

The Influence of Environmental Performance, Corporate Social Responsibility, and Company Size on Company Value

[Pengaruh Kinerja Lingkungan, Corporate Social Responsibility, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan]

Irene Ika Enniswati¹⁾, Aisha Hanif^{*,2)}

¹⁾Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: aishahanif@umsida.ac.id

Abstract *This study aims to evaluate the impact of environmental performance, corporate social responsibility (CSR), and company size on company value in the mining sector listed on the Indonesia Stock IDX from 2021 to 2023. The background of this study stems from the increasing public and investor attention to aspects of sustainability, social responsibility, and business scale in assessing a company's performance and long-term prospects. This study uses a quantitative approach with multiple linear regression analysis. The data used are secondary data sourced from financial statements and company sustainability reports. Data analysis was performed using SPSS software. The results show that environmental performance, CSR, and company size, both simultaneously and individually, have a significant influence on company value. These findings indicate that sustainability and operational scale are important factors considered by investors in assessing company value, especially in the mining sector, which has a high level of environmental risk.*

Keywords – Environmental Performance, CSR, Company Size, Company Value

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak kinerja lingkungan, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan di sektor pertambangan yang terdaftar di BEI dari tahun 2021 hingga 2023. Latar belakang penelitian ini bermula dari semakin meningkatnya perhatian masyarakat dan investor terhadap aspek keberlanjutan, tanggung jawab sosial, dan skala usaha dalam menilai kinerja dan prospek jangka panjang suatu perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Data yang digunakan adalah data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan dan laporan keberlanjutan perusahaan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja lingkungan, CSR, dan ukuran perusahaan, baik secara simultan maupun individual, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa keberlanjutan dan skala operasional merupakan faktor penting yang dipertimbangkan oleh investor dalam menilai nilai perusahaan, terutama di sektor pertambangan yang memiliki tingkat risiko lingkungan yang tinggi.

Kata Kunci – Kinerja Lingkungan, CSR, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan

I. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ekonomi saat ini perusahaan tidak hanya dinilai berdasarkan kinerja keuangannya saja, akan tetapi dengan kemampuannya untuk menyesuaikan tuntutan lingkungan, sosial, politik, dan juga teknologi yang berkembang pesat [1]. Dalam perkembangannya suatu perusahaan harus mampu mempertimbangkan strategi dalam mengelola administrasi karena dunia usaha kini semakin kompetitif. Dunia usaha terpaksa melakukan apapun untuk meningkatkan pendapatan mereka karena semakin ketatnya persaingan di sektor bisnis. Keuntungan yang tinggi akan berdampak pada nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah anggaran saat ini yang berasal dari arus pendapatan ataupun dari kas yang akan disetujui di masa depan. Tingginya nilai perusahaan dapat mengikuti dari tingginya kemakmuran diantara para pemegang saham lainnya [2]. Karena nilai perusahaan yang tinggi akan menyebabkan kesejahteraan pemegang saham yang tinggi, hal ini dianggap sangat penting. Memiliki nilai perusahaan yang tinggi merupakan suatu hal yang diinginkan dan diharapkan para pemilik perusahaan [3]. Nilai perusahaan memiliki peran yang signifikan karena memiliki kemampuan untuk menentukan hasil dalam upaya untuk menumbuhkan keyakinan bagi pengguna informasi dan masyarakat yang berkepentingan. Sebaliknya, value brand yang baik tercermin pada nilainya sendiri,

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This preprint is protected by copyright held by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo and is distributed under the Creative Commons Attribution License (CC BY). Users may share, distribute, or reproduce the work as long as the original author(s) and copyright holder are credited, and the preprint server is cited per academic standards.

Authors retain the right to publish their work in academic journals where copyright remains with them. Any use, distribution, or reproduction that does not comply with these terms is not permitted.

karena nilai perusahaan berpengaruh terhadap tingginya kesejahteraan pemegang saham [4]. Gambaran dari nilai perusahaan timbul dari adanya potensi sumber daya yang sekaligus memiliki prospek dalam meningkatkan serta mempertahankan perusahaan pada periode mendatang. Sehingga, menjadikan salah satu daya tarik bagi para investor.

Nilai perusahaan yang tinggi akan menarik perhatian investor untuk berinvestasi dalam bisnisnya. Namun tindakan yang dilakukan mempengaruhi keseimbangan lingkungan serta menyebabkan lingkungan rusak [5]. Perusahaan harusnya tetap mempunyai komitmen pada lingkungan hidup maupun lingkungan sosial sebagai salah satu peran penting yang tidak terpisahkan dari operasional suatu perusahaan. Dimana Perusahaan tetap memikirkan untuk mengelola SDA karena dapat memiliki resiko terhadap lingkungan hidup atau alam [5]. Perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya wajib untuk menjaga dan memelihara kelangsungan lingkungan hidup. Penilaian peringkat PROPER merupakan alat ukur untuk kinerja lingkungan yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup. Untuk meningkatkan upaya pelestarian lingkungan dalam kinerja perusahaan. Ada lima kategori dalam penilaian PROPER, lima kategori tersebut yaitu: warna emas, hijau, biru, merah dan warna hitam. Peringkat PROPER ini untuk menunjukkan seberapa sadar perusahaan terhadap masalah lingkungannya, dan tingginya peringkat PROPER yang didapat, maka akan semakin baik citra perusahaan tersebut [6].

Tabel 1.1
Peringkat PROPER

Emas	Sangat sangat baik	Skor = 5
Hijau	Sangat baik	Skor = 4
Biru	Baik	Skor = 3
Merah	Buruk	Skor = 2
Hitam	Sangat buruk	Skor = 1

Sumber : proper.menlhk.go.id.2021

Dalam hal ini Perusahaan dapat meningkatkan nilainya dengan memperhatikan manajemen lingkungan, karena dapat meningkatkan sejumlah keuntungan, seperti keterlibatan pemegang saham dan stakeholder dalam pendapatan bisnis karena dapat bertanggung jawab atas pengelolaan lingkungan [3]. Kerusakan lingkungan terjadi akibat minimnya tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan akan menimbulkan reputasi perusahaan yang buruk dimata masyarakat dan investor. Akibatnya, kerusakan lingkungan yang ditimbulkan karena operasional perusahaan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan tanggung jawab lingkungan [6]. Nilai perusahaan akan meningkat karena kinerja lingkungan yang baik, yang akan informasi positif bagi stakeholder maupun investor. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik akan menyampaikan semua kegiatan sebuah usaha dengan tujuan untuk memberikan kepedulian terhadap lingkungan, sehingga hal ini pasti akan memperoleh respon yang bagus dari para bahwasannya perusahaan sudah menaikan kewajiban secara baik dan akan berbanding lurus dengan meningkatnya firm value (nilai perusahaan) [7]. Dimana penelitian ini menghasilkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan [3]. Mengkaji dengan adanya penelitian sebelumnya juga yang memiliki hasil pengaruh positif antara kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan terus berupaya untuk mampu memperhatikan kepedulian lingkungan serta sosial dalam masyarakat karena tentunya berdampak pada mata masyarakat sehingga perusahaan tersebut akan dianggap sebagai perusahaan yang memiliki nilai yang tinggi atau besar [8]. Namun demikian penelitian lain memperoleh hasil bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan [9]. Walaupun perusahaan mengabaikan lingkungan sekitar, namun perusahaan tetap mencari keuntungan dengan memperluas pangsa pasar di luar negeri, sehingga kinerja keuangan perusahaan tetap stabil. Jadi, kinerja lingkungan tidak ada pengaruh terhadap kinerja keuangan. [10].

