

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi berfokus pada hubungan interaksi antara organisasi dan masyarakat (Utomo, 2019:38). Teori legitimasi adalah suatu mekanisme untuk mendukung perusahaan dalam mengimplementasikan dan mengembangkan pengungkapan lingkungan secara sukarela dengan harapan dapat memenuhi kontrak sosial sehingga perusahaan dapat memperoleh pengakuan dan jaminan atas kelestarian lingkungan. Teori legitimasi menunjukkan hubungan antara perusahaan dengan masyarakat sehingga pengungkapan lingkungan secara sukarela muncul dengan harapan dapat beradaptasi dengan lingkungan sekitar. (Brulea, Firmansyah dan Estutik, 2021:13).

Perusahaan diharapkan dapat menyesuaikan dengan nilai-nilai sosial dan norma-norma yang berkembang di lingkungan masyarakat sekitar. Hal ini untuk mencegah terjadinya *legitimacy gap* dimasa mendatang. Selain itu cara untuk mencegah *legitimacy gap* yaitu dengan cara melakukan pengungkapan informasi perusahaan kepada *public*, seperti pengungkapan pada *annual report*. Melalui pengungkapan, perusahaan juga dapat mengklarifikasi atau bahkan membantah berita-berita negatif yang mungkin muncul di media.

Berdasarkan pada teori legitimasi, pengungkapan emisi karbon merupakan respon perusahaan terhadap tekanan lingkungan masyarakat atas keberadaan usahanya. Dengan pengungkapan emisi karbon, perusahaan dapat menunjukkan bahwa aktivitas perusahaan tidak bertentangan dengan hukum, aturan norma, dan ketentuan-ketentuan lainnya. Sehingga perusahaan berharap untuk mendapatkan legitimasi masyarakat dan menjaga keberlangsungan usahanya.

2.2 Teori Stakeholder

Bisetz (1998) secara singkat mendefinisikan stakeholders adalah orang dengan suatu kepentingan atau perhatian pada permasalahan tertentu. Dari definisi tersebut, maka

stakeholders merupakan keterikatan yang didasari oleh kepentingan tertentu. Teori stakeholder menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya.

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan yang biasa disebut stakeholder theory telah berkembang sejak tahun 1970. Teori ini merupakan teori tentang berbagai kebijakan dan praktik yang terkait dengan pemangku kepentingan, relevansi, nilai-nilai, kepatuhan terhadap kewajiban hukum, penghargaan terhadap masyarakat dan lingkungan, serta komitmen terhadap praktik bisnis yang berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan (Kesumastuti dan Dewi, 2021)

Stakeholder theory mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain) dengan kata lain bahwa keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut (Ghozali & Chariri, 2014)

2.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan sangat penting karena dengan adanya nilai perusahaan yang baik maka akan diikuti dengan tingginya kemakmuran pemegang saham (Dwi Purnomo, 2021). Nilai perusahaan merupakan suatu bentuk citra baik yang akan diperoleh perusahaan dalam melakukan kegiatan perusahaan dalam periode tertentu. Nilai perusahaan digunakan sebagai alat yang berguna untuk mempengaruhi perspektif para investor terhadap perusahaan, sehingga nilai perusahaan menjadi perhatian banyak pihak karena memberikan pandangan atau gambaran kondisi perusahaan yang sebenarnya.

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan atau kekayaan, terutama bagi para pemegang sahamnya, terwujudnya berupa upaya peningkatan atau memaksimalkan nilai pasar atas harga saham perusahaan yang bersangkutan. Meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan utama setiap pengelolaan usaha, karena semakin tinggi nilai perusahaan maka akan diikuti dengan tingginya kemakmuran investor atau pemegang saham (Sochib, 2018)

Menurut Silvia Indriani (2019), nilai perusahaan merupakan persepsi para investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepada perusahaan.

Nilai perusahaan bisa diukur dengan beberapa proxy yaitu Tobins'Q, *PBV (Price Book Value)*, dan *Price Earning Ratio (PER)*.

