

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Signalling Theory atau teori sinyal dikembangkan oleh Ross (1978), menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor agar harga saham perusahaannya meningkat. Hal positif dalam *Signalling Theory* dimana perusahaan yang memberikan informasi bagus akan membedakan mereka dengan perusahaan yang tidak memiliki “berita bagus” dengan menginformasikan pada pasar tentang keadaan mereka, sinyal tentang bagusnya kinerja masa depan yang diberikan oleh perusahaan dan kinerja masa lalunya tidak bagus tidak akan dipercaya oleh pasar.

Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi *Asymmetric Information*. *Asymmetric information* adalah kondisi dimana suatu pihak memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan pihak investor di pasar modal. Keberadaan asimetri informasi ini dapat mempersulit para investor untuk membedakan antara perusahaan yang berkualitas tinggi dan rendah sehingga investor membutuhkan pengungkapan informasi yang relevan dalam pengambilan keputusan investasinya. Kurangnya informasi bagi para investor mengenai perusahaan menyebabkan investor melindungi diri dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan. Salah satu cara untuk mengurangi asimetri informasi adalah dengan memberikan sinyal pada investor. Teori sinyal memberikan pemahaman mengenai pentingnya suatu informasi yang dimiliki perusahaan. Informasi mengenai perusahaan sangat dibutuhkan oleh pemegang saham maupun pihak eksternal perusahaan. Informasi mengenai perusahaan akan digunakan oleh pihak-pihak berkepentingan untuk menilai keadaan perusahaan di masa lampau, saat ini, maupun prediksi untuk masa depan.

Berbagai permasalahan lingkungan yang pernah terjadi di dalam negeri maupun luar negeri, menyebabkan masyarakat menuntut agar seluruh perusahaan

memperhatikan dampak-dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan dan upaya untuk mengatasinya. Masyarakat ingin perusahaan mampu mengontrol dampak sosial dan lingkungan yang diakibatkan oleh kegiatan usahanya. Hal tersebut dapat dilakukan perusahaan dengan upaya dalam pengelolaan dan pelestarian lingkungan. Penelitian Pflieger *et al*, (2005) menunjukkan bahwa usaha-usaha pelestarian lingkungan oleh perusahaan akan mendatangkan sejumlah keuntungan, diantaranya ketertarikan pemegang saham dan *stakeholder* terhadap keuntungan perusahaan akibat pengelolaan kinerja lingkungan dan tanggung jawab sosial perusahaan dimata masyarakat. Pertimbangan menggunakan teori ini adalah karena teori ini mampu memberikan dorongan bagi perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan yang nantinya akan mempengaruhi nilai perusahaan dan juga berpengaruh pada perubahan harga saham perusahaan.

2.2 Teori Stakeholders

Stakeholder theory merupakan praktik dan juga berbagai kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan para pemangku kepentingan, pelaksanaan ketentuan hukum, nilai-nilai, apresiasi masyarakat dan lingkungan, serta kesiapan perusahaan didalam menjalankan bisnis dan dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan yang berkesinambungan. *Stakeholder Theory* berawal dari munculnya persepsi bahwa nilai (*value*) yang secara spesifik merupakan hal yang sangat berkaitan dengan kegiatan usaha. Teori *Stakeholder* menjelaskan bahwa setiap perusahaan harus dapat memberikan perhatian terhadap stakeholder perusahaan, karena *stakeholder* dapat mempengaruhi dan juga memberikan pengaruh terhadap keberlangsungan hidup perusahaan pada aktivitas dan kebijakan yang dilakukan perusahaan (Dwi payadnya et al, 2015). Perusahaan dalam melakukan aktivitas sangat bergantung pada lingkungan dan sosial, maka sangat diperlukan kepercayaan *stakeholder* serta memberikannya posisi khusus didalam pengambilan kebijakan dan juga keputusan yang akan diambil, sehingga dapat memberikan keberlangsungan hidup perusahaan yang menjadi tujuan perusahaan dapat tercapai.

Stakeholder adalah pihak internal maupun eksternal perusahaan atau suatu kelompok dan individu yang dapat saling mempengaruhi baik secara langsung dan tidak langsung. Teori *stakeholder* memberikan isyarat bahwa perusahaan harus memberi perhatian kepada *stakeholder*, karena *stakeholder* dapat memberikan pengaruh dan dipengaruhi oleh perusahaan pada aktivitas dan kebijakan yang dilaksanakan. Perusahaan sangat bergantung pada lingkungan sosial, sehingga perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta memposisikannya pada kerangka dasar dalam pengambilan kebijakan dan keputusan, sehingga stabilitas dan jaminan *going concern* yang menjadi tujuan perusahaan dapat tercapai (Dwi payadnya *et al.*, 2015).