Selain mendapatkan keuntungan yang besar, para pelaku usaha juga harus memperhatikan kepeduli terhadap kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat sekitarnya. Misalnya, mengawasi dan bertanggung jawabkan operasional bisnis. Dunia usaha akan terlibat dengan lingkungan, baik secara langsung dan tidak langsung sebagai bagian dari kegiatan operasionalnya. *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial adalah suatu bentuk komitmen perusahaan untuk bertindak secara etis [11]. Penerapan *Corporate Social Responsibility* penting untuk mencegah terjadinya kerugian sosial dan lingkungan akibat aktivitas operasional perusahaan [12]. Di Indonesia, *Corporate Social Responsibility* atau CSR yang awalnya bersifat filantropis kini berkembang sebagai suatu kewajiban yang harus dilakukan perusahaan, dan sudah diatur dalam Pasal 74 UU Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 [6]. CSR menjadi semakin umum di kalangan masyarakat dan pelaku bisnis. Tujuan utama penerapan CSR di Indonesia adalah untuk meningkatkan perekonomian negara dan meningkatkan kualitas sumber daya manusianya. Masyarakat perlu mulai peduli terhadap lingkungan di era sekarang ini. *Coorporate Social Responsibility* bukan sekedar keputusan

bisnis, tapi suatu keharusan bagi perusahaan. *Corporate social responsibility* (CSR) bertujuan untuk menjaga akuntabilitas perusahaan atas dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan bukan sekedar mempunyai kewajiban atau melaksanakan operasional saja untuk para pemegang saham saja, serta para pemangku kepentingan sebuah perusahaan [13]. Perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* pada akhirnya akan melihat peningkatan penerimaan masyarakat terhadap keberadaan perusahaan yang dapat menghasilkan keuntungan finansial dalam bentuk nilai perusahaan yang lebih tinggi.

Mengungkapkan CSR dapat menarik perhatian investor. Investor cenderung lebih memilih perusahaan yang menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial, karena hal ini dianggap sebagai indikator kinerja jangka panjang yang baik. Ketika perusahaan berhasil menunjukkan kinerja CSR yang positif, hal ini dapat mendorong investor untuk menanamkan modal mereka, sehingga meningkatkan nilai pasar perusahaan [14]. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap tingginya nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan akan meningkat karena semakin baik penerapan CSR pada perusahaan. Pelaksanaan CSR sangat penting bagi berlangsungnya usaha karena perusahaan tidak hanya mencari keuntungan sebagai tujuan utama, tetapi juga harus memiliki tujuan lain, yaitu kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar terutama masyarakat. *Corporate Social Responsibility* adalah sebuah pertanggungjawaban perusahaan untuk memperbaiki kerusakan pada lingkungan serta kesenjangan sosial yang terjadi karena proses aktivitas perusahaan [15]. Perusahaan yang melakukan CSR, akan mempunyai nilai lebih di mata masyarakat sehingga perusahaan dalam menghadapi risiko sosial akan menurun. CSR dapat diukur berdasarkan indikator GRI G4 yaitu 117 pengungkapan dengan menggunakan *corporate social responsibility disclosure index* atau proksi CSRDI [12]. Karena hal ini menunjukkan kepatuhan bagi perusahaan, Pengungkapan CSR juga dapat digunakan sebagai melegitimasi aktivitas perusahaannya di mata masyarakat, karena hal itu dapat membuktikan kepatuhan perusahaan. Jadi, *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif pada nilai perusahaan [15]. Namun penelitian itu tidak berbanding lurus dengan hasil penelitian lain bahwasanya CSR tidak ada pengaruh terhadap nilai perusahaan. Karena tingkat pengungkapan dalam laporan keberlanjutan perusahaan masih jauh dibawah total komponen pedoman penyusunan laporan, maka besar kemungkinan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena bisa dikatakan bahwa seluruh sampel perusahaan tidak bisa memenuhi total semua komponen yang telah ditetapkan [16].

Nilai perusahaan berharga bagi perusahaan karena kenaikan harga saham terkait dengan peningkatan nilai perusahaan, yang mungkin mengindikasikan peningkatan para pemegang saham [17]. Meningkatkan nilai perusahaan adalah cara lain untuk menunjukkan peningkatan efisiensi bisnis. Tujuan perusahaan adalah untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham (shareholders), dalam hal ini dianggap sebagai peluang untuk meningkatkan nilai perusahaan. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dapat dijadikan cerminan suatu perusahaan dimana ukuran perusahaan menentukan nilai Perusahaan [17]. Pengaruh dari beberapa faktor yang menyebabkan perusahaan tidak berhasil meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan salah satu unsur yang mungkin dianggap mempunyai kemampuan mempengaruhi nilai perusahaan. Lebih besar ukuran perusahaan maka, akan lebih mudah bagi perusahaan untuk mendapatkan pendanaan internal dan eksternal. Nilai perusahaan ditunjukkan oleh jumlah aset yang dimilikinya. Semakin banyak aset yang dimiliki oleh perusahaan, maka semakin mudah bagi manajemen untuk mengelola dan menggunakan aset tersebut untuk meningkatkan nilai perusahaan [18]. Tingkat keberhasilan suatu perusahaan dalam memaksimalkan tujuannya dapat digunakan untuk menentukan nilai perusahaan. Besarnya ukuran perusahaan menunjukkan bahwa nilai perusahaannya semakin bernilai karena dianggap dapat beroperasi dengan baik, hal ini dapat menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan [19]. Namun, dipenelitian lain menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak ada pengaruh terhadap nilai perusahaan karena investor membeli saham perusahaan berdasarkan laporan keuangan, reputasi dan kebijakan dividen [18].

Beberapa rasio keuangan yang dapat dilakukan untuk pengukuran nilai perusahaan, salah satunya adalah rasio penilaian. Rasio ini menjadi tolak ukur nilai buku saham dan kondisi harga pasar saham. Manajemen dapat mempelajari bagaimana investor mengevaluasi kinerja perusahaan dan melihat kemungkinan di masa depan dengan menggunakan rasio penilaian. Salah satunya adalah rasio Tobin's Q, yang dianggap sebagai salah satu metode pengukuran terbaik karena dapat menghasilkan informasi dengan menafsirkan segala kegiatan perusahaan [12]. Bagi perusahaan terbuka (go public), nilai perusahaan tercermin pada harga saham yang diperdagangkan di pasar modal, karena semua keputusan keuangan akan tercermin di dalamnya [20]. Nilai perusahaan akan menjadi begitu penting di tengah persaingan antar perusahaan dan akan menarik para investor agar berpartisipasi untuk berinvestasi di perusahaannya. Penelitian ini didasarkan pada teori legitimasi, yang menjelaskan bahwa suatu organisasi atau perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan operasionalnya dengan cara menyesuaikan diri terhadap norma dan nilai yang berlaku di masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan akan berusaha mendapatkan pengakuan serta dukungan dari masyarakat dan para pemangku kepentingan (stakeholders) guna menjaga eksistensinya. Dalam rangka mencapai hal tersebut, perusahaan biasanya melakukan berbagai bentuk pengungkapan informasi, seperti laporan tahunan,

laporan tanggung jawab sosial, maupun kegiatan sosial lainnya, untuk menunjukkan bahwa aktivitas mereka sesuai dengan harapan masyarakat.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih perusahaan sub sektor pertambangan sebagai objek penelitian karena perusahaan pertambangan hendaknya lebih memperhatikan lingkungan hidup dan kondisi sosial disekitarnya karena pada hakikatnya mereka sangat erat kaitannya dengan lingkungan hidup dan beroperasi dengan merusak alam. Hal ini akan membantu kelancaran operasional perusahaan dan menghasilkan kinerja keuangan yang baik sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Agar bisnis dapat berfungsi secara efisien dan mencapai hasil keuangan yang baik, yang akan meningkatkan nilai perusahaan, maka perusahaan harus lebih memperhatikan keadaan sosial dan lingkungan di sekitarnya [12]. Adanya perusahaan pertambangan di Indonesia akan sangat memberikan dampak yang signifikan terhadap kondisi lingkungan di Indonesia mulai dari, bencana alam kecil hingga perubahan iklim yang parah. Sektor pertambangan merupakan salah satu sektor ekonomi di Indonesia yang membutuhkan investasi besar. Sumber daya alam yang di eksplorasi yang akan menghasilkan laba, laba yang diperoleh perusahaan akan menjadi nilai perusahaan untuk menarik investor untuk menginvestasikan dananya. Di Indonesia sektor pertambangan menjadi pilar penting untuk penyumbang pemasukan kas negara sehingga dapat menarik investor berinvestasi untuk keuntungan yang maksimal.

