

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR

Eri Ramadani¹, Danang Adi Putra²

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bengkulu^{1,2}

E-mail: eriramadani02@gmail.com¹, danangadiputra@unib.ac.id²

Abstract

This research was conducted with the aim of examining and analyzing the impact of corporate social responsibility (CSR) and environmental performance on company value. This study is a type of quantitative descriptive research that uses secondary data. The population that is the focus of this research is manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2019-2021 period. The research sampling method was carried out using purposive sampling. The research sample selection criteria include manufacturing companies that participate in the Company Performance Assessment Program in Environmental Management (PROPER) during the 2019-2021 period, manufacturing companies that have not experienced net losses for three years, and manufacturing companies that publish financial reports and annual reports and provide information relevant additions to the research. The number of manufacturing companies that meet these criteria and are part of the research sample is 26 companies. Data was collected by downloading financial reports and annual reports from the Indonesia Stock Exchange website. The analysis technique used is multiple linear regression. The research results show that corporate social responsibility partially influences company value, while environmental performance does not have a significant impact on company value. However, simultaneous research results show that corporate social responsibility and environmental performance jointly influence company value.

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

PENDAHULUAN

Setiap organisasi bertujuan untuk menjamin keberlangsungan operasionalnya guna mempertahankan eksistensinya. Untuk memastikan kelangsungan suatu bisnis, suatu entitas harus menetapkan tujuan yang jelas dan terfokus. Sebagaimana dikemukakan oleh (Anjasari & Andrianti, 2016), tujuan suatu entitas antara lain mencapai profitabilitas maksimal, menjamin meningkatkan kesejahteraan finansial pemilik bisnis atau pemegang saham dan mengoptimalkan nilai organisasi secara keseluruhan. Perusahaan akan menghadapi beberapa kendala dalam mencapai tujuan tersebut. Perusahaan akan menghadapi hambatan dalam mengoptimalkan kinerja keuangannya untuk meningkatkan nilai perusahaan dan mengatasi masalah lingkungan, karena mereka bergantung pada lingkungan untuk membantu mencapai tujuan mereka. Perusahaan mempunyai kewajiban untuk tidak hanya memprioritaskan keuntungan finansial, namun juga mempertimbangkan dampaknya terhadap lingkungan alam dan sosial. Menurut UU No. 40 Tahun 2007, perseroan terbatas wajib mematuhi sebuah kewajiban dan kriteria lingkungan. Hal ini dilakukan agar setiap instansi dapat memulai sebuah kegiatan sumber daya alam.

Salah satu cara bagi bisnis untuk mengambil tanggung jawab atas tindakan operasional mereka yang berdampak pada lingkungan dan sosial adalah melalui tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu mengacu pada sikap etis dan bertanggung jawab suatu instansi terhadap masyarakat dan lingkungan. Mengungkap informasi kewajiban sosial perusahaan (CSR) dapat menginspirasi pemangku kepentingan untuk mengenali tindakan dan biaya yang terlibat dalam memenuhi kewajiban sosial instansi, yaitu dengan tujuan untuk mengimprove sebuah aturan standar dari saran dan prasaran yang terkait dengan organisasi. Pengelolaan kinerja lingkungan hidup merupakan sebuah strategi yang bertujuan untuk memitigasi kerusakan lingkungan hidup dan menjaga kelestarian alam sekitar. Kinerja lingkungan hidup yang positif dari suatu perusahaan dapat berfungsi sebagai katalis untuk meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan.

Menurut (Astiari, Atmadja, & Darmawan, 2014), nilai perusahaan berfungsi sebagai ukuran pasar untuk mengevaluasi bisnis secara keseluruhan. Kemungkinan investasi dapat berfungsi sebagai indikator yang baik mengenai potensi pertumbuhan perusahaan di masa depan yang mengarah pada mempertahankan nilai perusahaan secara keseluruhan. Pemilik usaha menginginkan nilai instansi yang tinggi karena dapat menjadi indikator nyata kekayaan pemasok saham. Investor atau investasi mempunyai kecenderungan lebih besar untuk mengalokasikan bagian dari investasinya pada instansi yang menunjukkan kinerja kuat.

Tanggung jawab sosial perusahaan dan nilai dapat ditingkatkan dengan kemampuan kerja lingkungan yang baik karena akan memperoleh umpan balik yang baik dari penanam modal, sehingga akan menghasilkan peningkatan harga modal maupun saham. Menurut (Astiari, Atmadja, & Darmawan, 2014), terdapat hubungan positif antara harga saham dengan nilai bisnis, artinya nilai perusahaan meningkat seiring dengan harga sahamnya.

(Anjasari & Andrianti, 2016) mengetahui bahwa, tidak ada korelasi antara manfaat lingkungan dan keuntungan perusahaan. Berdasarkan penelitian (Hiariati & Rihatiningtyas, 2016) menunjukkan fakta bahwa korelasi atau hubungan yang positif antara nilai instansi dan kinerja lingkungan. Studi tersebut dilakukan oleh (Ghaesani, 2016) menegaskan bahwa, pertanggung jawaban terhadap sosial instansi tidak berdampak terhadap nilai suatu perusahaan. Menurut riset yang diteliti oleh (Puspitasari & Ermayanti, 2019), tanggung jawab sosial perusahaan mempunyai dampak yang menguntungkan terhadap nilai suatu perusahaan. Penelitian (Barbara & Suhart, 2008) menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial organisasi mempunyai dampak yang menguntungkan.

