamaan II juga berpengaruh tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, maka Profitabilitas merupakan *homologizer moderator*

(moderasi potensial) yang berpotensi memoderasi pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan atau Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan. Jika terdapat perubahan pada nilai  $R^2$  maka Profitabilitas merupakan variabel moderasi namun sebaliknya jika tidak terdapat perubahan pada nilai  $R^2$  maka Profitabilitas bukan merupakan variabel moderasi.

## BAB IV

### HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Analisis

##### 4.1.1 Analisis Statistik Deskriptif

Hasil deskripsi data dari masing-masing variabel berdasarkan nilai minimum, maksimum dan nilai rata-ratanya disajikan sebagai berikut:

**Tabel 4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics				
Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean
X1 Kinerja Lingkungan	80	-41.59	45.56	6.2499
X2 CSR	80	3.00	5.00	3.4500
Z Profitabilitas	80	18.47	26.51	22.6156
Y Nilai Perusahaan	80	.65	4.61	1.4452
Valid N (listwise)	80			

Sumber: Data Olahan (2022)

Dari hasil analisis, masing-masing variabel dapat dideskripsikan sebagai berikut:

1. Variabel kinerja lingkungan memiliki nilai minimum sebesar -41.59 dan nilai maksimum sebesar 45.56, serta nilai rata-rata sebesar 6.2499 . Yang artinya rata-rata perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia memiliki kinerja lingkungan dengan peringkat hijau (pembulatan 3,54 menjadi 4). Sementara itu perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia memiliki kinerja lingkungan terendah dengan peringkat biru (3) dan kinerja lingkungan tertinggi dengan peringkat emas (5).
2. Variabel *corporate social responsibility* memiliki nilai minimum sebesar 3.00 dan nilai maksimum sebesar 5.00, serta nilai rata-rata sebesar 3.4500. Yang

artinya rata-rata perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia mengeluarkan dana CSR sebesar Rp 9.456.800.980 ( $e^{22,97}$ ). Sementara itu perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia mengeluarkan dana CSR terendah sebesar Rp 106.111.395 ( $e^{18,48}$ ) dan mengeluarkan dana CSR tertinggi sebesar Rp 325.946.795.000 ( $e^{26,51}$ ).

3. Variabel profitabilitas memiliki nilai minimum sebesar 18,47 dan nilai maksimum sebesar 26,51, serta nilai rata-rata sebesar 22,61. Yang artinya rata-rata perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia memiliki kemampuan menghasilkan laba bersih sebesar 9,85% dari total asetnya. Sementara itu perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia memiliki kemampuan menghasilkan laba bersih terendah sebesar 0,22% dari total asetnya dan kemampuan menghasilkan laba bersih tertinggi sebesar 45,56% dari total asetnya.
4. Variabel nilai perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 0,65 dan nilai maksimum sebesar 4,61, serta nilai rata-rata sebesar 1,44. Yang artinya rata-rata perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia memiliki nilai pasar 1,40 kali dari nilai buku perusahaannya. Sementara itu perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia memiliki nilai pasar terendah sebesar 0,65 kali dari nilai buku perusahaannya dan nilai pasar tertinggi sebesar 4,39 kali dari nilai buku perusahaannya.

#### **4.1.2 Pengujian Asumsi Klasik**

##### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi,

residual yang dihasilkan model memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang residualnya berdistribusi normal. Berikut ini disajikan hasil uji normalitas pada persamaan I dan II.

**Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas Persamaan I**

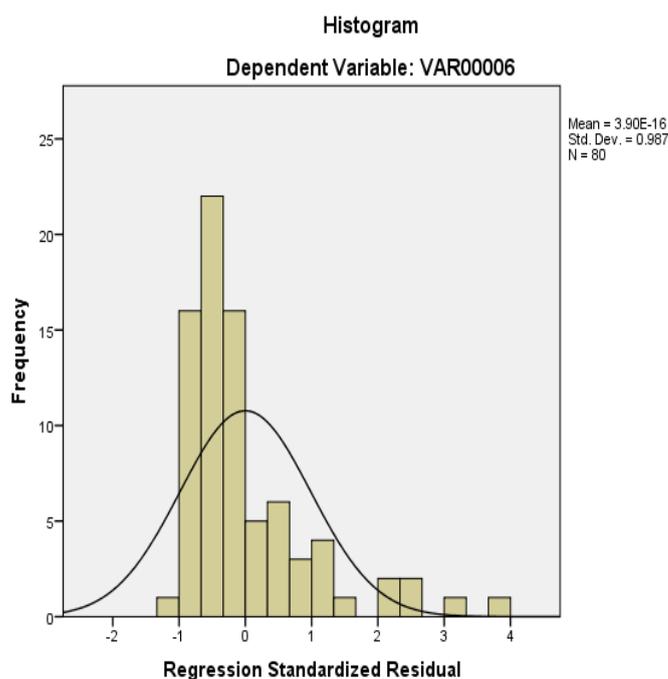
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.82528272
Most Extreme Differences	Absolute	.231
	Positive	.231
	Negative	-.160
Test Statistic		.231
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 <sup>c</sup>

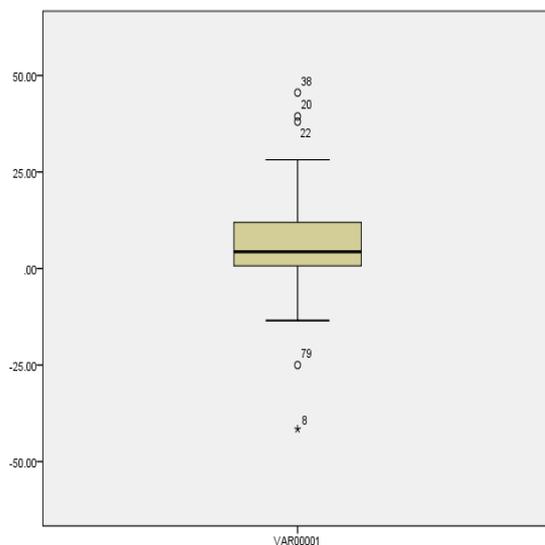
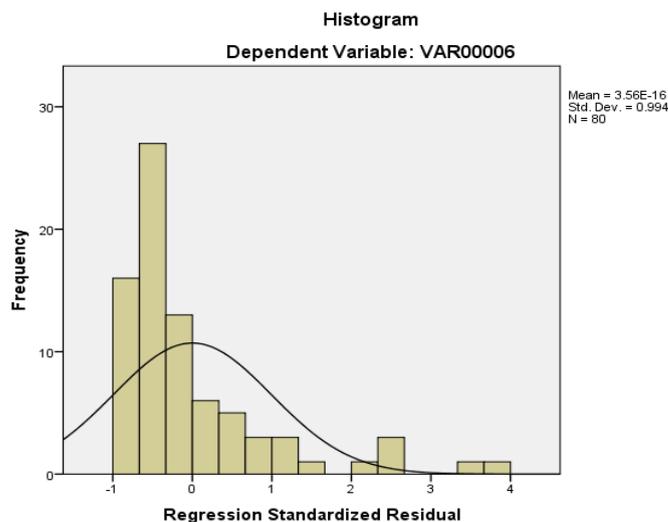
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Olahan (2022)