Fenomena menurunnya laba perusahaan pada sejumlah pelaku usaha pertambangan terjadi akibat anjloknya harga batu bara di pasaran dunia, yang pada gilirannya berimbas pada menurunnya pendapatan perusahaan. Pada tahun 2017-2021 harga saham mengalami fluktuasi dimana pada tahun 2021 dan 2022 pertumbuhan sektor pertambangan mengalami penurunan yang cukup signifikan sehingga mempengaruhi turunnya laba perusahaan. Dimana penurunan tersebut dapat menunjukkan adanya ancaman yang akan terjadi karena kurang baiknya kondisi perekonomian yang mengakibatkan hilangnya kepercayaan investor terhadap perusahaan. Pada tahun 2021 terjadi bencana banjir di Kalimantan Selatan karena adanya aktivitas pengerukan dan perusakan lingkungan hidup yang dilakukan PT. Adaro Energy Tbk yang bergerak di sektor pertambangan yang berkontribusi besar pada bencana tersebut yang melanda 3 Kabupaten di Kalimantan Selatan yaitu, HSU, Balangan dan Tabalong. Karena aktivitas pertambangan batubara, perusahaan mengusir dan menghilangkan desa wanarejo di Kabupaten Balangan karena masuk dalam konsesi perusahaan. Pada Tahun 2022 di Bulan Oktober izin PKP2B yang merupakan perjanjian karya perusahaan para perusahaan batu bara dimana PT. Adaro Energy Tbk akan berakhir, sampai saat ini bekas aktivitas pengerukan Batubara yang dilakukan oleh perusahaan tersebut masih menyisakan 30 lubang tambang. Hanya 18% lubang dari perusahaan tersebut yang di reklamasi. Berdasarkan aturan UU Pertambangan sebelum kontrak berakhir seluruh lubang tambang harus selesai di reklamasi [21]. Pada Tahun 2023 menjadi waktu yang sangat memberikan kesan menantang bagi sejumlah perusahaan pada sektor pertambangan dan energi di Indonesia karena pada saat itu kinerja beberapa perusahaan mengalami penurunan. Seperti pada PT Timah Tbk (TINS), harus memberikan sebuah pencatatan kerugian sebanyak Rp 487 miliar, selain itu ada PT Bukit Asam Tbk (PTBA) memberikan laporan adanya penurunan laba bersih sampai 51,7% menjadi Rp 6,3 triliun dari sebelumnya 12,78 triliun. Tidak hanya perusahaan itu saja hal ini terjadi pada PT Aneka Tambang Tbk (ANTM) dimana laba bersihnya turun menjadi Rp 3,077 triliun dari Rp 3,82 triliun, hal ini tentunya menandai penurunan sebesar 19,45%. Namun Penurunan ini tentunya tidak terjadi begitu saja, melainkan dipengaruhi oleh pasar ekspor yang mulai melemah. Serta harga yang dipatok oleh komoditas tambang dan energi mengalami penurunan permintaan dari para pembeli. Selain faktor eksternal, tren penggunaan energi terbarukan juga mulai meningkat, terutama di negara-negara seperti Amerika dan Eropa. Oleh karena itu, transformasi dari energi kotor ke energi bersih menjadi suatu keharusan untuk menjaga kelangsungan bisnis di masa mendatang.

Akan tetapi, pada akhir tahun 2023 peningkatan produksi dan penjualan komoditas tambang juga turut mendorong peningkatan tenaga kerja di sektor pertambangan, realisasi produksi batu bara mencapai 775,2 juta ton, atau 112% dari target yang ditetapkan sebesar 694,5 juta ton. Jadi peneliti memilih tahun 2021 sampai 2023 karena banyak nya penurunan laba yang terjadi pada perusahaan pertambangan dan tidak stabilnya laba dari tahun tersebut yang dapat mengakibatkan penurunan ekonomi. Dalam masalah tersebut juga berdampak bagi masyarakat sekitar yang menimbulkan banyak kerusakan lahan dan menimbulkan pengusuran wilayah masyarakat setempat.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti memiliki alasan kenapa penelitian ini dilakukan, karena mampu memperoleh pengetahuan sebagai dasar pengujian yang berdasarkan dengan kebenaran dari sebuah pengetahuan atas sumber data yang sudah ada. Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami pengaruh kinerja lingkungan, Corporate Social Responsibility, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Karena Hal ini penting untuk memahami bagaimana tanggung jawab lingkungan yang diambil oleh perusahaan dapat mempengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan. Pengaruh CSR juga diharapkan berdampak positif bagi nilai perusahaan. Dan untuk menyelidiki bagaimana ukuran perusahaan, yang diukur melalui total aset atau pendapatan, berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan sering kali diasosiasikan dengan stabilitas dan kemampuan untuk berinvestasi dalam CSR dan kinerja lingkungan [21]. Akan tetapi dari penelitian terdahulu tentang nilai perusahaan masih terdapat hasil yang

berbeda-beda atau tidak konsisten. Jadi, peneliti memiliki harapan bahwa hasil dari penelitian ini nantinya bermanfaat sebagai acuan peneliti lainnya dalam memperbanyak pengetahuan mengenai variabel dan objek yang sejenis.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Kinerja Lingkungan suatu perusahaan dapat dinilai dan dievaluasi dari berapa besar akibat kerusakan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan saat menjalankan bisnisnya dan bagaimana perusahaan menangani dampak dari aktivitas produksi yang akan menentukan kinerja lingkungannya. Kinerja lingkungan suatu perusahaan dikatakan baik jika jumlah kerusakan lingkungan yang ditimbulkannya kecil, dan buruk jika kegiatan operasi lingkungannya mengakibatkan banyak kerusakan. Saat suatu perusahaan menunjukkan perhatian yang serius terhadap aspek lingkungan, hal tersebut cenderung menimbulkan respons positif dari masyarakat dan para investor. [22]. Upaya perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap suatu usaha bisnis dengan teori legitimasi. Kepercayaan publik tentu saja merupakan komponen penting dalam kegiatan usaha [5]. Setiap tindakan bisnis harus mematuhi norma, nilai, dan ketentuan masyarakat serta dapat diterima dengan baik oleh seluruh pemangku kepentingan. Salah satu pendekatan agar dunia usaha mendapatkan legitimasi dari masyarakat yaitu mengelola melalui pengelolaan lingkungan yang efektif. Hal ini akan menunjukkan dengan memiliki kinerja lingkungan yang baik. Perusahaan berkinerja lingkungan yang baik menunjukkan bahwa dalam melakukan aktivitas operasinya perusahaan turut menjaga lingkungan [23]. Nilai perusahaan akan meningkat apabila memiliki kinerja lingkungan baik, karena secara tidak langsung juga memiliki informasi sosial yang baik. Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan [25]. Penelitian ini sejalan dengan temuan sebelumnya yang menyatakan bahwa perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik cenderung mengkomunikasikan aktivitasnya sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan. Hal ini akan menciptakan persepsi positif dari para pemangku kepentingan, termasuk investor, bahwa perusahaan telah menjalankan tanggung jawabnya, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan (firm value).[7]. Sebaliknya penelitian yang lain membuktikan bahwa tidak berpengaruh antara kinerja lingkungan dan nilai perusahaan [10]. Semakin baik peringkat PROPER yang didapat perusahaan, maka semakin meningkat nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis penelitian ini adalah :