2.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga meningkat. Menurut Husnan dan Pudjiastuti (2012), nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual, semakin tinggi nilai perusahaan semakin besar pula kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan. Tujuan utama perusahaan menurut *theory of the firm* adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan (*value of the firm*) (Salvatore, 2005).

Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran kepada para pemegang saham apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham. Sehingga jika nilai perusahaan tinggi maka kemakmuran pemilik pun akan tinggi, karena nilai perusahaan yang tinggi dapat menggambarkan harga saham yang tinggi dan optimalnya kinerja suatu perusahaan. Nilai dari perusahaan tidak

hanya bergantung pada kemampuan menghasilkan arus kas, tetapi juga bergantung pada karakteristik operasional dan keuangan dari perusahaan, sehingga nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen mengelola kekayaannya (Susanti, 2017).

Terdapat beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan menurut Rahayu *et al.*, (2010) antara lain:

- a) Nilai nominal yaitu nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif.
- b) Nilai pasar (kurs) merupakan harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.
- c) Nilai intrinsik mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep ini bukan hanya berarti sekadar harga dari sekumpulan aset, namun juga nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.
- d) Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Nilai likuidasi itu adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian para pemegang saham. Nilai likuidasi bisa dihitung berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan likuidasi.

2.3.1 Indikator Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan diproksikan dengan harga saham. Kenaikan harga saham berbanding lurus dengan nilai perusahaannya. Nilai perusahaan umumnya diukur dengan rasio *Price Book Value* (PBV) dan Tobin's Q. Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur menggunakan Tobin's Q, yang mana rasionya ditemukan pertama kali oleh warga Amerika Serikat yang bernama James Tobin. Menurut konsepnya, rasio Q lebih unggul daripada rasio pasar terhadap nilai buku karena

rasio ini berfokus pada berapa nilai perusahaan saat ini relatif dengan berapa biaya yang diperlukan untuk menggantinya saat ini.

Nilai perusahaan dalam beberapa literatur disebut dengan beberapa istilah diantaranya (Octavia dan Idris, 2014):

a) ***Market Book Ratio***

Market book ratio adalah perbandingan antara nilai buku per lembar saham dengan nilai pasar saham. Nilai buku per lembar saham adalah nilai kekayaan bersih ekonomis dibagi dengan jumlah lembar saham yang beredar. Kekayaan bersih ekonomis adalah selisih total aktiva dengan total kewajiban.

$$\text{Market to book ratio} = \frac{\text{Nilai pasar ekuitas per lembar}}{\text{Nilai buku ekuitas per lembar}}$$

b) ***Price Earning Ratio (PER)***

Price earnings ratio yaitu harga yang bersedia dibayar oleh pembeli apabila perusahaan itu dijual. PER dapat dirumuskan sebagai $\text{PER} = \text{price per share} / \text{earnings per share}$. Pendekatan PER disebut juga pendekatan multiplier, karena investor akan menghitung berapa kali nilai *earnings* yang tercermin dalam harga suatu saham.

$$\text{PER} = \text{Harga saham} / \text{Laba per Saham}$$

c) ***Tobin's Q***

Tobin's Q yaitu nilai pasar dari suatu perusahaan dengan membandingkan nilai pasar suatu perusahaan yang terdaftar di pasar keuangan dengan nilai penggantian aset (*asset replacement value*) perusahaan.

$$\text{Tobin's } Q = \frac{(\text{closing price} \times \text{outstanding share}) + \text{Total Liabilities}}{\text{Total Assest}}$$

a. ***Market Value of Equity***

Market Value of Equity yaitu nilai pasar ekuitas perusahaan menurut penilaian para pelaku pasar. Nilai pasar ekuitas adalah jumlah (saham beredar) dikali dengan harga per lembar ekuitas.

$$\text{MVE} = \text{Volume Saham} \times \text{Harga Saham Penutupan}$$

b. ***Enterprise Value***

Enterprise value yaitu nilai kapitalisasi market yang dihitung sebagai nilai kapitalisasi pasar ditambah total kewajiban ditambah *minority interest* dan saham preferen dikurangi total kas dan ekuivalen kas.

$$\text{EV} = \text{Kapitalisasi pasar} + \text{Hutang Bank} - \text{Kas \& Setara Kas}$$

c. ***Price To Book Value (PBV)***

Price to book value yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham. PBV yang tinggi akan membuat pasar percaya terhadap prospek perusahaan di masa mendatang. Hal itu juga yang sangat menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

$$(\text{PBV}) = \text{Stock Price per Share} / \text{Book Value Per Share}$$

2.4 Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan merupakan kinerja suatu perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sekitar. Menurut Astuti et al (2014), kinerja lingkungan perusahaan (*environmental performance*) adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*). Kinerja lingkungan yang baik menjadi cerminan kegiatan perusahaan dalam melakukan pengelolaan lingkungan hidup atas tanggung jawabnya dalam pemanfaatan lingkungan untuk aktivitas perusahaan. Kinerja lingkungan perusahaan juga menjadi tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder* dalam menyampaikan kepedulian lingkungan hidup.