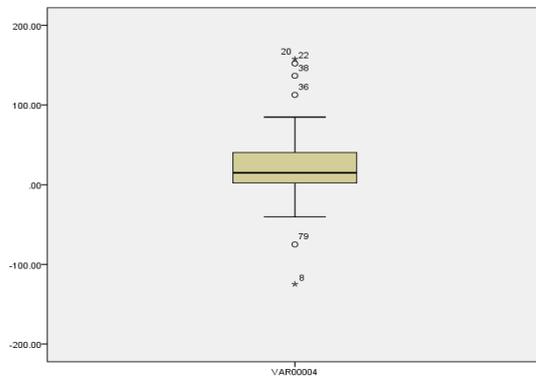
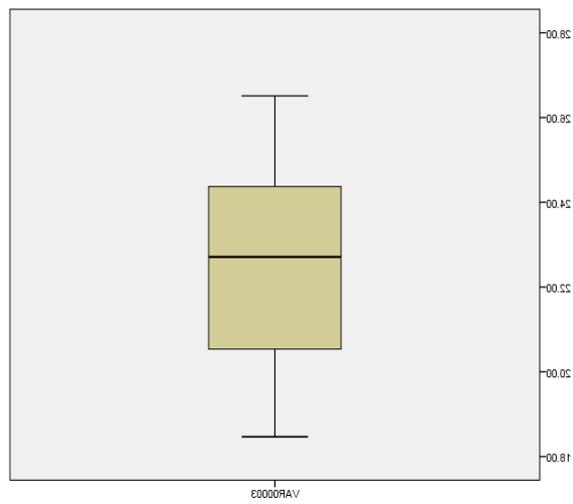
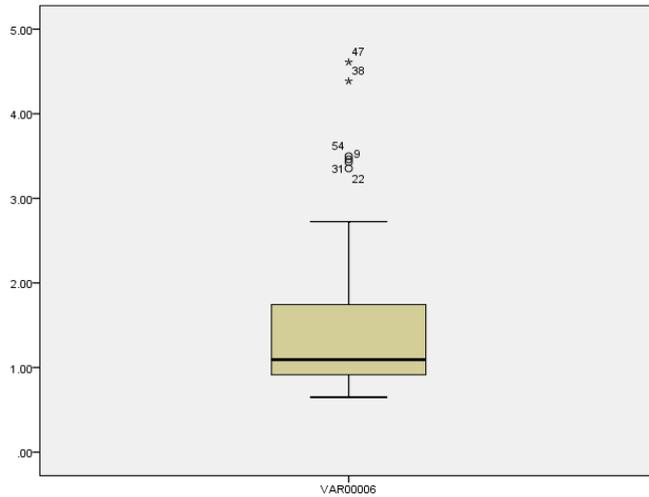


Sumber: Data Olahan (2022)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel di atas, *Asymp. Sig.(2-tailed)* .000 yang mana lebih kecil dari nilai signifikansi sebesar 0,05 sehingga dengan hal ini menampilkan data yang tidak terdistribusi secara normal dan perlu dilakukan outlier data. Outlier data merupakan data yang memiliki karakteristik unik dimana data tersebut terlihat sangat berbeda jauh dari observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim unyuk sebuah variabel tunggal atau kombinasi (Ghozali, 2011).

Pada penelitian ini menggunakan *boxplot*, telah ditemukan 17 *outliers* dalam penelitian.

Hasil outlier *boxplot* :



**Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas Persamaan I (Sesudah Outlier)****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		63
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.32107476
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.083
	Negative	-.074
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

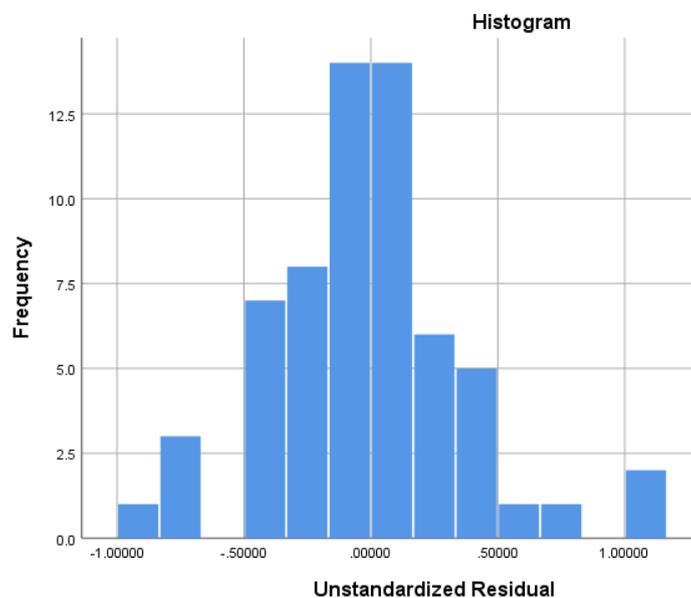
a. Test distribution is Normal.

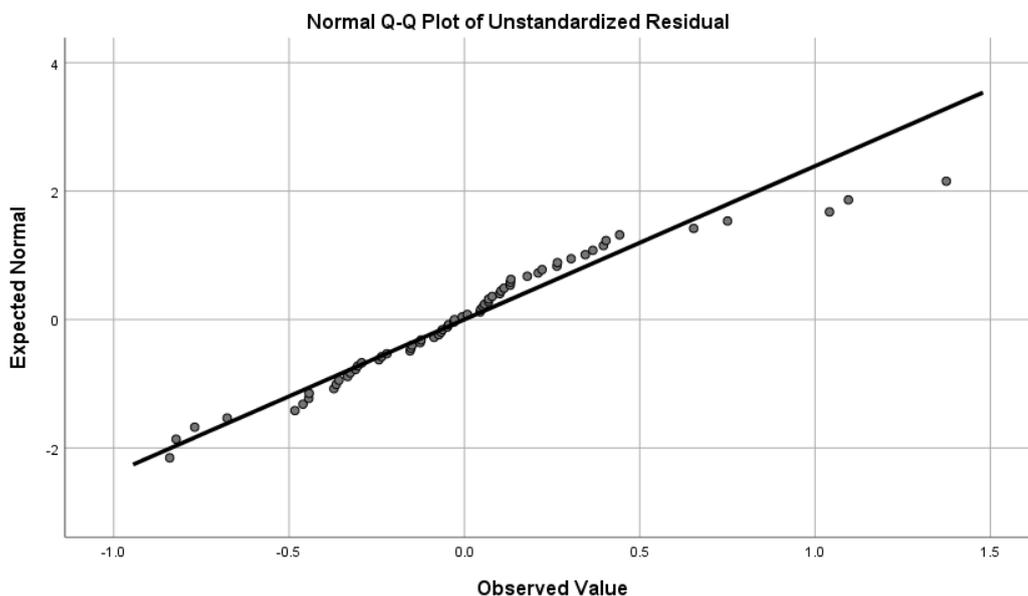
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Olahan (2022)





Berdasarkan tabel 4.3 setelah dilakukan outlier terdapat nilai signifikansi *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0.200 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Data setelah outliers menjadi 63 sampel dari 80 sampel penelitian. Sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dapat disimpulkan bahwa tingkat sebaran data dalam model regresi terdistribusi secara normal.