H1 : Kinerja Lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility merupakan suatu tanggung jawab moral perusahaan kepada para stakeholder, terutama komunitas atau masyarakat setempat perusahaan tersebut beroperasi. Perusahaan akan Suatu perusahaan dianggap bertanggung jawab secara sosial apabila memiliki visi dalam menjalankan operasionalnya yang tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sosial di sekitarnya. [4]. Tanggung jawab sosial perusahaan adalah program yang meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan secara jangka panjang bagi semua pihak yang terlibat. Dalam teori legitimasi mengatakan bahwa suatu organisasi selalu berusaha untuk memastikan bahwa tindakannya tidak melanggar batasan dan norma masyarakat di mana perusahaannya beroperasi. Proses agar mendapatkan legitimasi berkaitan dengan kontrak sosial antara yang dibuat perusahaan dengan berbagai pihak masyarakat setempat. Masyarakat dapat mencabut kontraknya, seperti mengurangi pembelian, jika perusahaan sudah tidak mampu menjalankan operasionalnya. Adanya potensi biaya tersebut akan menyebabkan perusahaan mengambil tindakan yang memastikan bahwa operasi mereka dipandang legitimate oleh masyarakat. Perusahaan akan mencari kesesuaian antara nilai sosial aktivitasnya dengan norma masyarakat [11]. Penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan [26]. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan karena dapat membentuk citra positif bagi perusahaan. Nilai perusahaan berpotensi meningkat secara berkelanjutan apabila perusahaan turut memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam kegiatannya. [27]. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang membuktikan bahwa adanya CSR berpengaruh signifikan

terhadap nilai perusahaan [11]. Akan tetapi, hasil penelitian itu berbeda dengan penelitian yang membuktikan bahwa CSR tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan [28]. Dengan demikian hipotesis penelitian ini adalah :

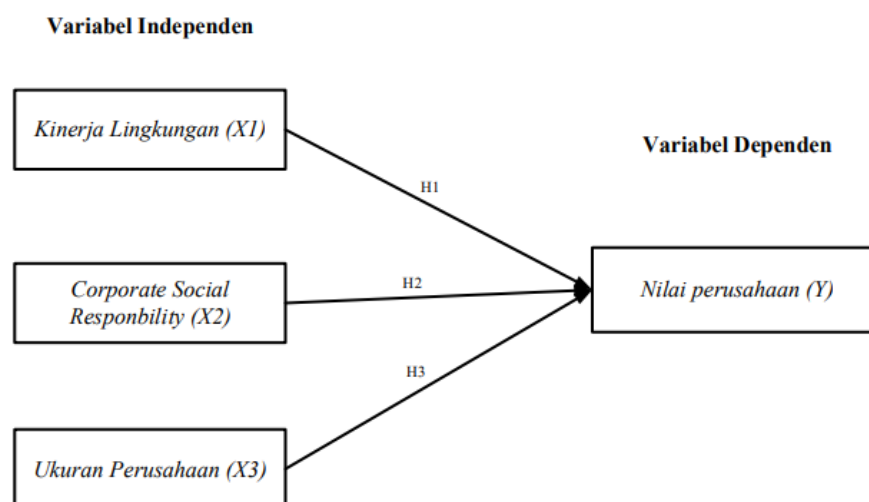
H2 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan (size) mengacu pada ukuran perusahaan yang telah ditentukan oleh total aset, volume pada penjualan, rata-rata total penjualan, dan rata-rata aset. Banyaknya jumlah aset yang dimiliki perusahaan akan ditunjukkan oleh total aset, penjualan, dan rata-rata total aset akan menjadi proksi terhadap ukuran perusahaan dalam penelitian ini. Banyaknya aset yang dimiliki perusahaan, diikuti dengan pemanfaatan aset yang optimal, akan berdampak pada nilai perusahaan. Karena perusahaan yang memiliki nilai yang lebih besar membutuhkan lebih banyak aset tambahan untuk menghasilkan keuntungan, maka nilai perusahaan akan yang akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan [29]. Dalam hal teori legitimasi, perusahaan besar mengalami tekanan sosial dan politik yang lebih besar daripada perusahaan yang kecil. Hal ini dapat memotivasi perusahaan untuk membangun reputasi yang baik agar mendapatkan legitimasi dari stakeholder maupun masyarakat dimana perusahaan tersebut beroperasi [30]. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, peningkatan ukuran perusahaan yang diukur melalui total aset dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan. [31]. Penelitian ini sejalan dengan temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa perusahaan dengan ukuran besar dan pertumbuhan yang baik cenderung memiliki potensi keuntungan yang lebih tinggi di masa depan serta menunjukkan komitmen kuat dalam meningkatkan kinerjanya. Hal ini mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan. [18]. Berbeda dengan hasil yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang besar tidak menjamin nilai perusahaan yang tinggi dikarenakan besar kemungkinan jika perusahaan besar tidak berani melakukan ekspansi sebelum kewajiban-kewajiban atau hutang yang telah dilunasi. Hal ini juga menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan [32].

H3 : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Gambar 1.1
Kerangka Konseptual



II. METODE

Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif ialah pendekatan penelitian yang memanfaatkan data numerik dan ilmu pasti agar dapat menjawab hipotesis penelitian [33]. Hipotesis adalah jenis penelitian yang merupakan jawaban sementara atas pertanyaan yang diajukan dan kebenaran jawaban tersebut masih akan diuji secara empiris [34]. Dalam penelitian ini menggunakan angka dan statistik dalam pengumpulan serta analisis data. Data sekunder merupakan data yang akan digunakan pada penelitian kali ini [28]. Dimana data sekunder yang akan digunakan berupa laporan keuangan tahunan (*annual report*) yang telah dipublikasikan oleh perusahaan terkait.

Populasi dan Sampel

Populasi yang akan menjadi subjek penelitian ini mengambil perusahaan yang bekerja pada sektor pertambangan yang tercatat di BEI pada periode 2021-2023 yang berjumlah 90 perusahaan. Teknik pemilihan sampel yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* suatu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan khusus. Yang bertujuan agar mendapatkan sampel sesuai kriteria yang telah ditentukan [27]. Artinya, sampel akan dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya [35]. Kriteria perusahaan yang akan dijadikan sampel pada studi ini yaitu :

Tabel 2.1
Kriteria Sampel

No	Kriteria	Jumlah Perusahaan
1	<i>Perusahaan pertambangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021 hingga 2023.</i>	90
2	<i>Perusahaan pertambangan yang berpartisipasi dalam penilaian PROPER dalam kurun waktu 2021 sampai 2023.</i>	23
3	<i>Entitas usaha di bidang pertambangan yang terdaftar sebagai emiten di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2021 hingga 2023.</i>	18
	Jumlah perusahaan terpilih sebagai sampel penelitian	54