KAJIAN TEORI

Teori Agensi

Teori keagenan menjelaskan dinamika antara administrasi perusahaan yang berfungsi sebagai perwakilan dan pemilik bisnis perusahaan yang berperan sebagai prinsipal. Prinsipal adalah individu atau badan yang mengeluarkan arahan kepada individu atau badan lain yang disebut agen, hal tersebut dilakukan untuk semua tugas atas nama prinsipal. Prinsipal perusahaan yang merupakan pemilik secara konsisten mencari informasi yang komprehensif tentang aktivitas perusahaan, termasuk pengelolaan kas yang diinvestasikan dalam operasional perusahaan. Teori keagenan menjelaskan korelasi antara kesuksesan finansial suatu perusahaan dan bagaimana terbukanya sebuah informasi lingkungan. Instansi dengan kemampuan keuangan yang kuat pasti akan meningkatkan pendapatannya, sehingga mempengaruhi tingkat

pembagian informasi keuangan dan mungkin mengurangi biaya. Teori keagenan menjelaskan korelasi antara kesuksesan finansial suatu perusahaan dan pengungkapan informasi lingkungan. Perusahaan dengan kinerja keuangan yang kuat cenderung mengalami peningkatan pendapatan yang pada gilirannya mempengaruhi tingkat keterpaparan informasi keuangan, sehingga berpotensi mengurangi biaya.

Stakeholder Theory

Teori keagenan menjelaskan dinamika antara administrasi perusahaan yang berfungsi sebagai perwakilan dan pemilik bisnis perusahaan yang berperan sebagai prinsipal. Prinsipal adalah individu atau badan yang mengeluarkan arahan kepada individu atau badan lain yang disebut agen, untuk menggiatkan semua tugas atas yang namanya prinsipal. Prinsipal perusahaan yang merupakan pemilik secara konsisten mencari informasi yang komprehensif tentang aktivitas perusahaan, termasuk pengelolaan kas yang diinvestasikan dalam operasional perusahaan. Teori keagenan menjelaskan korelasi antara kesuksesan finansial suatu perusahaan dan pengungkapan informasi lingkungan. Perusahaan dengan kinerja keuangan yang kuat pasti akan meningkatkan pendapatannya, sehingga mempengaruhi tingkat pembagian informasi keuangan dan mungkin mengurangi biaya. Teori keagenan menjelaskan korelasi antara kesuksesan finansial suatu perusahaan dan pengungkapan informasi lingkungan. Perusahaan dengan kinerja keuangan yang kuat cenderung mengalami peningkatan pendapatan, yang pada gilirannya mempengaruhi tingkat keterpaparan informasi keuangan, sehingga berpotensi mengurangi biaya.

Menurut (Pramelasari, Yosi, & Prastiwi, 2010) manajemen organisasi seharusnya melakukan tugas-tugas yang penting bagi pemangku kepentingannya dan kemudian melaporkan tugas tersebut kembali kepada mereka. Laporan tersebut wajib disampaikan kepada pemangku kepentingan karena pemangku kepentingan mempunyai hak untuk memperoleh wawasan tentang dampak tindakan organisasi terhadap lingkungan sekitarnya. Organisasi memiliki berbagai pemangku kepentingan seperti pekerja, masyarakat, pasar modal, dan lain-lain. Dukungan dari pemangku kepentingan sangatlah penting dalam kelangsungan hidup dan keberhasilan suatu organisasi. Oleh karena itu, perusahaan akan menghadapi banyak tantangan jika mereka kurang memperhatikan kepentingan pemangku kepentingan.

Legitimacy Theory

Menurut teori legitimasi, organisasi diyakini demikian konsisten berupaya menyelaraskan tindakan mereka dengan batasan dan norma yang ditetapkan dalam masyarakat tempat mereka beroperasi (Rawi & Munawar, 2010) Legitimasi masyarakat merupakan aspek penting bagi perusahaan untuk meningkatkan pertumbuhan komersial mereka. Hal ini berfungsi sebagai sarana untuk membuat rencana bisnis, khususnya dalam hal menampilkan siapa Anda di masyarakat yang lebih canggih (Hadi, 2011). Teori legitimasi menyoroti pentingnya perusahaan mematuhi standar sosial dan lingkungan yang ditetapkan dalam praktik operasional mereka. Teori ini menekankan perlunya perusahaan untuk mendapatkan penerimaan dari pemangku kepentingan eksternal dengan menyelaraskan aktivitas mereka dengan norma dan harapan masyarakat tempat mereka beroperasi (Deegan, 2004)

Sederhananya, organisasi harus mematuhi norma-norma masyarakat memastikan kelangsungan keberadaan mereka dan kapasitas mereka untuk berkembang. Menurut Lindblom

(seperti dikutip (Hadi, 2011)), gagasan tentang legitimasi menunjukkan bahwa ketika nilai-nilai suatu perusahaan tidak sejalan dengan nilai-nilai masyarakat, perusahaan tersebut mungkin kehilangan legitimasinya yang pada gilirannya menimbulkan bahaya bagi keberadaannya. (Mandaika & Salim, 2015) berpendapat bahwa, perusahaan terlibat dalam kegiatan sosial dan lingkungan untuk meningkatkan kredibilitas mereka. Kegiatan tersebut mempunyai konsekuensi akuntansi yang mempengaruhi pelaporan tahunan perusahaan, termasuk publikasi laporan sosial dan lingkungan.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Organisasi harus mematuhi norma-norma masyarakat memastikan kelangsungan keberadaan mereka dan kapasitas mereka untuk berkembang. Menurut Lindblom (seperti dikutip dalam (Hadi, 2011)), gagasan tentang legitimasi menunjukkan bahwa ketika nilai-nilai suatu perusahaan tidak sejalan dengan nilai-nilai masyarakat, perusahaan tersebut mungkin kehilangan legitimasinya yang pada gilirannya menimbulkan bahaya bagi keberadaannya. (Mandaika & Salim, 2015) berpendapat bahwa perusahaan terlibat dalam kegiatan sosial dan lingkungan untuk meningkatkan kredibilitas mereka. Kegiatan-kegiatan ini mempunyai konsekuensi akuntansi yang mempengaruhi masyarakat. Di bawah tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR, bisnis pertanggungjawaban atas perilaku seseorang yang berdampak pada masyarakat, komunitas, dan lingkungan.