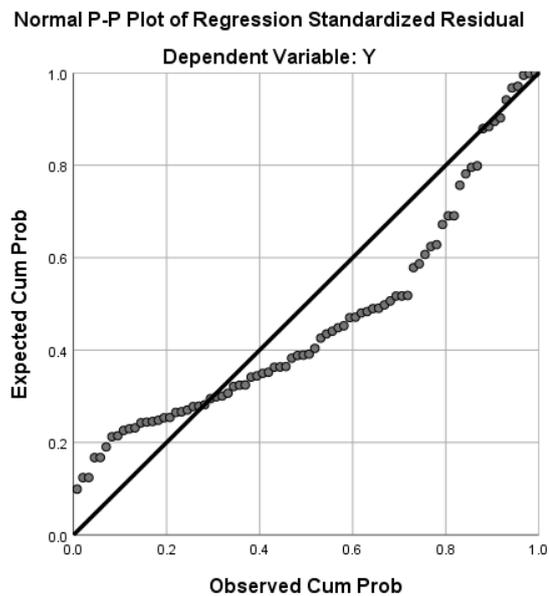
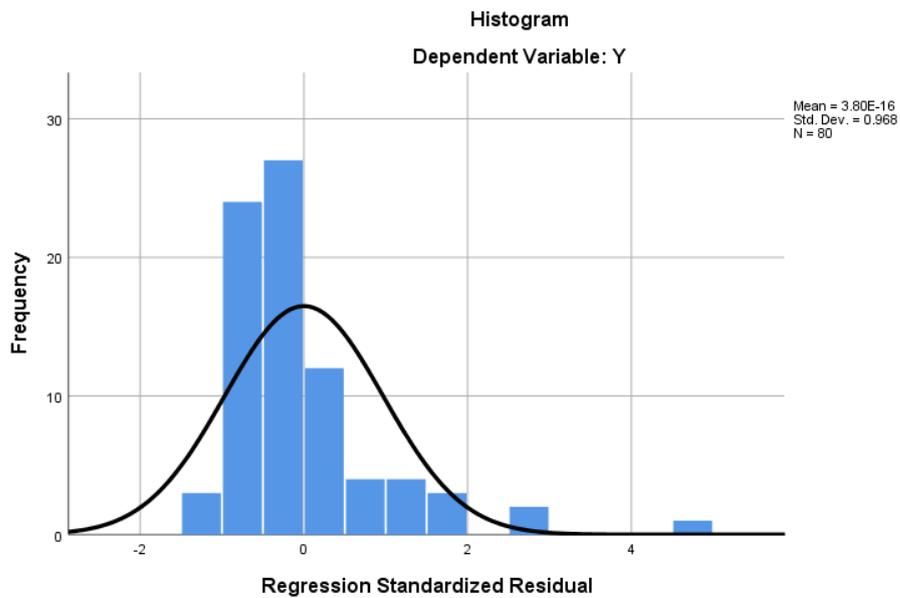
**Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas Persamaan II**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.70419555
Most Extreme Differences	Absolute	.206
	Positive	.206
	Negative	-.130
Test Statistic		.206
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 <sup>c</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Olahan (2022)



Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel di atas, *Asymp. Sig.(2-tailed)* .000 yang mana lebih kecil dari nilai signifikansi sebesar 0,05 sehingga dengan hal

ini menampilkan data yang tidak terdistribusi secara normal dan perlu dilakukan outlier data. Outlier data merupakan data yang memiliki karakteristik unik dimana data tersebut terlihat sangat berbeda jauh dari observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim unyuk sebuah variabel tunggal atau kombinasi (Ghozali, 2011).

**Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas Persamaan II ( Sesudah Outlier)**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		63
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.31830239
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.082
	Negative	-.066
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

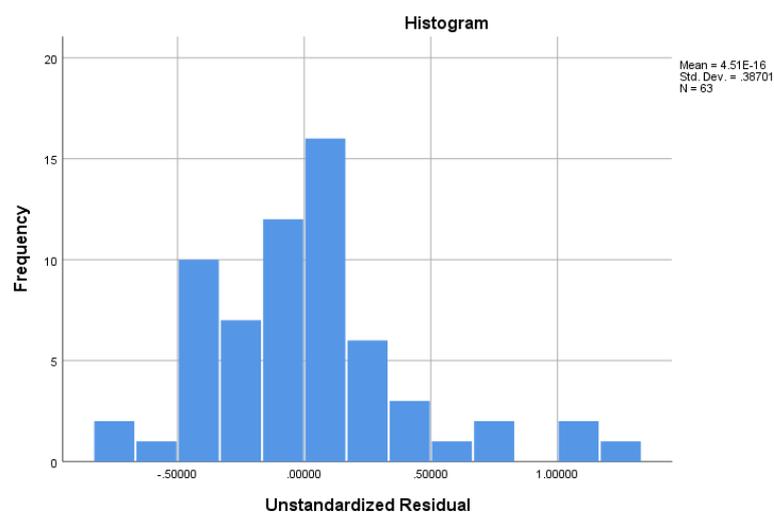
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

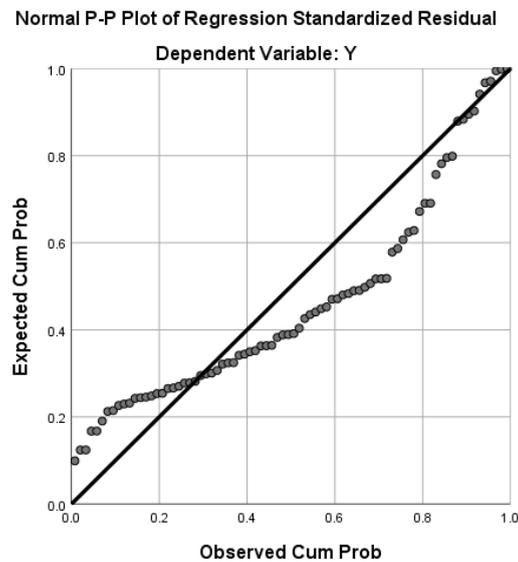
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Olahan (2022)



Sumber: Data Olahan (2022)



Sumber: Data Olahan (2022)

Berdasarkan tabel 4.5 setelah dilakukan outlier terdapat nilai signifikansi *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0.200 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Data setelah outliers menjadi 63 sampel dari 80 sampel penelitian. Sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolgomorov-Smirnov* dapat disimpulkan bahwa tingkat sebaran data dalam model regresi terdistribusi secara normal.

## 2. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas berarti antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas lain dalam model regresi saling berkorelasi linier. Akibat adanya multikolinieritas adalah pengaruh masing-masing variabel bebas tidak dapat dideteksi atau sulit untuk dibedakan. Berikut ini disajikan hasil uji multikolinieritas pada persamaan I dan II.

**Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinieritas Persamaan I**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.792	1.262
	X2	.790	1.265
	Z	.995	1.005

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan (2022)

Hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinieritas pada model regresi persamaan I.

**Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinieritas Persamaan II**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.100	9.960
	X2	.107	9.320
	Z	.007	148.036
	X1.Z	.006	160.773
	X2.Z	.003	315.206

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan (2022)

Hasil uji multikolinieritas menunjukkan beberapa variabel memiliki nilai VIF lebih dari 10, sehingga disimpulkan terdapat gejala multikolinieritas pada model regresi persamaan II. Namun multikolinieritas dalam model regresi ini diakibatkan oleh adanya variabel interaksi yang merupakan perkalian dari variabel bebas lainnya, sehingga dapat diabaikan berdasarkan pendapat Blanchard yang mengatakan bahwa “*multicollinearity is God’s will, not a problem with OLS or*

*statistical technique in general*" (Gujarati & Porter, 2013).