Untuk perhitungan Tobins'Q sebagai berikut :

$$Tobins'Q = \frac{Total\ Market\ Value + Total\ Book\ Value\ Of\ Liabilities}{Total\ Book\ Value\ of\ Assets}$$

Untuk perhitungan PBV (Price Book Value) sebagai berikut :

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

Untuk Perhitungan PER (Price Earning Ratio) sebagai berikut :

$$PER = \frac{Market\ Price\ Per\ Share}{Earning\ Per\ Share}$$

2.4 Pengungkapan Emisi Karbon

Emisi karbon adalah pelepasan karbon ke atmosfer yang berasal dari proses pembakaran bahan bakar fosil yang secara langsung berhubungan dengan pelepasan level karbondioksida ke atmosfer. Sedangkan pengungkapan emisi karbon merupakan pengungkapan yang dilakukan perusahaan untuk mengungkapkan atau mempertanggungjawabkan kegiatannya pada lingkungan dengan menuangkannya kedalam laporan tahunan mengenai aktivitas perusahaan yang terkait dengan emisi karbon.

Perusahaan saat ini dituntut untuk lebih terbuka mengenai informasi terkait aktivitas perusahaan. Perusahaan tidak hanya berfokus untuk mencari keuntungan saja, tetapi juga ikut andil dalam pelestarian lingkungan serta memberikan manfaat bagi pihak-

pihak yang berkepentingan. Hal ini didasarkan pada tujuan pembangunan berkelanjutan yang secara konsisten mendorong keseimbangan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Oleh karena itu, pengungkapan emisi karbon menjadi komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan atas dampak-dampak lingkungan yang ditimbulkannya.

Dalam penelitian ini Pengungkapan Emisi Karbon diukur dengan menggunakan *Carbon Emission Disclosure Checklist* yang terdapat lima kategori besar yang relevan dengan perubahan dan emisi karbon yaitu sebagai berikut : risiko dan peluang perubahan iklim (*CC/climate change*), emisi gas rumah kaca (*GHG/greenhouse gas*), konsumsi energi (*EC/Energy Consumption*), pengurangan gas rumah kaca dan biaya (*RC/reduction and cost*), serta akuntabilitas emisi karbon (*AEC/accountability of emission carbon*). Dalam lima kategori tersebut terdapat 18 item yang diidentifikasi. (Choi Lee dan Psaros 2013).

Tabel 2.1

Checklist Pengungkapan Emisi Karbon

Kategori	Item	Keterangan
Perubahan iklim (CC/Climate Change) : Resiko dan Peluang	CC-1	Penilaian/deskripsi terhadap resiko (peraturan/regulasi baik khusus maupun umum) yang berkaitan dengan perubahan iklim dan tindakan yang diambil untuk mengelola resiko tersebut.
	CC-2	Penilaian/deskriptif saat ini dan masa depan dari implikasi keuangan bisnis dan peluang dari perubahan iklim.
Emisi Gas Rumah Kaca (GHG/greenhouse gas)	GHG-1	Deskriptif metodologi yang digunakan untuk menghitung emisi gas rumah kaca(misalnya protokol GRK atau ISO)

	GHG-2	Keberadaan verifikasi eksternal kuantitas emisi GRK oleh siapa dan atas dasar apa
	GHG-3	Total emisi gas rumah kaca (metrik ton CO ₂) yang dihasilkan
	GHG-4	Pengungkapan lingkup 1,2,atau 3 emisi GRK langsung
	GHG-5	Pengungkapan emisi GRK berdasarkan asal atau sumbernya (misal : batubara, listrik dan lain-lain)
	GHG-6	Pengungkapan emisi GRK menurut fasilitas atau segmen.
	GHG-7	Perbandingan emisi GRK dengan tahun-tahun sebelumnya.
Konsumsi Energi(EC/energy consumption)	EC-1	Jumlah energi yang dikonsumsi (misalnya terajoule atau petajoule)
	EC-2	Perhitungan energi yang digunakan dari sumber daya yang dapat diperbaharui
	EC-3	Pengungkapan menurut jenis fasilitas atau segmen
Pengurangan gas rumah kaca dan biaya (RC/reduction cost)	RC-1	Perincian dari rencana atau strategi untuk mengurangi emisi GRK
	RC-2	Perincian dari tingkat target pengurangan emisi GRK saat ini dan target pengurangan emisi
	RC-3	Pengurangan emisi dan biaya tabungan yang dicapai saat ini sebagai akibat dari rencana pengurangan emisi.
	RC-4	Biaya emisi masa depan yang diperhitungkan dalam perencanaan belanja modal (Capital expending planning).
Akuntabilitas emisi karbon	AEC-1	Indikasi dimana dewan komite (atau badan eksekutif lainnya) memiliki tanggung

(AEC/accountability of emission carbon)		jawab atas tindakan yang berkaitan dengan perubahan iklim.
	AEC-2	Deskripsi mekanisme dimana dewan (atau badan eksekutif lainnya) meninjau kemajuan perusahaan mengenai perubahan iklim.