Kinerja lingkungan diukur dari prestasi perusahaan yang mengikuti Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) telah diluncurkan sejak tahun 2002 oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH), yang pada awalnya dikenal dengan nama PROPER PROKASIH. Tujuan diadakannya program ini adalah untuk mendorong ketaatan perusahaan dalam mengelola lingkungan hidup. PROPER diumumkan secara rutin kepada masyarakat, sehingga perusahaan yang dinilai akan mendapat insentif maupun disinsentif reputasi, tergantung pada tingkat ketaatannya (Setyaningsih dan Asyik, 2016). PROPER merupakan bentuk kebijakan pemerintah dalam meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungan perusahaan sesuai dengan yang telah ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan. PROPER bukan merupakan pengganti instrumen konvensional yang ada, seperti penegak hukum lingkungan perdata maupun pidana, melainkan program yang bersinergi dengan instrumen lainnya agar kualitas lingkungan dapat dilaksanakan lebih efektif dan efisien (Setyaningsih dan Asyik 2016). Untuk memudahkan komunikasi dengan *stakeholder* dalam menyikapi hasil kinerja ketaatan masing-masing perusahaan, peringkat kinerja lingkungan perusahaan dibagi menjadi 5 peringkat warna: emas, hijau, biru, merah, hitam. Penggunaan peringkat warna merupakan bentuk komunikasi penyampaian kinerja kepada masyarakat agar lebih mudah dipahami dan diingat. Secara sederhana, lima warna akan diberi skor secara berturut-turut dengan nilai tertinggi 5 untuk warna emas, 4 untuk warna hijau, 3 untuk warna biru, 2 untuk warna merah, dan 1 untuk warna hitam.

Kinerja penataan difokuskan kepada penilaian penataan perusahaan dalam aspek pengendalian pencemaran air, pengendalian pencemaran udara, dan pengelolaan limbah B3 serta berbagai kewajiban lainnya yang terkait AMDAL . Penelitian ini dibatasi dengan berfokus pada tahun penelitian yaitu tahun 2012 – 2018 tentang PROPER. Sesuai dengan Keputusan Menteri Lingkungan Hidup Republik Indonesia.

Berdasarkan Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup No. 18 Tahun 2010 Tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup, kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Kriteria PROPER

Peringkat Warna	Keterangan
Emas	untuk usaha dan atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan (<i>environmental excellence</i>) dalam proses produksi dan/atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.
Hijau	untuk usaha dan atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (<i>beyond compliance</i>) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumberdaya secara efisien melalui upaya 4R (<i>Reduce, Reuse, Recycle</i> dan <i>Recovery</i>), dan melakukan upaya tanggung jawab sosial (<i>CSR/Comdev</i>) dengan baik.
Biru	untuk usaha dan atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan dan/atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.
Merah	upaya pengelolaan lingkungan yang dilakukan belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan dan dalam tahapan melaksanakan sanksi administrasi
Hitam	untuk usaha dan atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan serta pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Sumber : laporan PROPER, 2010

2.5 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan media komunikasi perusahaan dengan masyarakat tentang aktivitas yang dilakukan perusahaan dan berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan (Putri et al., 2016). Konsep *triple bottom line* (*profit, planet, dan people*) yang dipopulerkan oleh Elkington (1997) menegaskan bahwa perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*), perusahaan juga harus mempertimbangkan dan terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*Planet*). *Corporate social responsibility* adalah komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*) melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat, baik bagi bisnis sendiri maupun bagi pembangunan. CSR juga merupakan salah satu bentuk *sustainability reporting* yang memberikan keterangan tentang berbagai aspek-aspek perusahaan mulai dari aspek sosial, lingkungan dan keuangan sekaligus yang tidak dapat dijelaskan secara tersirat oleh suatu laporan keuangan perusahaan saja.

Menurut Hadianto (2013), definisi tersebut menunjukkan bahwa CSR merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas. Dalam penelitian ini, pengungkapan CSR diukur dengan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) berdasarkan indikator Global Reporting Initiatives (GRI). Standar pengungkapan CSR di Indonesia merujuk pada standar yang dikembangkan oleh Global Reporting Initiative (GRI). Hadianto (2013) menyebutkan bahwa *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah mempelopori perkembangan dunia dan menggunakan kerangka laporan berkelanjutan sebagai bentuk komitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia.

Dalam standar GRI (2006) yang disebutkan oleh (Auliya dan Margasari 2018), indikator kinerja dibagi menjadi tiga komponen utama, yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan hidup dan kinerja sosial yang mencakup hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk, dan masyarakat. Diukur dengan menggunakan variabel dummy yaitu:

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

Score 1 : Jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pernyataan.