Tanggung jawab sosial perusahaan, sebagaimana didefinisikan oleh (Hackston & Milne, 1996) mengacu pada tindakan menyampaikan dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan hidup dari operasi ekonomi suatu perusahaan dengan kelompok pemangku kepentingan sasaran dan masyarakat luas. (Suharto, 2008) berpendapat bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah praktik bisnis yang didedikasikan untuk tidak hanya memaksimalkan keuntungan finansial perusahaan, namun juga mendorong kemajuan sosio ekonomi yang komprehensif, institusional, dan berkelanjutan di wilayah tersebut. Pelaporan tahunan perusahaan, yang mencakup publikasi laporan sosial dan laporan lingkungan hidup.

Bisnis memiliki kewajiban kepada semua pihak yang berperan penting dalam kerjanya, termasuk kreditor, pekerja, pemegang saham, dan pemilik. Di seluruh definisi tanggung jawab sosial perusahaan, muncul tema yang konsisten, CSR secara inheren terkait dengan kepedulian dan kesejahteraan pemegang saham dan pemangku kepentingan organisasi lainnya. Tujuan CSR harus bertujuan untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan, meningkatkan kesejahteraan karyawan dan masyarakat maupun meningkatkan kualitas lingkungan (Titisari, 2009). Kinerja sosial, ekonomi, dan lingkungan (Anggraini, 2006). Ada empat kategori indikator kinerja sosial: kinerja tenaga kerja, kinerja hak asasi manusia, kinerja sosial atau komunitas, dan kinerja produk.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) menjadi fokus dalam penelitian ini, hal ini dinilai berdasarkan biaya sosial yang telah dibayar oleh bisnis maupun instansi. Pengeluaran yang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan pertimbangan anggaran untuk program pembangunan lingkungan memperjelas hal ini, yaitu seperti yang ditunjukkan dalam rekening keuangan atau laporan tahunan organisasi (Suharto, 2008) Program Bina Lingkungan mencakup penyediaan sumber daya keuangan untuk tujuan mitigasi dampak bencana alam, pendidikan dan pelatihan yang lebih baik, kesehatan masyarakat yang lebih baik, peningkatan sarana dan prasarana umum, dukungan lembaga keagamaan, dan pelestarian alam (Fitriani,

2013) Perhitungan biaya Tanggung Jawab Sosial Perusahaan melibatkan perbandingan biaya yang terkait dengan kegiatan CSR dengan laba bersih setelah pajak (Hadi, 2011) dan (Babalola, 2012). Oleh karena itu, pengukuran Corporate Social Responsibility dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus yang diberikan oleh (Fitriani, 2013), (Camilia, 2016), (Dewata, Jauhari, Sari, & Jumarni, 2018) dan (Siregar, Rasyad, & Zam, 2019).

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

Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan suatu organisasi ditentukan oleh seberapa baik organisasi tersebut menjaga lingkungannya. Kinerja lingkungan perusahaan peserta program untuk mengevaluasi dan menilai efektivitas organisasi dalam program pengelolaan lingkungan (PROPER) dievaluasi berdasarkan pencapaiannya. Program seperti ini adalah inisiatif yang eksekusi yang dilakukan Kementerian Lingkungan Hidup Arab Saudi (KLH) dalam rangka promosi kepatuhan perusahaan terhadap praktik pengelolaan lingkungan. Program PROPER sering dilaporkan ke publik, memberikan insentif atau disinsentif reputasi kepada organisasi yang menjalani penilaian berdasarkan tingkat kepatuhannya (Pujiasih, 2013)

Kebijakan pemerintah yang dikenal dengan PROPER aspirasi untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan lingkungan hidup suatu bisnis sesuai dengan hukum yang diamanatkan oleh undang-undang. PROPER tidak berfungsi sebagai pengganti alat-alat konvensional yang sudah ada, seperti penegakan hukum lingkungan hidup secara perdata dan pidana. Sebaliknya, program ini berfungsi sebagai program yang selaras dengan instrumen-instrumen tersebut untuk meningkatkan pencapaian kualitas lingkungan. dilaksanakan dengan lebih efektif dan efisien (Sudaryanto, 2011). Agar dapat berkomunikasi secara efektif dengan pemangku kepentingan mengenai hasil kinerja kepatuhan masing-masing perusahaan, skor kinerja lingkungan perusahaan dikategorikan ke dalam lima peringkat warna berbeda: emas, hijau, biru, merah, dan hitam. Peringkat warna berfungsi sebagai sarana mengkomunikasikan kinerja kepada publik, memfasilitasi pemahaman dan retensi. Untuk memperjelas, rangkaian lima warna akan diberi skor dengan urutan sebagai berikut: emas (5), hijau (4), biru (3), merah (2), dan hitam (1).