Pengukuran pengungkapan emisi karbon dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

Memberikan skor 1 untuk setiap item yang diungkapkan oleh perusahaan dan skor 0 jika tidak diungkapkan oleh perusahaan. Kemudian jumlah yang diungkapkan akan dibagi dengan total seluruh kriteria yang harus diungkapkan.

Dimana :

$$CED = \frac{n}{k} \times 100\%$$

Karbon : indeks pengungkapan emisi karbon

n : jumlah item yang diungkapkan perusahaan

k : jumlah item yang terdapat dalam pengungkapan emisi karbon

2.5 Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut *World Business Council for Sustainable Development* dalam Kotler dan Lee (2005) menjelaskan bahwa CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh perusahaan untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat secara luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya.

Menurut Euis Rosidah (2018), *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan adalah memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang diantaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan.

Menurut Agung Prasetyo dan Wahyu Meiranto (2017), CSR merupakan suatu komitmen perusahaan dalam mempertanggung jawabkan dampak operasinya dalam dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan serta menjaga agar dampak tersebut menyumbang manfaat kepada masyarakat dan lingkungan hidupnya.

Corporate Social Responsibility diukur dengan menggunakan variabel dummy yang mengacu pada standar GRI-G4 (Global Reporting Initiative). GRI-G4 merupakan pedoman dalam pengungkapan CSR yang meliputi 78 komponen . (Dewi Kemala,2021). Adapun rumus dalam indeks pengungkapan CSR (CSRI) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$CSRI_j = \sum \frac{X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

Score 0 : jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Score 1 : jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar indikator pengungkapan CSR berdasarkan GRI-G4.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu tentang pengungkapan emisi karbon,nilai perusahaan dan kinerja lingkungan sebagai variabel moderasi telah banyak dilakukan oleh peneliti lain, maka diantaranya yang dapat dikumpulkan oleh penulis adalah sebagai berikut :

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Variabel	Alat Analisis	Hasil
1.	Yuanyuan Hu, Shouming Chen , Yuexin Shao , and Su Gao 2018	Corporate Social Responsibility (CSR)(X) Nilai Perusahaan (Y)	CSR diukur dengan menggunakan Skor Komprehensif Indeks CSR hexun,berkisar dari 1 sampai 100	CSR perusahaan secara positif mempengaruhi nilai pasar perusahaan. Hubungan positif antara CSR dan nilai

	<p>CSR and Firm Value: Evidence from China</p>		<p>Nilai Perusahaan diukur dengan menggunakan Tobins'Q</p>	<p>pasar perusahaan dimoderasi oleh intensitas iklan. Secara khusus, hubungan ini menjadi lebih lemah ketika perusahaan memiliki intensitas periklanan yang lebih tinggi.</p> <p>Hubungan positif antara CSR dan nilai perusahaan dimoderasi oleh kepemilikan negara. Secara khusus hubungan ini akan menjadi lebih kuat untuk perusahaan milik negara daripada yang bukan milik negara.</p>
--	--	--	--	--

2.	<p>Jeong-Hwan Lee * and Jin-Hyung Cho 2022</p> <p><i>Firm-Value Effects of Carbon Emissions and Carbon Disclosures— Evidence from Korea</i></p>	<p>Nilai Perusahaan(Y) Emisi Karbo(X) Pengungkapan Karbon (X)</p>	<p>1.Nilai perusahaan = PBV (<i>price book value</i>)</p> <p>2.Emisi karbon diukur dengan menggunakan variabel dummy.</p>	<p>Hubungan positif yang signifikan antara emisi karbon dan nilai perusahaan untuk chaebolan.</p> <p>Hubungan positif yang signifikan antara kinerja lingkungan dan pengungkapan emisi karbon disemua tingkatan perusahaan.</p> <p>Khususnya, hasil di H-1 secara statistik signifikan hanya untuk chaebol- afiliasi perusahaan, sedangkan hasil untuk H-2 secara statistik signifikan positif di semua kelompok</p>
----	---	---	---	--