Indeks pengungkapan sosial perusahaan tersebut kemudian dihitung melalui jumlah item yang sesungguhnya diungkapkan perusahaan dengan jumlah semua item yang mungkin diungkapkan. Total indikator kinerja tersebut mencapai 91 indikator yang terdiri dari 9 indikator ekonomi, 34 indikator lingkungan hidup, 16 indikator tenaga kerja, 12 indikator hak asasi manusia, 11 indikator sosial (kemasyarakatan) dan 9 indikator tanggung jawab produk.

Tabel 2.2 INDIKATOR PENGUNGKAPAN CSR GRI G4

INDIKATOR KINERJA EKONOMI	
Aspek Kinerja Ekonomi	
G4-EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
G4-EC2	Implikasi financial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
G4-EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
G4-EC4	Bantuan Finansial yang diterima dari pemerintah
Aspek Keberadaan Pasar	
G4-EC5	Rasio upah standar pegawai pemula menurut gender dibandingkan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan.
Aspek Dampak Ekonomi Tidak Langsung	
G4-EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan
G4-EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan

G4-EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
Aspek Praktik Pengadaan	
G4-EC9	Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan
INDIKATOR KINERJA LINGKUNGAN	
Aspek Bahan	
G4-EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
G4-EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
Energi	
G4-EN3	Konsumsi energy dalam organisasi
G4-EN4	Konsumsi energy di luar organisasi
G4-EN5	Intensitas energy
G4-EN6	Pengurangan konsumsi energy
G4-EN7	Pengurangan produk energy pada produk dan jasa
Air	
G4-EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
G4-EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
G4-EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
Keanekaragaman hayati	
G4-EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola di dalam, atau yang berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
G4-EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar

	kawasan lindung
G4-EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
G4-EN14	Jumlah total spesies dalam IUCN red list dan spesies dalam daftar yang dilindungi nasional dengan habitat ditempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
Emisi	
G4-EN15	Emisi gas rumah kaca langsung (cakupan 1)
G4-EN16	Emisi gas rumah kaca energy tidak langsung (cakupan 2)
G4-EN17	Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya
G4-EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca
G4-EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca
G4-EN20	Emisi bahan perusak ozon
G4-EN21	NOx SOx dan emisi gas lainnya
Efluen dan Limbah	
G4-EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
G4-EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
G4-EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
G4-EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi basel 2 lampiran I,II,III dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor,atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
G4-EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari air buangan dan limpasan dari organisasi
Produk dan Jasa	
G4-EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa
G4-EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang

	direklamasi menurut kategori
Kepatuhan	
G4-EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter karena ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan
Transportasi	
G4-EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja
Lain-lain	
G4-EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
Asesmen Pemasok	
G4-EN32	Penapisan pemasok baru
G4-EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	
G4-EN34	Laporkan jumlah total pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan melalui mekanisme pengaduan resmi selama periode pelaporan
KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA	
Kepegawaian	
G4-LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur gender dan wilayah
G4-LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purna waktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
G4-LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan menurut gender
Hubungan Industrial	

G4-LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasi, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
Kesehatan dan Keselamatan Kerja	
G4-LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
G4-LA6	Jenis dan tingkat kerja, penyakit akibat kerja, hari hilang dan kemangkiran, serta jumlah kematian total akibat kerja, menurut daerah dan gender
G4-LA7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
G4-LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
Pelatihan dan Pendidikan	
G4-LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun, per karyawan menurut gender dan menurut kategori karyawan
G4-LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
G4-LA11	Persentase karyawan yang menerima revidu kinerja dan pengembangan karir secara reguler menurut gender dan kategori karyawan
Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	
G4-LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per katagori karyawan
Kesetaraan Remunerasi perempuan dan laki-laki	
G4-LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan
Asesmen Pemasok Atas Praktik Ketenagakerjaan	
G4-LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria

	praktik ketenagakerjaan
G4-LA15	Dampak negatif aktual dan potensial dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Ketenagakerjaan	
G4-LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, diselesaikan melalui mekanisme pengadilan resmi
HAK ASASI MANUSIA	
Investasi	
G4-HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
G4-HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia. Termasuk persentase karyawan yang dilatih
Non Diskriminasi	
G4-HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang diambil
Kebebasan Berserikat	
G4-HR4	Operasi dan pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk Melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
Pekerja Anak	
G4-HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil
Pekerja Paksa Atau Wajib Kerja	
G4-HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan kerja paksa atau wajib kerja dan tindakan yang

	diambil
Praktik Pengamanan	
G4-HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi
Hak Adat	
G4-HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
Asesmen	
G4-HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan reviu atau asesmen dampak hak asasi manusia
Asesmen Pemasok Atas Hak Asasi Manusia	
G4-HR10	persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
G4-HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Hak Asasi Manusia	
G4-HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak hak asasi manusia yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengadilan formal.
MASYARAKAT	
Masyarakat Lokal	
G4-SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
G4-SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
Anti Korupsi	
G4-SO3	jumlah total dan persentase operasi yang dinilai untuk risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi.