Kementerian lingkungan hidup menggunakan program penilaian penilaian peringkat kinerja perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) sebagai alat untuk mengevaluasi dan mengkategorikan perusahaan berdasarkan kepatuhan mereka terhadap peraturan lingkungan hidup dan kinerja lingkungan mereka secara keseluruhan. PROPER diselenggarakan dengan tujuan untuk meningkatkan keterlibatan korporasi dalam inisiatif pelestarian lingkungan. Nilai PROPER dianggap dapat diandalkan dan kredibel dalam menilai kinerja lingkungan suatu perusahaan karena kepatuhannya terhadap standar ISO 14001 (Sarumpaet, 2005). Oleh karena itu, metrik yang digunakan untuk menilai kinerja lingkungan perusahaan di Indonesia adalah PROPER (Sulistawati & Dirgantari, 2017); (Sawitri, 2017); (Siregar, Rasyad, & Zam, 2019).

Penilaian Kinerja Lingkungan PROPER

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

Nilai Perusahaan

Istilah “Nilai perusahaan” sering dipahami mengacu pada nilai pasar suatu perusahaan, sebagaimana dikemukakan oleh (Nurlela & Islahuddin., 2008). nilai perusahaan mengacu pada harga pasar yang dikaitkan dengan saham biasa suatu korporasi. Nilai suatu kemakmuran dan keuntungan dapat disediakan oleh dunia usaha. yang optimal untuk kepentingan pemegang saham secepat harga saham korporasi naik (Ramona, 2017). Ketika biaya stok meningkat, pendapatan pemegang saham juga meningkat. Ini adalah bisnis yang valuasinya tinggi akan menyebabkan harga sahamnya juga naik, sehingga meningkatkan kepercayaan pasar terhadap keberhasilan baik bisnis yang sudah ada maupun yang akan datang. Value instansi adalah ukuran tingkat keunggulan manajemen memanfaatkan sumber dayanya, yang dapat dinilai dengan mengevaluasi kinerja keuangan. Kinerja perusahaan dapat diwujudkan kekhawatiran yang berkaitan dengan ekonomi, masyarakat, dan lingkungan ketika menangani dan memperbaiki kerugiannya.

Penilaian suatu perusahaan ditentukan oleh rasio Tobin's Q. Rasio Tobin's Q ditentukan dengan membagi value dari saham dengan ekuitas yang ada dalam buku maupun catatan setiap instansi maupun perusahaan. Jika value Tobin's Q sebuah instansi menunjukkan angka satu atau dibawahnya, maka bisa dipastikan bahwa instansi tersebut memiliki nilai pengantian asset yang lebih sedikit. Menurut (Yudharma, Nugrahanti, & Kristanto, 2016), hal ini menunjukkan bahwa penilaian dari sebuah pasar tidak menilai setiap instansi secara akurat. Jika Tobin's Q pada sebuah instansi lebih dari satu, berarti value pada instansi tersebut melebihi value sebuah aset yang tercatat. Hal ini menunjukkan bahwa pasar memberikan tingkat kepentingan atau nilai yang lebih tinggi bagi organisasi. Semakin tinggi nilai rasio Tobin's Q menunjukkan bahwa, setiap organisasi memiliki peluang meningkatnya yang signifikan. Rasio Tobin's Q dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut (Rosiana, Juliarsa, & Sari.M.M.R., 2013); (Astiari, Atmadja, & Darmawan, 2014); (Ramona, 2017); (Tedi, 2018):

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

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan suatu perusahaan mengacu pada kemampuannya menghasilkan keuntungan dan menjaga stabilitas selama periode waktu tertentu (Sutrisno, 2009) Kinerja keuangan mengacu pada kapasitas perusahaan untuk mengelola dan manajemen pada peluang yang ada (sumber daya), jika hal tersebut dilakukan maka sumber daya akan meningkat secara

efetif. Lebih jauh lagi, kinerja keuangan berfungsi sebagai representasi nyata pencapaian kesuksesan perusahaan, yang mencerminkan hasil yang diperoleh dari beragam operasinya. Analisis return on assets (ROA) memungkinkan pemangku kepentingan untuk meninjau bagaimana tersampaikan atau tidaknya instansi dalam menggunakan sumber dayanya untuk menciptakan keuntungan, menjadikannya indikator penting untuk mengevaluasi kinerja keuangan (Penman S. , 2013) dan (Nikmah & Apriyanti, 2019). Berikut beberapa indikator yang digunakan untuk menilai keberhasilan finansial.

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

Ukuran Perusahaan

Indikator seperti pendapatan, modal, dan total aset digunakan untuk menilai besar kecilnya suatu perusahaan (Nawangsari & Iswajuni, 2019). Perhitungan ukuran perusahaan ditentukan dengan menggunakan rumus yang diberikan oleh (Braam, L, Hauck, & Huijbregts, 2016)

$$Ukuran Perusahaan = Ln (Total Aset)$$

Leverage

Leverage adalah ukuran kuantitatif yang menilai hubungan antara hutang dan aset. Hal ini memberikan wawasan mengenai struktur modal perusahaan yang sebagian besar berasal dari pinjaman (Ahmad, Salman, & Shamsi, 2015). Perhitungan leverage ditentukan dengan menggunakan metode yang ditetapkan oleh (Aboud & Diab, 2018):

$$Laverage = \frac{Total Liabilitas}{Total Aset}$$

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan adalah wujud komitmen perusahaan dalam menjaga lingkungan sekitar. Mengungkapkan pengeluaran yang terkait dengan konsep tanggung jawab sosial perusahaan merupakan indikasi jelas bahwa organisasi secara aktif mempraktikkan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan penentu utama nilai perusahaan karena membentuk dasar praktik bisnis etis perusahaan. Ketika suatu perusahaan mengungkapkan pengeluarannya untuk Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*), maka hal tersebut akan memberikan informasi mengenai prospek positif berkenaan dengan masa depan organisasi kepada pihak yang menerima informasi, khususnya investor.