Tabel 3.1
Kriteria Sampel

No	Nama Perusahaan	Kode Saham
1	AKR Corporindo Tbk	AKRA
2	Apexindo Pratama Duta Tbk	APEX
3	Baramulti Suksessarana Tbk	BSSR
4	Bayan Resources Tbk	BYAN
5	Darma Henwa Tbk	DEWA
6	PT. Indika Energy Tbk	INDY
7	Resource Alam Indonesia Tbk	KKGI
8	Perusahaan Gas Negara Tbk	PGAS
9	Bukit Asam Tbk	PTBA
10	Petrosea Tbk	PTRO
11	Sillo Maritime Perdana Tbk	SHIP
12	Golden Eagle Energy Tbk	SMMT
13	Transcoal Pacific Tbk	TCPI
14	TBS Energi Utama Tbk	TOBA
15	Trans Power Marine Tbk	TPMA
16	Ulima Nitra Tbk	UNIQ
17	Wintermar Offshore Marine Tbk	WINS
18	Rukun Raharja Tbk	RAJA

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional penelitian akan menjelaskan setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini :

Tabel 4.1

Indikator Variable

Variabel	Definisi	Indikator	Skala	Sumber
Variabel Dependen (Y)				
Nilai Perusahaan	Nilai yang ditetapkan untuk mengavaluasi tingkat kualitas pada perusahaan.	$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{Nilai pasar ekuitas} + \text{Nilai buku dari total hutang}}{\text{Total aset}}$	Rasio	[12], [13], [18], [36]
Variabel Independen (X)				

Kinerja Lingkungan (X1)	Kementrian lingkungan hidup menilai kinerja lingkungan dengan menggunakan PROPER, sebuah alat yang digunakan untuk mengukur bagaimana suatu perusahaan mengelola, menjaga.	Emas=5, Hijau=4, Biru=3, Merah=2, Hitam=1	Peringkat Proper	[6], [10], [22]
Corporate Social Responsibility (X2)	<i>Corporate Social Responsibility</i> adalah komitmen keberlanjutan dari dunia usaha untuk bertindak secara moral atau etis, meningkatkan taraf hidup pekerja dan keluarganya, serta memberikan dampak terhadap perkembangan perekonomian.	$CSRIj = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$	Rasio	[13], [16], [37]
Ukuran Perusahaan (X3)	Skala yang dikenal sebagai ukuran perusahaan berdasarkan seluruh asetnya. Dalam penelitian ini <i>logaritma natural of total assets</i> digunakan untuk menentukan besar kecilnya perusahaan.	$SIZE = \ln (Total Asset)$	Rasio	[18], [20], [38]

Teknik Pengumpulan Data

Laporan keuangan perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan tahun 2021 sampai 2023 yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari situs resmi www.idx.com ataupun melalui website dari masing-masing suatu perusahaan, yang dijadikan sebagai sumber data sekunder dalam penelitian ini. Melalui pengumpulan data numerik, dan analisis statistik untuk memvalidasi dan menguji hipotesis penelitian.

Teknik Analisis Data

Pengujian dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menganalisis data sekunder dan menggunakan alat statistik SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data. Sebelum melakukan uji hipotesis penelitian ini akan melakukan uji asumsi klasik. Agar dapat menentukan pengaruh atau dampak dari variabel independen yaitu kinerja lingkungan, CSR dan ukuran perusahaan terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan.

1. Uji Stastistik Deskriptif

Sebagai komponen penting dari penelitian, statistik deskriptif digunakan untuk mengkarakterisasi sifat dasar data yang akan digunakan. Apabila suatu pengumpulan data dapat dengan mudah dipahami melalui

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This preprint is protected by copyright held by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo and is distributed under the Creative Commons Attribution License (CC BY). Users may share, distribute, or reproduce the work as long as the original author(s) and copyright holder are credited, and the preprint server is cited per academic standards.

Authors retain the right to publish their work in academic journals where copyright remains with them. Any use, distribution, or reproduction that does not comply with these terms is not permitted.

ringkasan statistik deskriptif, dengan atau tanpa analisis, maka data tersebut mempunyai makna. Informasi disajikan secara sederhana melalui penggunaan statistik deskriptif. Nilai minimum, nilai maksimum, mean, dan standar deviasi adalah salah satu bentuk penyajian dari statistik deskriptif [11].

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan suatu metode statistik yang digunakan untuk memprediksi pengaruh dari dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen, dengan tujuan mengidentifikasi hubungan kausal atau fungsional di antara variabel-variabel tersebut. [13]. Regresi linier berganda digunakan sebagai teknik analisis data untuk mengevaluasi sejauh mana kinerja lingkungan, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Adapun bentuk model persamaannya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Nilai Perusahaan

a : Konstanta

b₁ : Koefisien regresi variabel Kinerja Lingkungan

b₂ : Koefisien regresi variabel *Corporate Social Responsibility*

b₃ : Koefisien regresi variabel Ukuran Perusahaan

X₁ : Kinerja Lingkungan

X₂ : *Corporate Social Responsibility*

X₃ : Ukuran Perusahaan (*Size*)

e : error term

3. Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan beberapa jenis uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas, mengingat data yang dianalisis mencakup periode lebih dari satu tahun.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual atau gangguan dalam model regresi menyebar secara normal. Uji ini digunakan untuk memastikan bahwa sampel data memiliki distribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk mendeteksi adanya hubungan antar variabel independen dalam model regresi. Gejala multikolinearitas dapat terlihat jika nilai R² tinggi, tetapi nilai t dari masing-masing variabel independen tidak signifikan, sementara nilai F statistik tetap tinggi [13].

c. Uji Autokorelasi

Dalam regresi linier berganda, salah satu uji yang penting adalah uji autokorelasi. Uji ini digunakan untuk mengidentifikasi adanya hubungan antara nilai residual pada periode saat ini (t) dengan periode sebelumnya ($t-1$) [13].

d. Uji Heteroskedastisitas

Untuk memastikan apakah terdapat penyimpangan dari asumsi klasik heteroskedastisitas digunakan uji heteroskedastisitas yaitu, apakah ada perbedaan varian residual untuk setiap pengamatan pada model regresi [13]. Dasar pengambilan keputusan terjadinya heteroskedastisitas adalah:

1. Apabila suatu pola, terutama pada titik-titik yang membentuk pola beraturan atau bergelombang tertentu, melebar kemudian menyempit, maka hal ini disebut dengan heteroskedastisitas.
2. Selain itu, heteroskedastisitas tidak terjadi tanpa adanya pola yang terlihat, misalnya titik-titik tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

4. Uji Hipotesis

a. Uji T

Tujuan uji statistik (t), uji hipotesis penelitian, adalah untuk mengetahui apakah variabel independen (X) mempunyai pengaruh tersendiri terhadap variabel dependen (Y). Nilai signifikansi (Sig) menjadi dasar petunjuk yang digunakan dalam uji statistik (t) ini. Tingkat signifikansi (α) untuk menguji hipotesis ditetapkan sebesar 5%. Berikut cara pengambilan keputusannya :

1. Hipotesis diterima Jika nilai (Sig) $< \alpha = 5\%$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup besar antara variabel independen dan dependen.
2. Hipotesis ditolak jika nilai (Sig) $> \alpha = 5\%$ berarti tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen dan dependen.

b. Uji Determinasi (Uji R^2)

Uji koefisiensi determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel endogen secara simultan dapat menjelaskan variabel eksogen. Semakin besar nilai R^2 , semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Untuk menentukan dan prediksi seberapa besar atau signifikan pengaruh gabungan faktor-faktor independen terhadap variabel dependen digunakan uji koefisiensi determinasi (R^2). Nilai koefisiensi determinasi berkisar antara 0 sampai 1. Hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk prediksi variabel terikat disediakan oleh variabel bebas yang ditunjukkan dengan nilai mendekati 1. Sebaliknya, nilai R^2 yang menurun menunjukkan bahwa kapasitas variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif berfungsi untuk merangkum dan menggambarkan karakteristik data dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dengan menyajikan nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi. Berikut disajikan hasil statistik deskriptif untuk masing-masing variabel yang disajikan pada Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5.1
Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	54	3.00	5.00	3.4815	.77071
X2	54	.25	.97	.6069	.21886
X3	54	19.00	31.45	22.4843	3.46988
Y	54	.39	1.57	.9448	.28595
Valid N (listwise)	54				