G4-SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti korupsi
G4-SO5	Insiden korupsi yang terjadi dan tindakan yang diambil
Kebijakan Publik	
G4-SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan Negara dan penerima manfaat
Anti Persaingan	
G4-SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti trust dan serta praktik monopoli dan hasilnya
Kepatuhan	
G4-SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
Asesmen Pemasok atas dampak pada masyarakat	
G4-SO9	persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria dampak terhadap masyarakat
G4-SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Dampak Terhadap Pengaduan Masyarakat	
G4-SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
TANGGUNG JAWAB ATAS PRODUK	
Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan	
G4-PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan yang dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
G4-PR2	jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil

Pelabelan Produk dan Jasa	
G4-PR3	Jenis informasi dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis.
G4-PR4	jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa menurut jenis hasil
G4-PR5	Hasil survey untuk mengukur kepuasan pelanggan
Komunikasi Pemasaran	
G4-PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
G4-PR7	jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor menurut jenis hasil
Privasi Pelanggan	
G4-PR8	jumlah total keluhan yang terbukti yang diterima tentang pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
Kepatuhan	
G4-PR9	nilai moneter dari denda yang signifikan untuk ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa.

Indeks pengungkapan sosial perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$C = \frac{\sum X_{ij}}{n} \times 100 \%$$

Keterangan :

CSR = Corporate Social Responsibility perusahaan j

X_{ij} = Jumlah item yang diungkapkan perusahaan j

n = Jumlah keseluruhan item

2.6 Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan proksi *volatilitas* operasional dan *inventory controllability* yang seharusnya dalam skala ekonomis besarnya perusahaan menunjukkan pencapaian operasi lancar dan pengendalian persediaan (Putri et al., 2016). Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang digunakan dalam menjelaskan pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan (Putri et al., 2016). Ukuran perusahaan merupakan suatu perbandingan yang digunakan untuk melihat besar kecilnya sebuah entitas. Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan (Subiantoro dan Mildawati, 2015). Secara umum, perusahaan besar akan lebih banyak memerlukan pengungkapan informasi dari pada perusahaan kecil. Semakin besar ukuran perusahaan, maka aktivitas yang dilakukan juga lebih banyak sehingga tanggung jawab dari perusahaan tersebut tidak hanya terhadap pemegang saham saja, tetapi juga terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan (Kusumawardani, I., & Sudana, 2017). Ukuran perusahaan adalah suatu perbandingan besar atau kecilnya perusahaan yang dapat diklasifikasikan dengan mengukur total aset yang dimiliki oleh perusahaan, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain (Putri et al., 2016). Sehingga rumus yang dapat digunakan untuk menilai ukuran perusahaan adalah sebagai berikut :

1. *Logaritma Natural* Total Aset, Size = Log (Total Aset)
2. *Logaritma Natural* Total Penjualan, Size = Log (Total Penjualan)

2.7 Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan akan melakukan usaha untuk mencapai dan mempertahankan nilai perusahaan dengan melakukan kinerja secara maksimal. Selain kinerja ekonomi dan sosial yang dilakukan oleh perusahaan, adapun kinerja lingkungan yang menjadi hal yang perlu diperhatikan karena permasalahan-permasalahan yang berkaitan dengan lingkungan hidup yang menjadi isu global. Kinerja lingkungan merupakan kinerja suatu perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sekitar. Menurut Astuti *et al.*,

(2014), kinerja lingkungan perusahaan (*environmental performance*) adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*). Kinerja lingkungan yang baik menjadi cerminan kegiatan perusahaan dalam melakukan pengelolaan lingkungan hidup atas tanggung jawabnya dalam pemanfaatan lingkungan untuk aktivitas perusahaan. Kinerja lingkungan perusahaan juga menjadi tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder* dalam menyampaikan kepedulian lingkungan hidup. Kinerja lingkungan diukur dari prestasi perusahaan yang mengikuti Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). Program ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong penataan perusahaan dalam mengelola lingkungan hidup. PROPER diumumkan secara rutin kepada masyarakat. Perusahaan yang mempunyai tingkat kinerja lingkungan yang tinggi maka akan direspon positif oleh investor melalui fluktuasi harga saham (Auliya dan Margasari 2018). Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga direspon negatif melalui penurunan harga saham. Perusahaan mengharapkan investor akan bereaksi positif terhadap itikad baik yang dilakukan perusahaan kepada lingkungan sekitarnya, sehingga menambah minat para investor untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan. Jika minat investor naik maka akan mendorong harga saham naik. Ketika harga saham naik maka akan memberikan kemakmuran terhadap para pemegang saham yang artinya meningkatkan nilai perusahaan (Falichin, 2011) dalam (Auliya dan Margasari 2018). Dengan demikian, kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini pun didukung oleh (Lingga & Suaryana, 2017) menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh faktor – faktor non ekonomi, serta menurut penelitian (Auliya dan Margasari 2018) terdapat pengaruh positif dan signifikan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang dirumuskan adalah :