Respon positif terhadap informasi akan berdampak pada tingkat investasi investor. Hal ini mungkin berpengaruh kepada fluktuasinya harga saham pada suatu perusahaan dan juga akan mempengaruhi nilai perusahaan secara keseluruhan. Menurut (Yudharma, Nugrahanti, & Kristanto, 2016), perusahaan yang berinvestasi pada kegiatan Corporate Social Responsibility mempunyai kemungkinan lebih tinggi untuk meningkatkan nilai perusahaannya dibandingkan dengan organisasi yang tidak berinvestasi pada kegiatan tersebut. Penelitian yang dilakukan

oleh (Rosiana, Juliarsa, & Sari.M.M.R., 2013) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) mempunyai dampak positif dan substansial terhadap nilai perusahaan. Meski demikian, penelitian (Ghaesani.N.S., 2016) menyajikan fakta yang bertentangan satu sama lain, yaitu dengan mengungkapkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan tidak berdampak apa pun kepada value instansi.

H1: Corporate Social Responsibility Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Sebagai fungsi dari tugas korporasi yang berdampak terhadap lingkungan, kemampuan lingkungan merupakan sebuah jalan organisasi untuk melindungi dan memperbaiki lingkungan. Instansi dengan kemampuan lingkungan yang terpuji sering kali mengungkapkan kinerjanya kepada pemangku kepentingan. Korporasi bertujuan untuk menunjukkan kinerja lingkungan yang baik kepada para pemangku kepentingan, karena keputusan mereka pada akhirnya akan menentukan nasib perusahaan. Pengelolaan lingkungan merupakan aspek penting bagi organisasi, karena hal ini mempunyai potensi untuk meningkat nilai perusahaan secara keseluruhan. Untuk meningkatkan nilai perusahaannya, suatu perusahaan harus berusaha untuk meningkatkan kinerja lingkungannya, karena hal ini akan menambah kepercayaan masyarakat. Investor menunjukkan minat yang lebih penting bagi bisnis dengan reputasi yang baik, karena hal ini secara langsung mempengaruhi peningkatan kesetiaan pelanggan terhadap penawaran instansi.

Oleh karena itu, bisnis yang menunjukkan kinerja lingkungan hidup yang luar biasa akan berkontribusi pada pengembangan reputasi positif di kalangan masyarakat umum dan investor dengan hasil akhirnya adalah peningkatan nilai total perusahaan. Peneliti (Anjasari & Andrianti, 2016) serta (Sawitri, 2017) sampai pada kesimpulan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan dan langsung antara kinerja lingkungan dengan nilai suatu perusahaan. Kesimpulan ini diambil berdasarkan temuan penelitian masing-masing. Hasil penelitian dengan kesimpulan (Hiariati & Rihatiningtyas, 2016) yang menemukan adanya hubungan hubungan antara kinerja lingkungan dan dampak lingkungan yang baik dengan nilai suatu instansi.

H2: Kinerja Lingkungan Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian merupakan penelitian kuantitatif, dalam penelitian ini mencakup perusahaan manufaktur yang berpartisipasi dalam Program Penilaian Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan (PROPER) selama periode 2019-2021 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode pemilihan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling merupakan suatu prosedur seleksi untuk populasi penelitian berdasarkan standar tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Adapun kapasitas riset yang dilampirkan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

- a. Instansi produk berhak untuk berpartisipasi sepanjang jangka waktu 2019-2021.
- b. Instansi produk yang tidak merugi pada tahun 2019–2021.
- c. Bisnis produk yang mempublikasikan laporan tahunan dan keuangan bersertifikat untuk setiap periode, beserta materi investigasi baru (tidak termasuk perusahaan industri yang telah delisting).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari hasil pencocokan riset yang telah ditentukan, terdapat total 26 instansi yang memiliki skor CSR sepanjang periode penelitian. Perusahaan-perusahaan ini memberikan total 78 titik data penelitian. Tabel di bawah ini menampilkan parameter variabel terikat, variabel bebas, dan variabel kontrol dalam riset ini.

Tabel 2. Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Tobin's Q	78	-48774.00	3885307.00	254482.3077	778549.90857
CSR Score	78	1500.00	9907.00	6393.8077	1911.93667
Return On Asset	78	-4992.00	4163.00	627.1538	1173.75989
Leverage	78	282.00	14037.00	4851.1538	2222.84036
Size	78	246114.00	335372.00	299556.6667	21606.78279
Valid N (listwise)	78				

Sumber: Data yang diolah, 2023

Tabel tersebut menunjukkan rentang nilai Tobin's Q yang luas, mulai dari -48774,00 hingga 3885307,00, yang menandakan fluktuasi besar dalam nilai pasar perusahaan. Nilai rata-rata Tobin's Q sebesar 254482.3077 menunjukkan tingkat penilaian keseluruhan yang agak tinggi. Namun demikian, deviasi standar yang besar (778549,90857) menunjukkan adanya variasi yang mencolok di antara organisasi-organisasi yang dimasukkan dalam sampel. Skor CSR berkisar antara 1500,00 hingga 9907,00, yang mencerminkan perbedaan kinerja sosial perusahaan. Rata-rata Skor CSR adalah 6393,8077, dengan standar deviasi 1911,93667, yang menunjukkan tingkat konsistensi yang cukup tinggi di seluruh organisasi tersebut.