				Perusahaan.
3.	Meyliana, Yvonne Augustine Sudibyo /2022 Pengaruh Pengungkap an emisi karbon dan CSR terhadap nilai perusahaan dengan reputasi perusahaan sebagai variabel moderasi.	Pengungkapan Emisi Karbon(X1) Corporate Social Responsibility (CSR) (X2) Nilai Perusahaan (Y) Reputasi Perusahaan (M)	Pengungkapan Emisi Karbon menggunakan pengukuran yang dikembang kan choi lee dan psaros sesuai kategori sampel yang dintentukan peneliti CSR diukur dengan menggunakan Pengukuran pengungkapan tema CSR juga dilakukan langkah dimana akan diberikan nilai 1 jika terdapat pengungkapan pada setiap tema CSR atau nilai sebesar 0 jika tidak ada pengungkapan. Kemudian, jumlah yang diungkapkan akan dibagi dengan total semua kriteria yang harus diungkapkan	Pengungkapa n Emisi Karbon berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan Reputasi Perusahaan memperkuat pengaruh pengungkapan emisi karbon dan CSR terhdap nilai perusahaan.

			<p>Nilai Perusahaan diukur dengan menggunakan PBV</p> <p>Reputasi Perusahaan diukur dengan menggunakan 7 dimensi. Tujuh dimensi pengukuran reputasi perusahaan terdiri dari: produk dan layanan, inovasi, lingkungan tempat kerja, tata kelola, lingkungan tanggung jawab, kepemimpinan, dan kinerja</p>	
4.	<p>Oman Rusmana, Si Made Ngurah Purnaman / 2020</p> <p>Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon Dan Kinerja Lingkungan</p>	<p>Pengungkapan Emisi Karbon (X)</p> <p>Kinerja Lingkungan (X)</p> <p>Nilai perusahaan (Y)</p>	<p>Pengungkapan Emisi Karbon diukur dengan Carbon Disclosure Checklist.</p> <p>Kinerja Lingkungan diukur dengan PROPER</p> <p>Nilai Perusahaan diukur dengan Tobins'Q</p>	<p>Pengungkapan emisi karbon dan kinerja lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan baik secara simultan maupun parsial.</p>

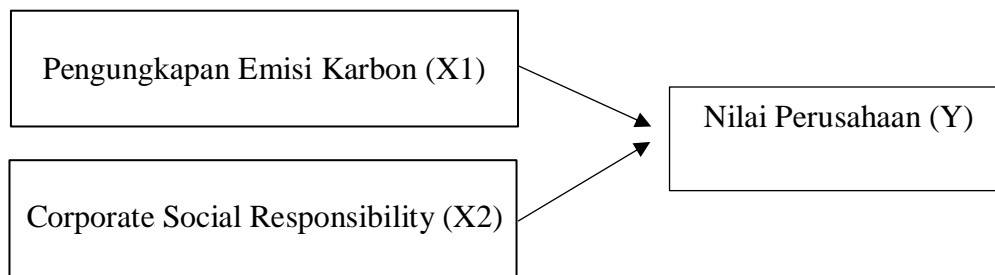
	Terhadap Nilai Perusahaan			
5.	Dading Damas, Rovila El Maghviroh, Meidiyah Indreswari /2021 Pengaruh Eco-Efficiency, Green Innovation Dan Carbon Emission Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Lingkungan sebagai Variabel Moderasi.	<i>Eco-Efficiency (X1)</i> <i>Green Innovation (X2)</i> <i>Carbon Emission Disclosure (X3)</i> Nilai perusahaan (Y) Kinerja lingkungan(M)	Eco efficiency diukur dari partisipasi perusahaan mengikuti program sertifikasi ISO 14001. Green Innovation diukur dengan konten analisis Carbon emission disclosure diukur dengan carbon emission checklist Nilai Perusahaan diukur dengan Tobins'Q Kinerja Lingkungan diukur dengan PROPER	Eco- efficiency berpengaruh negatif signifikan. green innovation berpengaruh positif signifikan. Carbon emission disclosure berpengaruh positif signifikan. Kinerja Lingkungan hanya memoderasi <i>eco efficiency</i> terhadap nilai perusahaan.
6.	Miftahul Ulum, Ratno Agriyanto, Warno / 2020 Pengaruh Pengungkapan Emisi Gas Rumah Kaca	Pengungkapan emisi GRK (X) Nilai perusahaan (Y) Biaya	Pengungkapan emisi GRK diukur dengan rasio PEGRK. Nilai Perusahaan diukur dengan PBV (<i>Price Book Value</i>).	Pengungkapan Emisi GRK berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