H1 : Kinerja Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Corporate social responsibility adalah tanggung jawab sosial suatu perusahaan terhadap para stakeholders, khususnya kepada masyarakat yang tinggal berdekatan dengan lokasi suatu perusahaan. Perusahaan tidak hanya berperan dalam mengoptimalkan kinerja laba perusahaan saja, melainkan juga ikut serta dalam memperhatikan lingkungan masyarakat (Bulan dan Astika, 2014). Perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR akan mendapatkan respon yang positif dari para pelaku pasar, karena perusahaan tersebut dianggap transparan dalam mengungkapkan informasi (Puspaningrum, 2017). Program CSR juga dapat meningkatkan citra perusahaan, sehingga nilai perusahaan akan semakin baik apabila citra perusahaan baik pula. Semakin luas perusahaan mengungkapkan item pengungkapan sosialnya, dan semakin bagus kualitas pengungkapannya, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut (Prayogo, 2013).

Menurut penelitian (Medyawati & Yunanto, 2017) menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat memberikan citra positif terhadap perusahaan tersebut. Hasil yang sama juga ditemukan pada penelitian Murnita dan Putra (2018) menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin luas sebuah perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya, maka nilai perusahaan juga akan semakin meningkat. Perusahaan yang mengungkapkan kepedulian terhadap lingkungan, dalam jangka panjang dapat terhindar dari kerugian yang sangat besar akibat adanya tuntutan masyarakat (Subiantoro dan Mildawati, 2015). Penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian Stiaji *et al.*, (2017) CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Luasnya pengungkapan kontribusi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan menurunkan nilai perusahaan yang diproyeksikan oleh harga saham di BEI. Hal ini disebabkan dalam pengungkapan CSR setiap perusahaan memiliki perbedaan, karena dalam pelaporan pengungkapan CSR tidak memiliki standar yang baku dalam penyusunan, sehingga terdapat banyak perusahaan yang terdaftar di BEI memiliki

pengungkapan CSR yang rendah atau tidak secara rinci dalam pengungkapan CSR dalam laporan tahunan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu mengenai hubungan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan, terdapat banyak ketidaksamaan hasil, maka hipotesis yang dirumuskan adalah :

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

3. Ukuran Perusahaan Mampu Memoderasi Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga meningkat. Selain kinerja ekonomi dan sosial yang dilakukan oleh perusahaan, adapun kinerja lingkungan yang menjadi hal yang perlu diperhatikan karena permasalahan-permasalahan yang berkaitan dengan lingkungan hidup yang menjadi isu global. Kinerja lingkungan merupakan kinerja suatu perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sekitar. Kinerja lingkungan diukur dari prestasi perusahaan yang mengikuti Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). Program ini merupakan salah satu yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong penataan perusahaan dalam mengelola lingkungan hidup. PROPER diumumkan secara rutin kepada masyarakat, sehingga perusahaan yang dinilai akan mendapat insentif maupun disinsentif reputasi. Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga direspon negatif melalui penurunan harga saham. Perusahaan mengharapkan investor akan bereaksi positif terhadap itikad baik yang dilakukan perusahaan kepada lingkungan sekitarnya, sehingga menambah minat para investor untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan. Jika minat investor

naik maka akan mendorong harga saham naik. Ketika harga saham naik maka akan memberikan kemakmuran terhadap para pemegang saham yang artinya meningkatkan nilai perusahaan (Falichin, 2011) dalam (Auliya dan Margasari 2018). Oleh karena itu, kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini pun didukung oleh (Lingga dan Suaryana, 2017) menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Perbedaan dalam penelitian sebelumnya, penelitian ini ditambahkan variabel ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi. Ukuran perusahaan dapat menjadi perbandingan yang digunakan untuk melihat besar kecilnya sebuah entitas. Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan dimana akan menjadi indikasi bahwa kinerja lingkungan yang dilakukan perusahaan sudah diterapkan dengan baik (Subiantoro dan Mildawati, 2015). Ukuran perusahaan dapat dikatakan sebagai kemampuan perusahaan dalam menyediakan jumlah dan berbagai kapasitas produksi (Rahmawati *et al.*, 2015). Perusahaan besar dengan aktivitas operasi yang tinggi akan memperhatikan dampak sosial dan lingkungan karena merupakan hal yang penting bagi citra perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka informasi yang disediakan untuk investor sebagai dasar keputusan investasi semakin banyak (Ikkbal, 2012). Teori tersebut konsisten dengan penelitian Tania dan Herawaty (2019) yang menemukan bukti empiris bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara positif terhadap kinerja lingkungan.