### 3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linear terdapat hubungan yang kuat baik positif maupun negatif antar residual data yang ada pada variabel penelitian. Jika terjadi autokorelasi, akan menyebabkan informasi yang diberikan menjadi menyesatkan. Berikut ini disajikan hasil uji autokorelasi pada persamaan I dan II.

**Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi Persamaan I**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Durbin-Watson
1	2.250 <sup>a</sup>

a. Predictors: (Constant),  
Z, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan (2022)

Hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai  $dU < dW < (4-dU)$  ( $1,6932 < 2,250 < 2,3068$ ), sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat gejala autokorelasi pada model regresi persamaan I.

**Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi Persamaan II**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Durbin-Watson
1	2.270 <sup>a</sup>

a. Predictors: (Constant),  
X2.Z, X1, X2, Z, X1.Z

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan (2022)

Hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai  $(4-dU) < dW < (4-dL)$  ( $2,2329 < 2,270 < 2,5735$ ), sehingga tidak dapat disimpulkan apakah terdapat gejala autokorelasi pada model regresi persamaan II. Maka pengujian dilanjutkan dengan

*runs test* dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.8 Hasil *Runs Test* Persamaan II**

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	-.00096
Cases < Test Value	31
Cases >= Test Value	32
Total Cases	63
Number of Runs	32
Z	-.125
Asymp. Sig. (2-tailed)	.900

a. Median

Sumber: Data Olahan (2022)

Hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai *asymp. sig.* lebih besar dari 0,05 (0,90), sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat gejala autokorelasi pada model regresi persamaan II.

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti variansi (*varians*) variabel tidak sama untuk semua pengamatan, dimana kesalahan yang terjadi tidak acak (*random*) tetapi menunjukkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya variabel bebas. Berikut ini disajikan hasil uji heteroskedastisitas pada persamaan I dan II.

**Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan I**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.051	.265		-.192	.849
	X1	-.244	.162	-.210	-1.509	.137
	X2	.025	.012	.276	1.984	.052
	Z	.025	.020	.155	1.251	.216

a. Dependent Variable: AbsRes1

Sumber: Data Olahan (2022)

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen tidak memiliki hubungan yang signifikan (nilai *sig.* lebih dari 0,05) dengan residual dari model regresi sehingga tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi persamaan I.

**Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan II**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.450	.406		-1.109	.272
X1	-.419	.447	-.372	-.938	.352
X2	.052	.033	.598	1.558	.125
Z	.367	.234	2.394	1.566	.123
X1.Z	.054	.185	.465	.292	.771
X2.Z	-.018	.014	-2.762	-1.238	.221

a. Dependent Variable: AbsRes2  
Sumber: Data Olahan (2022)

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen tidak memiliki hubungan yang signifikan (nilai *sig.* lebih dari 0,05) dengan residual dari model regresi sehingga tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi persamaan II.

### 4.1.3 Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi merupakan uji yang digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi dari variabel bebas terhadap perubahan variabel terikat. Semakin besar nilai koefisien determinasi bermakna semakin besar pula kemampuan dari variabel bebas dalam model regresi dalam menjelaskan perubahan

pada variabel terikat. Hasil pengujian koefisien determinasi ditunjukkan pada Tabel 4.11 dan 4.12.

**Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan I**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 <sup>a</sup>	.461	.434	.32914

a. Predictors: (Constant), Z, X1, X2

Sumber: Data Olahan (2022)

Nilai  $R^2$  sebesar 0,461 yang menunjukkan bahwa variabel Nilai Perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel Kinerja Lingkungan, *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas sebesar 46,10%, sedangkan sisanya 53,90% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

**Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan II**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.686 <sup>a</sup>	.471	.424	.33197

a. Predictors: (Constant), X2.Z, X1, X2, Z, X1.Z

Sumber: Data Olahan (2022)

Sedangkan nilai  $R^2$  pada model regresi yang melibatkan interaksi antara Kinerja Lingkungan dan Profitabilitas serta interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas adalah sebesar 0,471 yang menunjukkan bahwa variabel Nilai Perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel Kinerja Lingkungan, *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, interaksi antara Kinerja Lingkungan dan Profitabilitas serta interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas sebesar 47,10%, sedangkan sisanya 52,90% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

## 2. Uji F

Uji F digunakan untuk menilai kelayakan model regresi yang telah terbentuk. Hasil pengujian kemudian ditunjukkan pada Tabel 4.13 dan 4.14.

**Tabel 4.13 Hasil Uji F Persamaan I**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.476	3	1.825	16.848	.000 <sup>b</sup>
	Residual	6.392	59	.108		
	Total	11.867	62			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), Z, X1, X2

Sumber: Data Olahan (2022)

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.13, diketahui bahwa tingkat signifikansi F pada persamaan I kurang dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi yang terbentuk telah layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis.

**Tabel 4.14 Hasil Uji F Persamaan II**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.585	5	1.117	10.137	.000 <sup>b</sup>
	Residual	6.282	57	.110		
	Total	11.867	62			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2.Z, X1, X2, Z, X1.Z

Sumber: Data Olahan (2022)

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.14, diketahui bahwa tingkat signifikansi F pada persamaan II kurang dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi yang terbentuk telah layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis.

### 3. Uji t

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan. Hasil pengujian kemudian ditunjukkan pada Tabel 4.15 dan 4.16.

**Tabel 4.15 Hasil Uji t Persamaan I**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.202	.458		-2.627	.011
	X1	-.271	.279	-.104	-.969	.336
	X2	.061	.021	.307	2.855	.006
	Z	.214	.034	.605	6.318	.000

a. Dependent Variable: Y  
Sumber: Data Olahan (2022)

**Tabel 4.16 Hasil Uji t Persamaan II**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.415	.718		-1.971	.054
	X1	.236	.791	.091	.298	.767
	X2	.042	.059	.213	.723	.473
	Z	.457	.414	1.294	1.103	.275
	X1.Z	-.260	.327	-.972	-.795	.430
	X2.Z	.004	.025	.262	.153	.879

a. Dependent Variable: Y  
Sumber: Data Olahan (2022)

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.15 dan Tabel 4.16 diperoleh hasil analisis regresi linier berganda yang dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,104 X_1 + 0,307 X_2 + 0,605 Z + e$$

$$Y = 0,091 X_1 + 0,213 X_2 + 1,294 Z - 0,972 (X_1 * Z) + 0,262 (X_2 * Z) + e$$

Hasil analisis regresi tersebut kemudian diinterpretasikan dengan

menggunakan pendekatan *Moderated Regression Analysis* sebagai berikut:

1. Nilai koefisien regresi kinerja lingkungan sebesar -0,104 dengan tanda negatif. Hal ini menunjukkan jika variabel kinerja lingkungan meningkat 1 satuan maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 0,104 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan atau tetap. Nilai signifikansi lebih dari taraf nyata 5% ( $0,336 > 0,050$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini **tidak didukung**.
2. Nilai koefisien regresi *corporate social responsibility* sebesar 0,307 dengan tanda positif. Hal ini menunjukkan jika variabel *corporate social responsibility* meningkat 1 satuan maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,307 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan atau tetap. Nilai signifikansi kurang dari taraf nyata 5% ( $0,006 < 0,050$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini **didukung**.
3. Nilai koefisien regresi profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada persamaan I sebesar 0,605 dengan tanda positif dan nilai signifikansi kurang dari taraf nyata 5% ( $0,000 < 0,050$ ), sedangkan nilai koefisien regresi interaksi kinerja lingkungan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada persamaan II sebesar -0,972 dengan tanda negatif dan nilai signifikansi lebih dari taraf nyata 5% ( $0,430 > 0,050$ ). Artinya profitabilitas bukan merupakan variabel yang memoderasi pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan, melainkan

variabel independen yang mempengaruhi nilai perusahaan secara langsung. Sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini **tidak didukung**.