	terhadap Nilai Perusahaan dengan Biaya Lingkungan sebagai Variabel Moderasi.	lingkungan (M)	Biaya Lingkungan diukur dengan membandingkan biaya kegiatan CSR dengan laba bersih.	Biaya lingkungan juga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
7.	Desita Riyanta Mitra Karina, Iwan Setiadi /2020 Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan GCG sebagai variabel pemoderasi	Corporate Social Responsibility (X) Nilai Perusahaan (Y) <i>Good Corporate Governance</i> (M)	CSR diukur dengan menggunakan kategori pembobotan dengan metode <i>content analysis</i> Nilai Perusahaan diukur dengan menggunakan <i>Price Earning Ratio</i> (PER) GCG diukur dengan menggunakan n kategori pembobotan dengan metode <i>content analysis</i>	1. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Good Corporate Governance</i> akan memperlemah hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan nilai perusahaan.
8.	A. Nurul Dzikir Syahnur Tenriwaru/2020 Pengaruh Corporate Social	Corporate Social Responsibility (X) Nilai Perusahaan (Y)	CSR diukur dengan Variabel <i>dummy</i> berdasarkan dari <i>global reporting index (GRI)</i>	1. CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

	Responsibility terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi.	Profitabilitas (M)	Nilai Perusahaan (Tobins'Q)	2. Profitabilitas memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai Perusahaan
9.	Tatik Zulaika, Grasella Sihombing/2020 Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Indeks SRI KEHATI yang Terdaftar di BEI)	Corporate Social Responsibility (X1) Profitabilitas (X1) Nilai Perusahaan (Y)	CSR diukur dengan menggunakan dummy Profitabilitas diukur dengan menggunakan ROE & ROI Nilai Perusahaan diukur dengan menggunakan Tobins'Q	CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang diproksikan dengan ROE berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang diproksikan dengan ROI berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Penelitian ini menggunakan *Carbon Emission Disclosure* (CED) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yang dijadikan sebagai variabel dependen.

2.8 Hipotesis

Hipotesis menurut Sugiyono (2019 : 99) merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam sebuah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan berdasarkan pada teori-teori yang relevan dan belum berdasarkan pengumpulan data. Berdasarkan uraian permasalahan, penelitian–penelitian terdahulu dan kerangka pikir yang berkaitan dengan pengungkapan emisi karbon dan *Corporate Social Responsibility* maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

2.8.1 Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon Terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan informasi terkait emisi karbon menjadi salah satu hal yang penting bagi para pemangku kepentingan, terutama investor yang cenderung lebih tertarik pada perusahaan yang mengungkapkan pertimbangan lingkungan untuk berinvestasi. Selain investor, masyarakat juga cenderung khawatir terhadap dampak emisi karbon yang dihasilkan sehingga manajer berperan dalam menangani legitimasi tersebut dengan mengungkapkan lebih rinci mengenai emisi karbon.

Didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Zuhrufiyah dan Anggraeni (2019); Rusmanadan Purnaman (2020) & Setya Permana dan Tjahjadi (2020) menunjukkan bahwa CED berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulum Agriyantodan Warno (2020) yang memperoleh hasil bahwa pengungkapan Emisi GRK berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Karena investor cenderung mengesampingkan biaya lingkungan untuk pemanasan global yang dianggap mahal, sehingga

berdasarkan beragamnya hasil penelitian terdahulu peneliti ingin membuktikan pengaruh pengaruh pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan dengan hipotesis sebagai berikut :

H1: diduga pengungkapan emisi karbon berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

2.8.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Nilai Perusahaan

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan antara lain dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* (laporan keberlanjutan). CSR dapat menjadi keberlanjutan apabila program yang dibuat oleh suatu perusahaan benar-benar merupakan komitmen bersama dari segenap unsur yang ada di dalam perusahaan itu sendiri. Dengan melibatkan karyawan secara intensif, maka nilai dari program tersebut akan memberikan arti tersendiri yang sangat besar bagi perusahaan.

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat didalam penerapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan disekitar perusahaan.

Pelaksanaan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham diperusahaan.

H2 : diduga *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.