Variabel ROA menunjukkan fluktuasi yang cukup besar mulai dari -4992.00 hingga 4163.00. Rata-rata Return on Assets (ROA) adalah 627,1538 dengan standar deviasi 1173,75989, yang menunjukkan adanya variasi yang signifikan dalam efisiensi penggunaan aset di seluruh perusahaan yang termasuk dalam penelitian ini. Tingkat utang perusahaan yang ditunjukkan oleh variabel Leverage menunjukkan fluktuasi yang signifikan yaitu berkisar antara 282,00 hingga 14037,00. Rata-rata leverage adalah 4851,1538 dan standar deviasinya adalah 2222,84036, yang terlihat adanya variasi substansial dalam struktur modal instansi yang dianalisis dalam riset ini. Variabel ukuran yang ditentukan oleh nilai aset mempunyai rentang terkendala dengan nilai minimum sebesar 246114.00 dan nilai maksimum sebesar 335372.00. Rata-rata ukuran perusahaan adalah 299556.6667 dengan standar deviasi 21606.78279, menunjukkan distribusi ukuran perusahaan yang sangat stabil dalam sampel.

Tabel 3. Koefisien Determinan dan Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.640 ^a	0.410	0.376	329178.22330	1.960

Sumber: Data yang diolah, 2023

Nilai ini menunjukkan seberapa kuat hubungan linear antara variabel independen dan dependen. Nilai korelasi berkisar antara -1 hingga 1. Semakin tinggi nilainya, semakin kuat hubungan antara variabel tersebut. Di sini, nilai R adalah 0.640^a, yang menunjukkan hubungan yang cukup kuat. Menunjukkan seberapa besar variabilitas variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi. Nilai R Square berkisar antara 0 hingga 1. Nilai 0.410 menunjukkan bahwa sekitar 41% variabilitas dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Merupakan versi penyesuaian dari R Square yang memperhitungkan jumlah variabel independen dalam model. Ini memberikan indikasi yang lebih konservatif tentang seberapa baik model ini sesuai dengan data. Menunjukkan seberapa akurat model dalam meramalkan nilai-nilai observasi aktual. Semakin rendah nilai kesalahan standar, semakin baik model dapat memprediksi data. Dalam konteks ini, nilai 329178.22330 menunjukkan seberapa besar kesalahan standar dalam memperkirakan nilai-nilai dependen. Statistik ini digunakan untuk menguji apakah terdapat autokorelasi dalam residu (kesalahan prediksi) dari model regresi. Nilai Durbin-Watson berkisar antara 0 dan 4. Nilai sekitar 2 mengindikasikan bahwa tidak ada autokorelasi yang signifikan. Dalam hal ini, nilai 1.960 mendekati 2, yang menunjukkan kurangnya autokorelasi dalam residu. Sebagai catatan, "a" di samping nilai R mungkin menunjukkan bahwa nilai ini telah diubah atau disesuaikan untuk beberapa alasan tertentu. Selalu periksa dokumentasi SPSS atau konteks analisis untuk memahami lebih lanjut tentang hasil yang spesifik ini.

Tabel 4. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	5263907761925.819	4	1315976940481.455	12.145	0.000 ^b
Residual	7585081188640.526	70	108358302694.865		
Total	12848988950566.346	74			

Sumber: Data yang diolah, 2023

Secara keseluruhan, hasil yang signifikan pada uji F dari tabel regresi menunjukkan bahwa setidaknya satu variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel dependen. Nilai-nilai lainnya memberikan informasi tentang sejauh mana model dapat menjelaskan variasi dan seberapa besar kesalahan prediksi dari model tersebut.

Tabel 5. Uji Hipotesis Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	184934.615	562560.36		0.329	0.743		
CSR	-139.674	23.285	-.562	-5.999	0.000	0.960	1.042
ROA	7.568	37.492	0.020	0.202	0.841	0.879	1.138
LEV	-25.886	20.633	-.127	-1.255	0.214	0.826	1.210
SIZE	3.171	2.107	0.144	1.504	0.137	0.924	1.082

Sumber: Data yang diolah, 2023

Tabel 3 menampilkan temuan regresi linier berganda yang menggambarkan bagaimana faktor independen mempengaruhi Tobin's Q, variabel dependen. Berdasarkan ambang batas signifikansi 0,05, analisis tersebut mengungkapkan banyak temuan signifikan. Konstanta regresi yang ditemukan sebesar 184934,615 dengan nilai t sebesar 0,329 dan tingkat berpengaruh sebesar 0,743. Meskipun konstanta ini tidak memiliki signifikansi statistik, konstanta ini memberikan indikasi perkiraan nilai Tobin's Q ketika semua variabel independen berada pada nol.

Variabel yang mewakili Corporate Social Responsibility Score (CSR) mempunyai koefisien sebesar -139,674, nilai t sebesar -5,999, dan tingkat berpengaruh sebesar 0,000. Koefisien negatif menunjukkan bahwa terdapat hubungan terbalik antara peningkatan Skor CSR dan Tobin's Q. Temuan ini sangat tepat dengan antisipasi bahwa instansi yang terlihat kinerja sosial yang unggul sering kali mengalami penurunan nilai pasar.