4. Nilai koefisien regresi profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada persamaan I sebesar 0,605 dengan tanda positif dan nilai signifikansi kurang dari taraf nyata 5% ( $0,000 < 0,050$ ), sedangkan nilai koefisien regresi interaksi *corporate social responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada persamaan II sebesar 0,262 dengan tanda positif dan nilai signifikansi lebih dari taraf nyata 5% ( $0,879 > 0,050$ ). Artinya profitabilitas bukan merupakan variabel yang memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, melainkan variabel independen yang mempengaruhi nilai perusahaan secara langsung. Sehingga hipotesis keempat dalam penelitian ini **tidak didukung**.

## 4.2 Pembahasan

### 4.2.1 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode 2016-2020, kinerja lingkungan perusahaan sektor pertambangan terdaftar di Bursa Efek Indonesia tidak secara signifikan mampu meningkatkan nilai perusahaan tersebut dimata para investornya, sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini tidak disetujui.

Hasil penelitian ini tidak dapat mendukung teori legitimasi yang menjelaskan hubungan antara perusahaan dengan masyarakat. Harapan bahwa perusahaan harus memperhatikan norma atau peraturan yang berlaku dilingkungan tempat perusahaan berdiri, dengan aktivitas pengelolaan lingkungan sebagai bentuk perhatian perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan dalam upaya mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Sehingga dengan adanya legitimasi ini

*image* perusahaan di mata masyarakat dan pemegang saham semakin baik, yang diharapkan berdampak terhadap meningkatnya nilai perusahaan pada kenyataannya tidak terjadi.

Investasi pertambangan adalah aset yang harus dilindungi dan dijaga keberadaannya. Pemerintah menganggap bahwa investasi di industri ini merupakan salah satu penopang utama ekonomi yang dapat memberi pemasukan besar kepada negara melalui pajak dan royalti. Oleh karena itu, meski merupakan industri yang beresiko tinggi, sektor industri pertambangan mendapatkan perlindungan yang tinggi dari pemerintah. Pada awalnya, pemerintah sangat berhati-hati dan cenderung menerapkan standar nasionalistik yang tinggi terhadap kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan sehubungan dengan sektor ini, namun karena keterbatasan teknologi dan modal serta tuntutan peningkatan ekonomi yang mendesak, pemerintah berbalik bersikap liberal dengan mengeksploitasi secara massif sumber daya mineral yang ada. Bahkan banyak sekali kemudahan dalam pelaksanaan kegiatannya yang diberikan untuk menarik para investor asing (Harjanti, 2006).

Belum lagi isu-isu lingkungan yang berkembang sepertinya tidak menjadi perhatian khusus bagi para pelaku pasar modal yang lebih mengutamakan faktor-faktor fundamental perusahaan dalam pengambilan keputusan investasi sehingga nilai perusahaan tidak secara signifikan terpengaruh oleh baik tidaknya kinerja lingkungan perusahaan pertambangan. Selama sektor pertambangan masih memberikan tingkat keuntungan yang tinggi bagi investor, terlepas dari apakah perusahaan-perusahaan pada sektor pertambangan tersebut memiliki kinerja

lingkungan yang buruk, maka nilai perusahaan tetap akan mengalami kenaikan.

Sebagai contoh MYOH (PT Samindo Resources Tbk) yang mendapatkan peringkat hijau untuk kinerja lingkungannya pada tahun 2019, justru mengalami penurunan nilai perusahaan pada tahun 2020 saat kinerja lingkungannya mengalami kenaikan peringkat menjadi emas. Sebaliknya BYAN (PT Bayan Resources Tbk) yang mengalami penurunan peringkat kinerja lingkungan pada tahun 2018 menjadi peringkat biru dari yang sebelumnya berperingkat hijau pada tahun 2017. Justru mengalami peningkatan nilai perusahaan. Bahkan untuk tahun 2018 sampai dengan 2020, BYAN tidak mampu mengembalikan kinerja lingkungannya ke peringkat hijau, namun pasar tetap menilai BYAN lebih tinggi dari nilai aset seharusnya, dengan nilai Tobin's Q selalu berada diatas 2 poin.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Tjahjono (2013) yang juga membuktikan bahwa kinerja lingkungan tidak secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### **4.2.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode 2016-2020, *corporate social responsibility* perusahaan sektor pertambangan terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara signifikan mampu meningkatkan nilai perusahaan tersebut dimata para investornya, sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini disetujui.

Menurut Hamdani (2016), *corporate social responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan kepada para *stakeholdernya*, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja dan operasinya. Suatu perusahaan dapat dikatakan bertanggung jawab secara sosial, apabila memiliki visi atas kinerja operasional yang tidak hanya merealisasikan

profit, akan tetapi dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat atau lingkungan sosialnya. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan program yang memberikan nilai tambah bagi semua *stakeholder*, termasuk meningkatkan kinerja dan nilai tambah perusahaan secara jangka panjang.

Chen & Hsun Lee (2017) percaya bahwa CSR dapat digunakan secara strategis untuk menumbuhkan nilai perusahaan dan menghilangkan risiko bagi perusahaan; namun, CSR dapat juga mengurangi nilai perusahaan dengan meningkatkan biaya dan mengalihkan fokus dari tujuan operasional perusahaan sebenarnya. Dari sudut pandang afirmatif, dampak dari kinerja sosial yang kuat mengarah pada hasil keuangan yang lebih kuat. Dengan meningkatkannya reputasi bisnis mereka, perusahaan dapat mengurangi risiko komersial dan mendapatkan lebih banyak dukungan dari pemerintah sebagai regulator, yang menarik lebih banyak investasi dan memenuhi harapan berbagai pemangku kepentingan, sehingga meningkatkan kinerja keuangan.

Meningkatnya pengeluaran dana untuk aktivitas CSR membuat *shareholder* memberikan penilaian yang positif terhadap segala bentuk tanggung jawab yang telah diupayakan perusahaan di luar kegiatan operasionalnya, hal ini akan membuat harga saham perusahaan meningkat sehingga nilai perusahaan di mata investor juga akan meningkat.

Sebagai contoh CTTH (PT Citatah Tbk) yang selama tahun 2016-2018 terus mengalami peningkatan jumlah dana CSR sehingga terus mengalami peningkatan nilai perusahaan pada tahun-tahun tersebut. Ataupun KKG (PT Resource Alam Indonesia Tbk) untuk tahun 2016-2018 dan SMMT (PT Golden Eagle Energy Tbk) untuk tahun 2017-2019 yang nilai perusahaannya berfluktuasi searah dengan

besarnya perubahan anggaran CSR yang perusahaan keluarkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Murnita & Putra (2018) yang juga membuktikan bahwa *corporate social responsibility* secara signifikan berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan.