Hasil dari SPSS memperlihatkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 54 data. Berikut adalah uraian mengenai masing-masing variabel yang digunakan.:

Pada tabel 5 menunjukkan nilai variable Kinerja Lingkungan memiliki nilai rata-rata dari 54 sampel perusahaan sektor pertambangan periode 2021-2023. diperoleh sebesar 3,4815 dengan deviasi standar sebesar 0,77071, Nilai tertinggi sebesar 5 Sedangkan nilai terendah adalah 3

Pada tabel 5 menunjukkan nilai variable *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai rata-rata dari 54 sampel perusahaan sektor pertambangan periode 2021-2023. diperoleh sebesar 0,6069, dengan deviasi standar sebesar 0,21886, Nilai tertinggi sebesar 0,97 Sedangkan nilai terendah adalah 0,25

Pada tabel 5 menunjukkan nilai variable Ukuran Perusahaan memiliki nilai rata-rata dari 54 sampel perusahaan sektor pertambangan periode 2021-2023. diperoleh sebesar 22,4683, dengan deviasi standar sebesar 3,46988, Nilai tertinggi sebesar 31,45 Sedangkan nilai terendah adalah 19

Pada tabel 5 menunjukkan nilai variable Nilai Perusahaan memiliki nilai rata-rata dari 54 sampel perusahaan sektor pertambangan periode 2021-2023. diperoleh sebesar 0,9448, dengan deviasi standar sebesar 0,28595 Nilai tertinggi sebesar 1,57 Sedangkan nilai terendah adalah 0,39

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kelayakan model yang digunakan. Proses ini memastikan bahwa model regresi telah memenuhi syarat normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Berikut disajikan hasil dari pengujian asumsi klasik yang diterapkan pada data penelitian ini.

Uji Normalitas

Tabel 6.1
Hasil Uji Normalitas One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		54
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.22596606
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.065
	Negative	-.046
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Berdasarkan Tabel 6. Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test pada Tabel 6, diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. sebesar 0,200, yang berarti lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa data memenuhi asumsi normalitas. Dengan demikian, karena nilai signifikansi pada model regresi melebihi 0,05, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi secara normal

Uji Multikolinieritas

Tabel 7.1
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	0.933	1.072
X2	0.977	1.024
X3	0.913	1.096

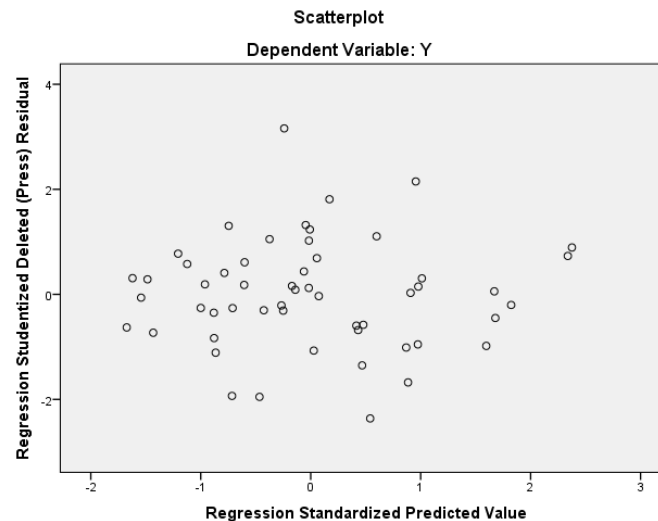
a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang ditampilkan pada Tabel 7, setiap variabel menunjukkan nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) kurang dari 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada indikasi terjadinya multikolinearitas dalam penelitian ini. Untuk mendeteksi adanya masalah multikolinearitas, digunakan kriteria nilai VIF dan tolerance, di mana jika nilai VIF kurang dari 10 dan tolerance lebih dari 0,1, maka multikolinearitas tidak terjadi.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2.1

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berlandaskan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa titik-titik tersebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu maupun terpusat pada satu area. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data tidak mengindikasikan adanya masalah heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 8.1

Hasil Uji Autokorelasi Model Summary^b

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.613 ^a	0.376	0.338	0.23265	2.299

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada Tabel 8, didapatkan nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 2,299 dengan jumlah sampel sebanyak 54 dan tiga variabel. Nilai du yang diperoleh adalah 1,68. Sesuai dengan kriteria pengujian, syarat yang harus dipenuhi adalah $du < DW < 4 - du$, yaitu $1,68 < 2,299 < 2,32$. Dengan demikian, karena nilai DW berada di antara batas tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini bebas dari autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 9.1

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0.648	0.299		-2.169	0.035
	X1	0.137	0.043	0.368	3.180	0.003
	X2	0.301	0.148	0.231	2.039	0.047
	X3	0.042	0.010	0.504	4.312	0.000

a. Dependent Variable: Y

Model persamaan regresi Linear berganda yaitu: $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$ Berdasarkan pada tabel diatas maka dapat disusun regresi $Y = -0,648 + (0,137) X_1 + (0,301) X_2 + (0,042) X_3$ Model regresi tersebut mengandung arti :

1. Dengan nilai konstanta -0,648 , Nilai Perusahaan (Y) adalah sebesar -0,648 sesuai dengan nilai konstanta karena Kinerja Lingkungan (x1), CSR (x2), dan Ukuran Perusahaan (x3) sama dengan nol.
2. Nilai koefisien regresi X1 dari perhitungan linear berganda di peroleh dengan nilai koefisien (b_1) = 0,137 yang menunjukkan bahwa setiap ada peningkatan harga sebesar 1%, maka (Y) juga akan meningkat sebesar 0,137 sesuai dengan nilai X1.
3. Nilai koefisien regresi X2 diperoleh dengan nilai koefisien (b_2) = 0,301 yang menunjukkan bahwa setiap ada peningkatan harga sebesar 1%, maka (Y) juga akan meningkat sebesar 0,301 sesuai dengan nilai X2
4. Dari perhitungan linear berganda, koefisien regresi X3 ditemukan dengan nilai koefisien (b_3) = 0,042 yang berarti bahwa setiap kali (X3) meningkat sebesar 1%, nilai (Y) juga akan meningkat sebesar 0,042 sesuai dengan nilai X3.

Uji Signifikan Parameter Individual (uji t)

Tabel 10.1

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This preprint is protected by copyright held by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo and is distributed under the Creative Commons Attribution License (CC BY). Users may share, distribute, or reproduce the work as long as the original author(s) and copyright holder are credited, and the preprint server is cited per academic standards.

Authors retain the right to publish their work in academic journals where copyright remains with them. Any use, distribution, or reproduction that does not comply with these terms is not permitted.