Meskipun demikian, variabel ROA (Return On Asset) tidak mempunyai pengaruh yang besar terhadap Tobin's Q yang ditunjukkan dengan koefisien sebesar 7,568, nilai t sebesar 0,202, dan tingkat berpengaruh sebesar 0,841. Temuan ini terlihat bahwa dampak pemanfaatan aset terhadap nilai pasar, yang diukur dengan ROA, tidak signifikan.

Variabel LEV (Leverage) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan, ditunjukkan dengan koefisien sebesar -25,886, nilai t-hitung sebesar -1,255, dan tingkat berpengaruh sebesar 0,214. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah hutang perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang besar terhadap Tobin's Q. Variabel SIZE (Size) dengan koefisien sebesar 3,171, nilai t-value 1,504, dan signifikansi sebesar 0,137 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang hampir besar. dampak positif pada Tobin's Q.

Model regresi memiliki R Square sebesar 0,410, terlihat bahwa sekitar 41,0% varians dalam Tobin's Q dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Nilai F sebesar 12,145 menunjukkan bahwa keseluruhan model memiliki signifikansi statistik. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,376 terlihat bahwa model telah dimodifikasi untuk memperhitungkan jumlah variabel independen yang dimasukkan. Hasil ini sangat menambah pengetahuan kita tentang elemen-elemen yang berdampak pada nilai pasar perusahaan dalam lingkup penelitian ini.

Pembahasan

H1 Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan temuan penelitian, terbukti bahwa variabel CSR mempunyai pengaruh yang besar terhadap Tobin's Q yang mewakili nilai pasar perusahaan. Adanya koefisien negatif (-139,674) menunjukkan bahwa seiring dengan meningkatnya skor CSR, maka terjadi pula penurunan pada Tobin's Q, yang menunjukkan semakin rendahnya nilai bisnis di pasar. Implikasi dari hasil ini adalah investor lebih memilih untuk memberikan nilai pasar yang lebih besar kepada perusahaan yang menunjukkan tingkat kinerja sosial yang lebih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa pasar tidak terlalu mementingkan faktor tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) ketika mengevaluasi nilai suatu perusahaan. Variabel tambahan seperti kinerja keuangan dan ukuran perusahaan mungkin mempunyai dampak yang lebih signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh (Rosiana, Juliarsa, & Sari.M.M.R., 2013) dan (Sunaryo, 2018) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) mempunyai dampak positif dan substansial terhadap nilai perusahaan.

H2 Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

Peningkatan dan pemeliharaan lingkungan merujuk pada usaha perusahaan untuk memperbaiki serta menjaga keberlanjutan lingkungan sebagai wujud tanggung jawab terhadap dampak yang dihasilkan perusahaan terhadap lingkungan tersebut. Perusahaan yang berhasil meraih kinerja lingkungan yang baik seringkali berupaya menyampaikan pencapaiannya kepada para pemangku kepentingan. Tujuannya adalah untuk menunjukkan kepada pemangku kepentingan bahwa perusahaan memahami dan bertanggung jawab terhadap aspek lingkungan, karena pemangku kepentingan memiliki peran penting dalam menentukan arah perusahaan ke depan. Kesadaran perusahaan dalam mengelola lingkungan dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Jika perusahaan berkeinginan untuk meningkatkan nilai keseluruhan perusahaannya, maka perlu adanya peningkatan dalam kinerja lingkungan. Penelitian (Anjasari & Andrianti, 2016) dan (Sawitri, 2017) menyatakan bahwa kinerja lingkungan tidak memiliki pengaruh secara langsung dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian mereka bertentangan dengan penelitian (Hiariati & Rihatiningtyas, 2016) yang menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Temuan penelitian menunjukkan bahwa struktur modal perusahaan yang dinilai berdasarkan leverage tidak memiliki dampak besar terhadap nilai pasar. Sebaliknya variabel SIZE (mewakili ukuran perusahaan) memiliki pengaruh positif kecil terhadap Tobin's Q. Pengaruh ini secara statistik dapat diabaikan, ditunjukkan dengan koefisien sebesar 3,171, nilai t sebesar 1,504, dan tingkat berpengaruh sebesar 0,137. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran suatu instansi mempunyai pengaruh yang menguntungkan terhadap nilai pasarnya, namun pengaruhnya data pada tingkat kepercayaan yakni sebesar 95%. Model regresi memiliki nilai R Square sebesar 0,410, yang menunjukkan bahwa model tersebut menyumbang sekitar 41% variabilitas dalam Tobin's Q. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun model ini menawarkan pemahaman komprehensif tentang elemen-elemen yang berdampak pada nilai pasar bisnis manufaktur, terdapat adalah faktor eksternal lain yang juga berperan dalam