Sementara, Ukuran Perusahaan juga dapat mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wang, Zhang dan Goh (2018) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan. Hal inipun berkaitan dengan penelitian Mardiana dan Wuryani (2019) yang menyatakan bahwa adanya aktivitas pengelolaan lingkungan memberikan pengaruh terhadap meningkatnya nilai perusahaan. Kinerja lingkungan menjadi

upaya perusahaan dalam membentuk aktivitas pengelolaan lingkungan yang baik. Aktivitas pengelolaan lingkungan yang dilakukan secara maksimal dapat menimbulkan respon positif bagi investor yang ditunjukkan melalui peningkatan nilai saham perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, ukuran perusahaan memiliki kemampuan memoderasi antara hubungan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebutkan dalam penelitian D'Amato dan Falivene, (2020) bahwa ukuran perusahaan mempunyai kemampuan memoderasi antara dua variabel yang berpengaruh secara positif. Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang dirumuskan adalah :

H3 : Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap nilai perusahaan.

4. Ukuran perusahaan mampu Memoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang digunakan dalam menjelaskan pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan (Putri et al., 2016). Ukuran perusahaan merupakan suatu perbandingan yang digunakan untuk melihat besar kecilnya sebuah entitas. Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan (Subiantoro dan Mildawati, 2015). Secara umum, perusahaan besar akan lebih banyak memerlukan pengungkapan informasi dari pada perusahaan kecil. Semakin besar ukuran perusahaan, maka aktivitas yang dilakukan juga lebih banyak sehingga tanggung jawab dari perusahaan tersebut tidak hanya terhadap pemegang saham saja, tetapi juga terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan (Kusumawardani dan Sudana, 2017). Hasil penelitian oleh (Putri et al., 2016) yang membuktikan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, yang artinya pengungkapan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan, apabila dikuatkan oleh ukuran perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang dirumuskan adalah :

H4 : Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh *Corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

2.8 Penelitian Terdahulu

Table 2.3 Penelitian Terdahulu

No	JUDUL	PENULIS	VARIABEL	METODE	HASIL
1	Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Jumlah Dewan Komisaris sebagai Variabel Pemoderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar Bursa Efek Indonesia)	Ayu Kemala Putri, Made Sudarma, Bambang Purnomosidhi (2016)	corporate social responsibility, ukuran perusahaan, jumlah dewan komisaris dan nilai perusahaan	Uji Moderated Regression Analysis (MRA), Uji statistik F, uji koefisien determinasi, Uji t	-Nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh CSR -Nilai perusahaan akan dipengaruhi oleh <i>corporate social responsibility</i> dengan dimoderasi oleh ukuran perusahaan - Nilai perusahaan akan dipengaruhi oleh <i>corporate social responsibility</i> dengan dimoderasi oleh ukuran perusahaan dan jumlah dewan komisaris
2	Pengaruh Langsung dan tidak Langsung Kinerja Lingkungan pada Nilai Perusahaan	Winayaka Lingga dan I Gusti Ngurah Agung Suaryana (2017)	Nilai Perusahaan, Kinerja Lingkungan, dan <i>environmental disclosure</i>	Analisis Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Analisis Jalur, Uji t	-Kinerja Lingkungan berpengaruh positif pada nilai perusahaan. -Kinerja Lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui <i>environmental disclosure</i> .
3	Pengaruh pengungkapan CSR pada nilai perusahaan	Luh putri Wedayanti, I Gde Ary wijaya (2018)	Nilai perusahaan, CSR, Ukuran perusahaan	Analisis Deskriptif, Analisis Regresi	-Variabel pengungkapan CSR tidak berpengaruh secara signifikan