Hasil Uji Signifikan Parameter Individual (uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0.648	0.299		-2.169	0.035
1 X1	0.137	0.043	0.368	3.180	0.003
X2	0.301	0.148	0.231	2.039	0.047
X3	0.042	0.010	0.504	4.312	0.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan pada tabel 10, menunjukkan hasil bahwa :

- Kinerja Lingkungan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dan signifikansinya kurang dari 0,05 yaitu 0,003 dengan beta sebesar 0,137 bisa diartikan variable (Kinerja Lingkungan) X1 berpengaruh signifikan terhadap Y (Nilai Perusahaan), sehingga hipotesis 1 diterima.
- CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dan signifikansinya kurang dari 0,05 yaitu 0,047 dengan beta sebesar 0,301 bisa diartikan variable (CSR) X2 berpengaruh positif signifikan terhadap Y (Nilai Perusahaan), sehingga hipotesis 2 diterima.
- Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan dan signifikansinya kurang dari 0,05 yaitu 0,000 dengan beta sebesar 0,042 bisa diartikan variable (Ukuran Perusahaan) X3 berpengaruh positif signifikan terhadap Y (Nilai Perusahaan), sehingga hipotesis 3 diterima

Uji R²

Tabel 11.1
Nilai Koefisien Determinasi Model Summary

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.613 ^a	0.376	0.338	0.23265

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Tabel 11, nilai koefisien determinasi adjusted R square sebesar 0,376 menunjukkan bahwa 37,6% variasi nilai perusahaan pada 18 perusahaan sektor pertambangan selama periode 2021-2023 dipengaruhi oleh Kinerja Lingkungan, Corporate Social Responsibility (CSR), dan Ukuran Perusahaan. Sedangkan sisanya sebesar 62,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam cakupan penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis didapatkan nilai $\text{sig } .0,003 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kinerja Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, dimana hasil yang diperoleh dalam penelitian kali ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya dimana hasil yang didapatkan menunjukkan jika Kinerja Lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan [8]. Kinerja lingkungan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, khususnya pada sektor pertambangan. Hal ini disebabkan karena perusahaan pertambangan beroperasi dengan memanfaatkan sumber daya alam secara langsung. Oleh karena itu, perusahaan pertambangan perlu memperhatikan aspek kinerja lingkungan dalam menjalankan proses produksinya. Kinerja lingkungan yang baik akan meningkatkan persepsi positif investor terhadap perusahaan, karena hal ini mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menjaga keberlanjutan dan stabilitas operasional dalam jangka panjang.

Selain itu penelitian ini juga sejalan dengan penelitian lainnya yang menyebutkan bahwa kinerja lingkungan mempengaruhi nilai perusahaan, disaat sebuah perusahaan memperdulikan kinerja lingkungan maka secara tidak langsung sebuah perusahaan memiliki informasi sosial yang baik [25]. Kinerja lingkungan perlu dijaga secara konsisten, terutama bagi perusahaan yang beroperasi di sektor pertambangan untuk mempertahankan citra sosial perusahaan sekaligus meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Karena aktivitas pertambangan sangat berkaitan erat dengan lingkungan, perusahaan harus mengelola aspek lingkungan secara efektif melalui peningkatan manajemen lingkungan. Selain itu, perusahaan wajib menunjukkan komitmen terhadap kinerja lingkungan yang baik. Untuk menilai kualitas kinerja lingkungan, perusahaan dapat menggunakan alat ukur berupa peringkat PROPER yang dikembangkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup. Peringkat ini berfungsi sebagai indikator kesadaran perusahaan terhadap isu lingkungan. Semakin tinggi peringkat PROPER yang diperoleh, semakin baik pula nilai perusahaan di mata pemangku kepentingan. [6].

Penilaian terhadap kinerja lingkungan membantu perusahaan menjadi lebih sadar akan pentingnya menjaga lingkungan sekitar serta mengurangi dampak kerusakan yang mungkin terjadi. Kementerian Lingkungan Hidup berperan dalam mengatur perusahaan agar selalu menjaga kelestarian lingkungan, salah satunya melalui penggunaan alat ukur PROPER. Peringkat PROPER ini menilai seberapa baik kinerja lingkungan sebuah perusahaan, di mana semakin tinggi nilai yang diperoleh, semakin besar pula nilai perusahaan di mata investor. Hal ini dikarenakan penilaian PROPER yang baik mencerminkan citra sosial positif perusahaan dan berkontribusi pada keberlanjutan operasional jangka panjang. Berdasarkan berbagai penelitian dapat disimpulkan bahwa kinerja lingkungan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Namun penelitian yang lainnya juga menyebutkan bahwa kinerja lingkungan tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena meskipun perusahaan mengabaikan aspek lingkungan, perusahaan tetap dapat meningkatkan nilainya dengan cara memperluas pasar dan menarik investor, terutama investor asing, melalui keunggulan lain seperti kinerja keuangan yang kuat dan peningkatan laba [9]. Oleh karena itu penelitian ini menjadi salah satu penelitian yang menyangga penelitian sebelumnya yang menyatakan hasil bahwasannya kinerja lingkungan tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Namun perusahaan harus tetap menjaga kinerja lingkungan selain untuk meningkatkan nilai perusahaan, menjaga kinerja lingkungan juga menjadi salah satu kewajiban yang harus dipatuhi agar lingkungan tetap lestari dan tidak rusak hanya karena sebuah bisnis dan keuntungan pribadi, maka dari itu perusahaan harus sebisa mungkin untuk meningkatkan kinerja lingkungan agar lingkungan sekitar tetap lestari dan tidak rusak.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis didapatkan nilai $\text{sig } 0,047 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dimana hasil penelitian kali ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan hasil *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan [15] *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh penting pada nilai perusahaan dikarenakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan dari kegiatan operasionalnya dan dalam beberapa tahun terakhir, CSR tidak lagi dipandang sebagai kewajiban moral saja, tetapi telah menjadi bagian strategis dalam membangun keunggulan kompetitif perusahaan. Penerapan CSR mampu untuk meningkatkan kepercayaan investor dan pemegang saham

hal ini dikarenakan ketika perusahaan menerapkan CSR maka secara tidak langsung perusahaan memiliki citra sosial yang baik.

Selain itu penelitian lain juga menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* juga berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, saat perusahaan menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan baik citra perusahaan menjadi baik dikarenakan perusahaan memperhatikan keadaan ekonomi, sosial dan lingkungan hidup sehingga berdampak terhadap nilai perusahaan yang akan tumbuh secara berkelanjutan [27]. Saat perusahaan menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka nilai perusahaan akan cenderung naik dan operasional perusahaan diyakini akan tumbuh secara berkelanjutan, hal ini dikarenakan komitmen yang dibangun sebuah perusahaan bukan lagi sebagai sikap etis perusahaan saja melainkan menjadi salah satu komponen penting dalam pelaksanaan sebuah operasional bisnis untuk ikut serta dalam menjaga kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat sehingga membuat perusahaan cenderung memiliki kestabilan operasional bisnis dalam jangka panjang.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk komitmen perusahaan dalam memperhatikan aspek sosial dan lingkungan sebagai bagian dari tanggung jawabnya terhadap para investor. CSR tidak lagi sekadar moral perusahaan saja, melainkan menjadi salah satu strategi bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai dan keberlanjutan usaha. Penerapan CSR yang konsisten dapat membangun nilai positif sebuah perusahaan, CSR ini juga dapat meningkatkan kepercayaan investor karena perusahaan mempertimbangkan aspek keberlanjutan dan akan mempengaruhi pengambilan keputusan investasi. Berbagai studi juga menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. CSR ini menjadi komitmen tanggung jawab perusahaan untuk menjaga hubungan baik terhadap kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat salah satu upaya dalam penerapan CSR ini adalah dengan mengawasi dan mempertanggungjawabkan operasional bisnis agar tidak merugikan kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat.

Beberapa penelitian yang sudah dilakukan menunjukkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh rendahnya tingkat pengungkapan CSR dalam laporan keberlanjutan perusahaan, yang dianggap kurang berdampak dibandingkan laporan lain yang lebih mendukung peningkatan nilai perusahaan. Oleh karena itu, CSR dinilai tidak memengaruhi nilai perusahaan [16]. Meskipun demikian, penerapan CSR tetap perlu dilakukan dan ditingkatkan dalam operasional perusahaan karena berperan penting dalam membentuk citra sosial perusahaan. Citra sosial yang positif dapat mendukung kelangsungan operasional perusahaan dalam jangka panjang.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis didapatkan nilai sig $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan, Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Hal ini karena perusahaan yang berukuran besar cenderung lebih mudah memperoleh pendanaan, baik dari internal maupun eksternal. Selain itu, perusahaan dengan ukuran yang lebih besar juga dinilai lebih mampu mengelola operasionalnya secara efektif, sehingga memberikan kesan positif di mata investor dan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan [19]. Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan, karena investor biasanya lebih percaya pada perusahaan berskala besar. Perusahaan yang lebih besar umumnya lebih mudah memperoleh pendanaan, sehingga mampu menjalankan operasionalnya dengan lebih stabil dan berkelanjutan dalam jangka waktu yang panjang.