#### **4.2.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Hubungan Kinerja Lingkungan dan Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode 2016-2020, profitabilitas bukan merupakan variabel yang memoderasi pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan pada sektor pertambangan terdaftar di Bursa Efek Indonesia, melainkan variabel independen yang mempengaruhi nilai perusahaan sektor pertambangan terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara langsung, sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini tidak disetujui.

Menurut Spence dalam Fahmi (2015), teori sinyal (*signalling theory*), adalah teori yang membahas tentang naik turunnya harga saham di pasar, sehingga akan memberi pengaruh terhadap keputusan investor. *Signalling theory* menjelaskan hubungan dengan masalah pengungkapan informasi, informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Apabila perusahaan mengungkapkan *bad news* maka pasar akan memberikan reaksi yang negatif dan begitu juga sebaliknya. Teori sinyal menekankan bahwa informasi yang diumumkan kepada publik baik yang bersifat negatif maupun positif akan memberikan pengaruh terhadap keputusan investor dalam berinvestasi, mereka akan bereaksi dengan berbagai cara dalam menanggapi sinyal tersebut.

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan

dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau pendapatan investasi. Semakin tinggi nilai rasio profitabilitas menunjukkan bahwa suatu perusahaan semakin efisien dalam memanfaatkan modal untuk memperoleh laba. Semakin besar rasio profitabilitas tentu saja menggembirakan pemegang saham karena semakin besar laba yang disediakan untuk pemegang saham. Sehingga peningkatan rasio profitabilitas menyebabkan nilai suatu perusahaan meningkat dimata investor. Peningkatan nilai perusahaan tersebut berdampak pada tingginya permintaan akan kepemilikan saham tersebut sehingga menyebabkan harga perusahaan tersebut di pasar modal meningkat melampaui peningkatan harga aset yang dimiliki perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rudangga & Sudiarta (2016) yang juga membuktikan bahwa profitabilitas secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### **4.2.4 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode 2016-2020, profitabilitas bukan merupakan variabel yang memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada sektor pertambangan terdaftar di Bursa Efek Indonesia, melainkan variabel independen yang mempengaruhi nilai perusahaan sektor pertambangan terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara langsung, sehingga hipotesis keempat dalam penelitian ini tidak disetujui.

Menurut Spence dalam Fahmi (2015), teori sinyal (*signalling theory*),

adalah teori yang membahas tentang naik turunnya harga saham di pasar, sehingga akan memberi pengaruh terhadap keputusan investor. *Signalling theory* menjelaskan hubungan dengan masalah pengungkapan informasi, informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Apabila perusahaan mengungkapkan *bad news* maka pasar akan memberikan reaksi yang negatif dan begitu juga sebaliknya. Teori sinyal menekankan bahwa informasi yang di umumkan kepada publik baik yang bersifat negatif maupun positif akan memberikan pengaruh terhadap keputusan investor dalam berinvestasi, mereka akan bereaksi dengan berbagai cara dalam menanggapi sinyal tersebut.

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau pendapatan investasi. Semakin tinggi nilai rasio profitabilitas menunjukkan bahwa suatu perusahaan semakin efisien dalam memanfaatkan modal untuk memperoleh laba.

Semakin besar rasio profitabilitas tentu saja menggembirakan pemegang saham karena semakin besar laba yang disediakan untuk pemegang saham. Sehingga peningkatan rasio profitabilitas menyebabkan nilai suatu perusahaan meningkat dimata investor. Peningkatan nilai perusahaan tersebut berdampak pada tingginya permintaan akan kepemilikan saham tersebut sehingga menyebabkan harga perusahaan tersebut di pasar modal meningkat melampaui peningkatan harga aset yang dimiliki perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rudangga & Sudiarta (2016) yang juga membuktikan bahwa profitabilitas secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pe

mbahasan yang dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode 2016-2020, kinerja lingkungan perusahaan sektor pertambangan terdaftar di Bursa Efek Indonesia tidak secara signifikan mampu meningkatkan nilai perusahaan tersebut dimata para investornya.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode 2016-2020, *corporate social responsibility* perusahaan sektor pertambangan terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara signifikan mampu meningkatkan nilai perusahaan tersebut dimata para investornya.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode 2016-2020, profitabilitas bukan merupakan variabel yang memoderasi pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan pada sektor pertambangan terdaftar di Bursa Efek Indonesia, melainkan variabel independen yang mempengaruhi nilai perusahaan sektor pertambangan terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara langsung.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode 2016-2020, profitabilitas bukan merupakan variabel yang memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada sektor pertambangan terdaftar di Bursa Efek Indonesia, melainkan variabel independen yang mempengaruhi nilai

perusahaan sektor pertambangan terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara langsung.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan serta beberapa kesimpulan dan keterbatasan penelitian ini, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik, yaitu:

1. Perusahaan sektor pertambangan diharapkan dapat mempertahankan kinerja lingkungannya dengan terus memberikan informasi akan pentingnya perhatian terhadap lingkungan kepada para investor, agar kedepan hal ini dapat menjadi pertimbangan utama investor dalam pengambilan keputusan berinvestasi.
2. Perusahaan sektor pertambangan diharapkan dapat terus meningkatkan perannya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan alokasi dana CSR dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan.
3. Perusahaan sektor pertambangan diharapkan dapat terus meningkatkan jumlah penerimaan laba bersihnya, karena profitabilitas perusahaan secara signifikan mempengaruhi nilai perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. (2013). Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 1(1), 1–21.
- Anggraini, F. R. R. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta). *Proceeding Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang*, 1–21.
- Archel, P., Husillos, J., Larrinaga, C., & Spence, C. (2009). Social Disclosure, Legitimacy Theory and The Role of the State. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 22(8), 1284-1307.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Brigham, E. F., & Houston, J. (2015). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Salemba Empat.
- Chariri, A., & Ghozali, I. (2007). *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Chen, R. C. Y., & Hsun Lee, C. (2017). The Influence of CSR on Firm Value: an Application of Panel Smooth Transition Regression on Taiwan. *Applied Economics, Taylor & Francis Journals*, 49(34), 3422–3434.
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior. *Pacific Sociological Journal Review*, 122-136.
- Fahmi, I. (2015). *Pengantar Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Alfabeta.
- Florence, D. S., & Zulaikha. (2004). Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Public di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Maksi*, 4(1), 161–177.
- Freeman, R. E., & McVea, J. (2001). A Stakeholder Approach to Strategic Management. *Social Science Research Network Electronic Paper (Working Paper No. 01-02)*, 1–32.
- Gani, I., & Amalia, S. (2015). *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Andi.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2013). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Salemba Empat.
- Hamdani. (2016). *Good Corporate Governance (Tinjauan Etika dalam Praktik Bisnis)*. Mitra Wacana Media.
- Harjanti, W. (2006). Upaya Alternatif Bagi Pemerintah Indonesia Dalam Mengurangi Dampak Negatif Kegiatan Pertambangan Di Indonesia. *Risalah Hukum*, 3(1), 44–52.
- Haryono, U., & Iskandar, R. (2015). Corporate Social Performance and Firm Value.