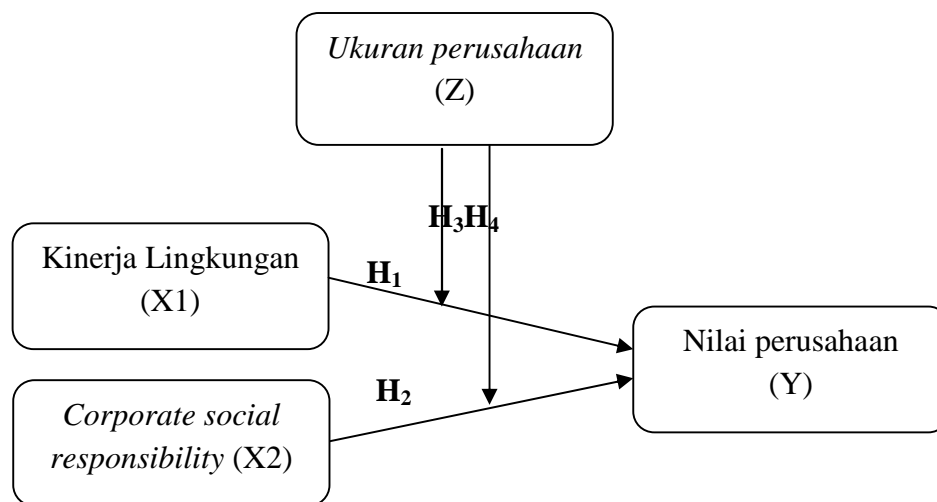
	dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi			Berganda, uji statistik f, Uji MRA (Moderate Regression Analysis, Uji t, uji koefisien determinasi, Uji Asumsi klasik.	terhadap nilai perusahaan pertambahan, -Variabel ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR pada nilai perusahaan.
4	Pengaruh kinerja lingkungan dan <i>corporate social Responsibility</i> (csr) terhadap kinerja keuangan pada Perusahaan program penilaian peringkat kinerja Perusahaan (proper) yang terdaftar di bursa efek Indonesia	Firmansyah Aditya Nugroho (2018)	kinerja lingkungan, <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), kinerja keuangan	Analisis regresi linier berganda, uji t, dan Uji Asumsi : normalitas, autokorelasi, multikolinearitas dan heteroskedastisitas.	-Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diprosikan dengan ROE pada perusahaan PROPER yang terdaftar di BEI tahun 2016, dan - CSRTidakberpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan PROPER yang terdaftar di BEI tahun 2016.
5	Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage sebagai Variabel	Putu Elia Meilinda Murnita, I Made Pande Dwiana Putra (2018)	<i>Corporate social responsibility</i> , nilai perusahaan, Profitabilitas, <i>leverage</i> .	uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, dan Moderated Regression Analysis (MRA), Uji statistik F, uji	-variabel CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) -Variabel Profitabilitas memperkuat pengaruh

	Pemoderasi			koefisien determinasi, Uji t.	corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. -Variabel leverage memperlemah pengaruh <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan
6	Pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan Dengan <i>corporate social responsibility</i> sebagai Variabel <i>intervening</i>	M. Rifqi Auliya dan Nuning Margasari (2018)	Kinerja Lingkungan, Nilai Perusahaan, <i>Corporate Social Responsibility</i>	Analisis Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Analisis regresi linier Sederhana, Analisis Jalur, dan Koefisien Determinasi R ² .	-Kinerja Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR. -CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. -Kinerja Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. -Secara parsial Kinerja Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai variabel <i>intervening</i>
7	Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai	Dessy Rohmanianti (2019)	Nilai Perusahaan, Kinerja	Analisis Statistik Deskriptif, Uji	-Kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas

	Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variable Intervening		Lingkungan, dan Profitabilitas	Asumsi Klasik, Uji Regresi linear sederhana dan berganda, analisis jalur, dan uji hipotesis.	pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia -Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia -Kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor industry dasar dan kimia -Profitabilitas tidak dapat memediasi pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia.
8	Local religious norms, corporate social responsiibility, and firm value	Leon Zolotoy, Don O'Sullivan, Yang yang Chen (2019)	Firm Value, dengan Tobin'S Q (ROA, firm size), Kekuatan norma agama lokal, CSR dengan dummy/Indeks	Regresi linear berganda, Uji ketahanan, Uji t-statistic, Uji cross-sectional.	-Norma agama loka yang kuat menipiskan efek positif dari CSR pada nilai perusahaan, -Efek positif CSR memperkuat nilai perusahaan, -Norma agama lokal yang kuat melemahkan asosiasi positif antara CSR dan return saham

					abnormal.
9	Pengaruh CSR terhadap Nilai perusahaan dengan Ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi	Sri Ayem dan Daimatun Nikmah (2019)	Nilai perusahaan, CSR, dan Ukuran Perusahaan	Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi linear sederhana, Uji MRA, dan uji hipotesis	- CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan -Ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan.

2.9 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan gambar 2.1 kerangka pemikiran dapat dijelaskan bahwa Kinerja lingkungan dan *Corporate social responsibility* dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan Ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Variabel moderasi adalah tipe variabel-variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel *moderating* merupakan tipe variabel yang mempunyai pengaruh terhadap sifat atau arah hubungan antar variabel-variabel independen dengan variabel-variabel dependen, kemungkinan positif atau negatif dalam hal ini tergantung

pada variabel *moderating*. Oleh karena itu, variabel *moderating* dinamakan pula dengan variabel Kontingen.

2.10 Hipotesis Penelitian

H₁ : Kinerja Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

H₂ : *Corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₃ : Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan.

H₄ : Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh *Corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.