penilaian pasar. Data ini menunjukkan bahwa kinerja sosial perusahaan, yang dinilai dengan Skor CSR, memiliki pengaruh yang sangat penting dan merugikan terhadap nilai pasar perusahaan manufaktur. Investor mungkin memberikan nilai pasar yang lebih rendah kepada perusahaan yang menunjukkan kinerja sosial yang unggul. Meskipun ukuran perusahaan mempunyai pengaruh, namun pengaruhnya tidak signifikan. Namun nilai pasar tidak dipengaruhi secara signifikan oleh efisiensi penggunaan aset (ROA) maupun struktur modal perusahaan (leverage). Penting untuk diketahui bahwa data ini bersifat korelasional dan tidak dapat menunjukkan hubungan sebab-akibat. Oleh karena itu, hasil ini hanya menggambarkan korelasi statistik antara variabel yang diamati dalam penyelidikan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aboud, A., & Diab, A. (2018). The Impact of Social, Environmental and Corporate Governance Disclosures on Firm Value: Evidence from Egypt. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 8(4), 442-458.
- Ahmad, Salman, & Shamsi. (2015). Impact of Financial Leverage on Firms Profitability: An Investigation from Cement Sector of Pakistan,. *Research Journal of Finance and Accounting*, 6, 75-81.
- Anggraini, F. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi IX. Padang*.
- Anjasari, S., & Andrianti, H. (2016). Pengaruh Tata Kelola Perusahaan dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah*, Vol.11 No.2.
- Astiari, N., Atmadja, A., & Darmawan, N. (2014). Pengaruh Pertanggung Jawaban Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi UNDIKSHA*, Vol.2 No.1.
- Babalola, Y. (2012). The Impact of Corporate Social Responsibility on Firms' Profitability in Nigeria. . *European Journal of Economics, Finance, and Administrative Sciences*, ISSN 1450-2275, Issue 45 (2012).
- Barbara, G., & Suhart, i. (2008). Peran Corporate Social Responsibility dalam Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* Vol.7 No.2, 174-185.
- Braam, G., L, U., Hauck, M., & Huijbregts, M. (2016). Determinants of Corporate Environmental Reporting : THE Importance of Environmental Performance and Assurance. *Journal of Cleaner Production*, 129, 724-734.
- Camilia, I. (2016). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Biaya Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur. . *Artikel Ilmiah STIE Perbanas Surabaya*.

- Deegan, C. (2004). *Financial Accounting Theory*. Sydney: McGraw-Hill Book Company.
- Dewata, E., Jauhari, H., Sari, Y., & Jumarni, E. (2018). Pengaruh Biaya Lingkungan Kepemilikan Asing, dan Politirical Cost terhadap Kinerja Perusahaan Pertambangan Indonesia. *Jurnal AKSI (Akuntansi dan Sistem Informasi)*, Vol.3, No.2.
- Fitriani, A. (2013). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Biaya Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan pada BUMN. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 1, No. 1.
- Ghaesani.N.S. (2016). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan.
- Hackston, D., & Milne, M. (1996). Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, VOL.9 No.1, pp. 77-108.
- Hadi, N. (2011). Interaksi Tanggung Jawab Sosial, Kinerja Sosial, Kinerja Keuangan, dan Luas Pengungkapan Sosial (Uji Motif di Balik Social Responsibility Perusahaan Go Publik di Indonesia). . *Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang*, Vol. 1, No. 2. .
- Hiariati, I., & Rihatiningtyas, Y. (2016). Pengaruh Tata Kelola Perusahaan dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, Vol.3, No.2.
- Mandaika, Y., & Salim, H. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan, Tipe Industri, dan Financial Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility : Study Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013. *Jurnal Akuntansi* 8(2).
- Nawangsari, & Iswajuni. (2019). Effects of Auditor Switching Towards Abnormal Return in Manufacturing Company. . *Asian Journal of Accounting Research*, 4(1), 157-168.
- Nikmah, N., & Apriyanti, H. (2019). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 6(1)., 53-74.
- Nurlela, R., & Islahuddin. (2008). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta).
- Penman, S. (2013). *Financial Statement Analysis and Valuation*. McGraw-Hill.
- Pramelasari, Yosi, M., & Prastiwi, A. (2010). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Pasar dan Kinerja Keuangan Pasar. *Undergraduate thesis, Perpustakaan FE UNDIP*.
- Pujiasih. (2013). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan dengan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada

- Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2009-2011. *Under Graduates Thesis, Universitas Negeri Semarang*.
- Puspitasari, E., & Ermayanti, D. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi. . *Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis, No. 1*.
- Ramona, S. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. . *e-Journal Mahasiswa Prodi Akuntansi, Vol.3, No. 1*.
- Rawi, & Munawar, M. (2010). Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusi, Leverage, dan Corporate Social Responsibility. *Simposium. Nasional Akuntansi XIII. Purwokerto*.
- Rosiana, G., Juliarsa, G., & Sari.M.M.R. (2013). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *e-Jurnal Akuntansi, Vol. 5, No. 3*.
- Sarumpaet, S. (2005). The Relationship Between Enviromental Performance and Financial Performance of Indonesia Companies. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol.7, No.2*.
- Sawitri, A. (2017). Analisis Pengaruh Pengungkapan Akuntansi Lingkungan dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan.
- Siregar, I., Rasyad, R., & Zam, Z. (2019). Pengaruh Implikasi Biaya Lingkungan dan Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pertambangan Umum Kategori Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). . *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas* .
- Sudaryanto. (2011). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan dengan CSR sebagai Variabel Intervening. *Skripsi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*.
- Suharto. (2008). Kebijakan Sosial sebagai Kebijakan Publik. *Bandung: Alfabeta*.
- Sulistiawati, E., & Dirgantari, N. (2017). Analisis Pengaruh Penerapan Green Accounting terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan, Vol.6 No.1*.
- Sunaryo. (2018). Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akuntansi dan STI Universitas Slamet Riyadi Surakarta*.
- Sutrisno, H. (2009). Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan aplikasi. *Yogyakarta:Ekonosia*.
- Tedi, R. (2018). Pengaruh GCG Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada BUMN di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Akuntansi, Vol.13, No.2*.

- Titisari, K. (2009). Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Perusahaan. *Dinamika Manajemen, Vol.1 No.1 Surakarta: FE UNIBA*.
- Yudharma, S., Nugrahanti, Y., & Kristanto, A. (2016). Pengaruh Biaya Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan. . *Development Research of Management: Jurnal Manajemen, Vol. 11, No. 2*.