- International Journal of Business and Management Invention*, 4(11), 69–75.
- Herawaty, V. (2008). Peran Praktek Corporate Governance Sebagai Moderating Variable dari Pengaruh Earnings Management Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 10(2), 97–108.
- Kusumadilaga, R. (2010). *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Universitas Diponegoro.
- Mandasari, P. Y., Kamaliah, & Hanif, R. A. (2013). The Influence of Corporate Social Responsibility to Firm Value With Profitability and Leverage as a Moderating Variabels. *Jurnal Ekonomi*, 21(4), 1–20.
- Mulyadi, M. S., & Anwar, Y. (2012). Impact of Corporate Social Responsibility Toward Firm Value and Profitability. *The Business Review, Cambridge*, 19(2), 316–322.
- Murnita, P. E. M., & Putra, I. M. P. D. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23(2), 1470–1494.
- Nurhudha, A. S., & Suwarti, T. (2015). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers Unisbank (Sendi\_U): Kajian Multi Disiplin Ilmu Untuk Mewujudkan Poros Maritim Dalam Pembangunan Ekonomi Berbasis Kesejahteraan Rakyat*, 1–11.
- Nurlela, R., & Islahuddin. (2008). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase kepemilikan Manajerial sebagai Variabel Moderating. *Proceeding Simposium Nasional Akuntansi 11 Pontianak*, 23–26.
- Osazuwa, N. P., & Che-Ahmad, A. (2016). The Moderating Effect of Profitability and Leverage on the Relationship Between Eco-Efficiency and Firm Value in Publicly Traded Malaysian Firms. *Social Responsibility Journal, Emerald Group Publishing*, 12(2), 295–306.
- Pflieger, J., Fischer, M., Kupfer, T., & Eyerer, P. (2005). The Contribution of Life Cycle Assessment to Global Sustainability Reporting of Organizations. *Management of Environmental Quality*, 6(2), 167–179.
- Porter, M. E., & Van der Linde, C. (1995). Toward a New Conception of the Environment Competitiveness Relationship. *Journal of Economic Perspectives*, 9(4), 97–118.
- Putra, Y. P. (2017). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan

- Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Intervening. *Balance Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 227–236.
- Rudangga, I. G. N. G., & Sudiarta, G. M. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Selama Periode 2011-2014. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7), 4394–4422.
- Satria, E. D., & Daljono, D. (2014). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011). *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(1), 65–79.
- Sharma, S., Durand, R. M., & Gur-Arie, O. (1981). Identification and Analysis of Moderator Variables. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 291–300.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suratno, I. B., Darsono, & Mutmainah, S. (2006). Pengaruh Environmental Performance Terhadap Environmental Disclosure dan Economic Performance (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEJ Periode 2001-2004). *The Indonesian Journal of Accounting Research (IJAR)*, 10(2).
- Titisari, K. H., & Utama, I. M. K. (2022). The Effect of Profitability Moderation on Corporate Social Responsibility and Firm Value: Evidence from Indonesia. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(1), 117–122.
- Tjahjono, M. E. S. (2013). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan dan Kinerja Keuangan. *Jurnal Ekonomi*, 4(1), 38–46.
- Tobin, J. (1967). A General Equilibrium Approach To Monetary Theory. *Journal of Money, Credit and Banking*, 1(1), 15–29.
- Wahidahwati. (2002). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional pada Kebijakan Hutang Perusahaan: Sebuah Perspektif Theory Agency. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, 5(1), 1–16.
- Walley, N., & Whitehead, B. (1994). It's Not Easy Being Green. *Harvard Business Review*, 72(3), 46–52.
- Waryanti. (2009). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Universitas Diponegoro.
- Widarjono, A. (2013). *Ekonometrika Pengantar Dan Aplikasinya*. Ekonosia.
- Yuliza, A., Ramona, S., & Afriyanto. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Mahasiswa Prodi Akuntansi UPP*, 3(1).
- Yuniasih, N. W., & Wirakusuma, M. G. (2009). Pengaruh Kinerja Keuangan

Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1).

## **LAMPIRAN**

### Lampiran 1. Data Hasil Variabel

Kode Perusahaan	Tahun	Total Aset	Total Liabilitas	Laba Bersih Setelah Pajak	Jumlah Saham Beredar	Harga Saham	Peringkat PROPER	Dana CSR	ROA	Tobin's Q
ADRO	2016	87,633,045,052,000	36,765,934,500,000	4,577,457,096,000	31,985,962,000	1,695	Hijau	29,559,200,000	5.223	1.038
	2017	92,318,063,556,000	36,884,700,960,000	7,267,662,024,000	31,985,962,000	1,860	Hijau	33,870,000,000	7.872	1.044
	2018	102,246,793,155,000	39,939,510,303,000	6,915,271,221,000	31,985,962,000	1,215	Hijau	55,027,800,000	6.763	0.771
	2019	100,324,976,605,000	44,951,802,710,000	6,046,962,802,000	31,985,962,000	1,555	Emas	56,994,100,000	6.027	0.944
	2020	90,011,988,430,000	34,273,062,460,000	2,235,713,025,000	31,985,962,000	1,430	Emas	103,000,000,000	2.484	0.889
ANTM	2016	29,981,535,812,000	11,572,740,239,000	64,806,188,000	24,030,764,725	895	Hijau	68,240,000,000	0.216	1.103
	2017	30,014,273,452,000	11,523,869,935,000	136,503,269,000	24,030,764,725	625	Emas	227,450,000,000	0.455	0.884
	2018	33,306,390,807,000	13,567,160,084,000	874,426,593,000	24,030,764,725	765	Hijau	142,300,000,000	2.625	0.959
	2019	30,194,907,730,000	12,061,488,555,000	193,852,031,000	24,030,764,725	840	Hijau	141,730,000,000	0.642	1.068
	2020	31,729,512,995,000	12,690,063,970,000	1,149,353,693,000	24,030,764,725	1,935	Hijau	99,010,000,000	3.622	1.865
BIPI	2017	17,855,615,619,816	13,167,732,568,320	516,828,087,900	40,158,987,014	71	Biru	122,866,812	2.894	0.897
	2018	17,634,327,314,985	12,322,084,547,925	316,519,688,385	40,158,987,014	50	Biru	212,581,080	1.795	0.813
	2019	17,425,618,108,707	12,373,000,773,306	381,395,703,966	44,693,066,193	50	Biru	291,921,000	2.189	0.838
	2020	18,952,683,723,610	13,514,256,477,540	381,477,285,280	44,693,066,193	50	Biru	105,787,500	2.013	0.831
BSSR	2016	2,471,980,942,760	760,968,403,644	368,436,308,572	2,616,500,000	1,410	Biru	6,688,222,000	14.904	1.800
	2017	2,846,942,226,792	816,223,361,892	1,122,003,754,092	2,616,500,000	2,100	Hijau	7,982,346,303	39.411	2.217
	2018	3,549,296,025,162	1,373,100,946,065	1,000,104,068,871	2,616,500,000	2,340	Hijau	31,960,000,000	28.178	2.112
	2019	3,484,707,072,716	1,117,121,308,858	423,528,119,757	2,616,500,000	1,820	Hijau	8,670,000,000	12.154	1.687
	2020	3,714,463,847,640	1,029,209,732,915	430,488,394,245	2,616,500,000	1,695	Hijau	5,870,000,000	11.590	1.471
BUMI	2016	41,681,074,553,200	79,097,308,860,052	1,615,755,719,560	36,627,020,427	278	Hijau	69,195,400,000	3.876	2.142
	2017	50,080,163,357,952	46,200,679,982,856	3,288,725,287,284	65,376,556,624	270	Hijau	73,972,080,000	6.567	1.275
	2018	56,573,993,410,659	49,281,190,341,138	2,291,159,911,869	65,475,927,488	103	Hijau	98,470,800,000	4.050	0.990
	2019	50,209,700,880,444	44,384,087,246,199	131,649,170,282	65,476,942,288	66	Hijau	83,406,000,000	0.262	0.970

<b>Kode Perusahaan</b>	<b>Tahun</b>	<b>Total Aset</b>	<b>Total Liabilitas</b>	<b>Lab a Bersih Setelah Pajak</b>	<b>Jumlah Saham Beredar</b>	<b>Harga Saham</b>	<b>Peringkat PROPER</b>	<b>Dana CSR</b>	<b>ROA</b>	<b>Tobin's Q</b>
BYAN	2017	12,041,640,420,720	5,056,239,880,908	4,579,457,012,052	3,333,333,500	10,600	Hijau	15,200,000,000	38.030	3.354
	2018	16,665,660,005,571	6,846,523,498,917	7,592,522,582,313	3,333,333,500	19,875	Biru	23,000,000,000	45.558	4.386
	2019	17,766,035,749,823	9,160,202,403,960	3,255,770,961,577	3,333,333,500	15,900	Biru	27,000,000,000	18.326	3.499
	2020	22,846,221,435,310	10,694,005,453,040	4,858,606,466,350	3,333,333,500	15,475	Biru	35,500,000,000	21.267	2.726
CTTH	2016	615,962,000,265	301,007,248,281	26,603,831,893	1,230,839,821	80	Biru	618,000,000	4.319	0.649
	2017	700,251,764,864	378,839,294,845	4,716,765,807	1,230,839,821	99	Biru	760,000,000	0.674	0.715
	2018	735,774,891,577	408,160,870,584	5,205,032,919	1,230,839,821	119	Biru	912,000,000	0.707	0.754
ENRG	2017	11,847,358,496,952	11,010,211,536,120	200,254,329,252	6,138,347,972	89	Biru	433,536,000	1.690	0.975
	2019	9,443,919,200,572	7,968,995,409,780	340,950,480,347	10,342,179,272	50	Biru	2,413,213,600	3.610	0.899
	2020	11,913,337,002,840	8,920,616,159,910	826,452,163,355	10,342,179,272	129	Biru	929,110,455	6.937	0.861
GEMS	2017	7,999,679,214,432	4,040,708,246,604	1,627,196,629,920	5,882,353,000	2,750	Biru	3,830,566,544	20.341	2.527
	2018	10,151,856,249,030	5,578,569,412,434	1,456,043,958,018	5,882,353,000	2,550	Biru	41,515,107,109	14.343	2.027
	2019	10,851,762,367,467	5,871,492,661,457	928,112,178,157	5,882,353,000	2,550	Biru	68,335,108,812	8.553	1.923
	2020	11,477,489,075,325	6,548,714,832,205	1,352,056,680,065	5,882,353,000	2,550	Biru	11,778,516,268	11.780	1.877
HRUM	2016	5,553,983,600,908	778,421,807,952	241,575,826,948	2,640,491,700	2,140	Biru	23,402,388,635	4.350	1.158
	2017	6,224,534,725,908	861,413,664,252	755,273,917,548	2,573,765,300	2,050	Biru	26,651,000,000	12.134	0.986
	2018	6,776,951,532,795	1,151,274,312,324	582,214,715,982	2,566,637,900	1,400	Biru	25,406,829,449	8.591	0.700
	2019	6,213,774,162,554	659,163,748,341	279,724,109,689	2,703,620,000	1,320	Biru	3,048,558,805	4.502	0.680
	2020	7,034,194,756,680	619,288,459,790	850,423,103,075	2,703,620,000	2,980	Biru	2,505,499,360	12.090	1.233
KKG I	2016	1,326,250,765,000	192,121,955,184	127,277,400,704	964,024,663	1,500	Biru	4,386,274,175	9.597	1.235
	2017	1,423,271,321,040	222,643,754,052	182,084,781,300	4,693,760,215	324	Biru	2,207,596,606	12.793	1.225
	2018	1,698,117,665,301	442,517,406,804	6,887,163,600	4,693,452,715	354	Biru	2,809,143,821	0.406	1.239
	2019	1,756,454,418,837	458,336,307,163	75,264,907,152	4,693,452,715	236	Biru	8,672,109,589	4.285	0.892

<b>Kode Perusahaan</b>	<b>Tahun</b>	<b>Total Aset</b>	<b>Total Liabilitas</b>	<b>Labanya Bersih Setelah Pajak</b>	<b>Jumlah Saham Beredar</b>	<b>Harga Saham</b>	<b>Peringkat PROPER</b>	<b>Dana CSR</b>	<b>ROA</b>	<b>Tobin's Q</b>
MYOH	2016	1,978,508,264,232	534,390,041,436	285,633,948,908	2,206,312,500	630	Hijau	531,000,000	14.437	0.973
	2017	1,843,448,925,300	454,218,810,336	166,726,511,088	2,206,312,500	700	Hijau	1,900,000,000	9.044	1.084
	2018	2,191,353,225,138	540,696,834,603	447,877,983,384	2,206,312,500	1,045	Hijau	1,040,000,000	20.438	1.299
	2019	2,226,686,478,948	526,608,705,493	362,794,261,529	2,206,312,500	1,295	Hijau	783,500,000	16.293	1.520
	2020	2,131,390,456,195	311,172,337,385	317,837,302,510	2,206,312,500	1,300	Emas	403,000,000	14.912	1.492
PTBA	2016	18,576,774,000,000	8,024,369,000,000	2,024,405,000,000	2,108,075,150	12,500	Hijau	155,640,000,000	10.898	1.850
	2017	21,987,482,000,000	8,187,497,000,000	4,547,232,000,000	10,540,375,745	2,460	Hijau	326,200,000,000	20.681	1.552
	2018	24,172,933,000,000	7,903,237,000,000	5,121,112,000,000	10,540,375,745	4,300	Hijau	298,700,000,000	21.185	2.202
	2019	26,098,052,000,000	7,675,226,000,000	4,040,394,000,000	11,190,363,250	2,660	Hijau	244,605,000,000	15.482	1.435
	2020	24,056,755,000,000	7,117,559,000,000	2,407,927,000,000	11,184,061,250	2,810	Hijau	190,510,000,000	10.009	1.602
SMMT	2017	725,663,914,382	306,303,664,687	40,078,001,432	3,150,000,000	133	Biru	921,000,000	5.523	0.999
	2018	831,965,937,268	342,430,970,325	84,584,567,691	3,150,000,000	160	Hijau	1,714,350,100	10.167	1.017
	2019	871,513,339,763	287,067,420,462	6,234,017,119	3,150,000,000	123	Biru	1,442,149,100	0.715	0.774
SMRU	2016	2,424,192,610,992	1,437,609,085,416	225,670,007,992	12,499,385,782	340	Biru	441,894,144	9.309	2.346
TINS	2016	9,548,631,000,000	3,894,946,000,000	283,049,000,000	7,447,753,454	1,075	Biru	20,790,000,000	2.964	1.246
	2017	11,876,309,000,000	5,814,816,000,000	502,417,000,000	7,447,753,454	775	Biru	11,980,000,000	4.230	0.976
	2018	15,117,948,000,000	8,596,067,000,000	531,349,000,000	7,447,753,454	755	Biru	24,000,000,000	3.515	0.941