Selain ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini dijelaskan bahwa ukuran perusahaan mengacu total aset dari sebuah perusahaan, ketika sebuah perusahaan memiliki jumlah aset yang lebih banyak maka akan berdampak dalam pemanfaatan aset yang lebih optimal sehingga dapat menaikkan nilai perusahaan [29]. Ukuran perusahaan menjadi salah satu pertimbangan penting bagi investor dalam mengambil keputusan investasi. Semakin besar suatu perusahaan, semakin tinggi pula penilaian investor terhadap nilai perusahaan tersebut. Hal ini didukung oleh keyakinan investor bahwa perusahaan berskala besar memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengelola dana dalam jumlah besar secara efisien.

Ukuran perusahaan umumnya diukur berdasarkan total aset yang dimiliki, yang berperan dalam mendukung efektivitas pengelolaan operasional. Untuk investor ukuran perusahaan sering dijadikan indikator utama oleh dalam proses pengambilan keputusan, karena perusahaan dengan skala yang lebih besar cenderung menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam mengelola pendanaan serta menjalankan kegiatan operasional

secara berkelanjutan. Selain itu, besarnya ukuran perusahaan juga sering dianggap sebagai indikator pencapaian kinerja, yang mencerminkan keberhasilan dalam operasional perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar pula kapasitas pendanaannya yang pada akhirnya mempermudah manajemen dalam mengelola aktivitas operasional secara optimal.

Namun penelitian lain menyebutkan bahwa ukuran perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan, Hal ini menunjukkan bahwa investor cenderung mempertimbangkan laporan keuangan, reputasi perusahaan, serta kebijakan dividen dalam pengambilan keputusan investasi. Oleh karena itu, total aset sebagai indikator ukuran perusahaan tidak secara langsung menjadi faktor yang memengaruhi nilai perusahaan [18]. Namun penelitian yang dilakukan kali ini menyanggah penelitian yang menyebutkan bahwa ukuran perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan, hal tersebut disebabkan oleh kenyataan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin menunjukkan kemampuannya dalam mengelola dan menjalankan aktivitas operasional secara efisien dan optimal.

IV. SIMPULAN

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah Kinerja Lingkungan, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian kali ini menggunakan data sekunder dari 18 perusahaan yang bergerak dalam bidang pertambangan dengan menggunakan 3 periode laporan keuangan dari periode 2021 – 2023. Sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kinerja Lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dimana bisa dijelaskan bahwa semakin baik kinerja lingkungan sebuah perusahaan maka semakin baik juga nilai perusahaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan nilai kinerja lingkungan perusahaan akan diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan .
2. *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dimana bisa dijelaskan bahwa semakin baik *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebuah perusahaan semakin baik juga nilai perusahaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan akan diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan.
3. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dimana bisa dijelaskan bahwa semakin besar ukuran perusahaan sebuah perusahaan maka semakin baik juga nilai perusahaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan ukuran perusahaan akan diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi yang berjudul "Pengaruh Kinerja Lingkungan, Corporate Social Responsibility, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan" dapat diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi di Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing, orang tua, serta semua pihak yang telah memberikan dukungan, doa, dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.

REFRENSI

- [1] F. C. D. Putri, "... Publik, Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon," vol. 6, no. 4, pp. 1544–1555, 2024, [Online]. Available:
- [2] W. Maulidina and E. Maryanti, "Dampak Moderasi Profitabilitas pada Keputusan Investasi, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan," pp. 1–15, 2021.
- [3] M. E. Tjahjono, "Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan dan Kinerja Keuangan," *J. Ekon. Univ. Sultan Ageng Tirtayasa*, vol. 4, no. 1, p. 17905, 2013.
- [4] D. R. M. Karina and I. Setiadi, "Pengaruh Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Gcg Sebagai Pemoderasi," *J. Ris. Akunt. Mercu Buana*, vol. 6, no. 1, p. 37, 2020, doi: 10.26486/jramb.v6i1.1054.
- [5] A. D. Lestari and K. Khomsiyah, "Pengaruh Kinerja Lingkungan, Penerapan Green Accounting, dan Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan," *J. Ekon. Bisnis, Manaj. dan Akunt.*, vol. 3, no. 3, pp. 514–526, 2023, doi: 10.47709/jebma.v3i3.2799.
- [6] S. A. Surya, R. Yuniarti, and R. Pedi, "Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan Dimediasi Kinerja Keuangan," *J. Ris. Akunt. dan Audit.*, vol. 10, no. 2, pp. 35–46, 2023, doi: 10.55963/jraa.v10i2.536.
- [7] R. I. Adyaksana, M. S. Umam, and C. M. Singgangsari, "Pengaruh Kinerja Keuangan, Human Capital, Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan," *J. Apl. Akunt.*, vol. 7, no. 2, pp. 265–277, 2023, doi: 10.29303/jaa.v7i2.185.
- [8] T. A. R. P. Tasya and K. Khomsiyah, "Kinerja Keuangan, Kinerja Lingkungan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan," *J. Ekon. Bisnis, Manaj. dan Akunt.*, vol. 3, no. 2, pp. 493–503, 2023, doi: 10.47709/jebma.v3i2.2786.
- [9] S. Handayani, "Impact of Environmental Costs, Environmental Performance and Environmental Disclosures on Company Value in Basic Materials Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2017-2019 Period.," *Indones. J. Account. Gov.*, vol. 6, no. 2, pp. 61–85, 2023, doi: 10.36766/ijag.v6i2.318.
- [10] R. Sri Handayani, "Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan melalui Kinerja keuangan," *J. Univ. Indargiri*, vol. 5, no. 1, pp. 45–51, 2019.
- [11] B. A. Bella Angraini and Murtanto, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi," *J. Ekon. Trisakti*, vol. 3, no. 1, pp. 1823–1830, 2023, doi: 10.25105/jet.v3i1.16424.
- [12] N. Kumala and P. Ruly, "863 | Volume 5 Nomor 3 2024," *Kaji. Ekon. Bisnis Islam*, vol. 5, no. 2, pp. 863–882, 2024.
- [13] M. Z. Rafsanjani and R. Jasa, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Manufaktur Yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia," *J. Manaj. STIE Muhammadiyah Palopo*, vol. 8, no. 1, p. 116, 2022, doi: 10.35906/jurman.v8i1.1069.
- [14] S. P. Saridewi, G. Putu, A. Jana, F. Yudiaatmaja, J. Manajemen, and U. P. Ganesha, "Pengaruh Profitabilitas Dan Corporate Social Responsibility," vol. 8, no. 1, pp. 93–101, 2020.
- [15] T. Erawati and D. Cahyaningrum, "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Pemoderasi," *J. Accounting, Financ. Taxation, Audit.*, vol. 2, no. 2, pp. 151–170, 2021, doi: 10.28932/jafta.v2i2.3296.
- [16] J. M. T. Haryono, "Nailah Zulfia, Grace Widijoko (2019)," pp. 1–24.
- [17] A. Nurmansyah, G. B. Kristianto, and E. Saraswati, "Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Corporate Governance Pada Industri Perbankan Di Indonesia," *Appl. Res. Manag. Bus.*, vol. 3, no. 1, pp. 1–13, 2023, doi: 10.53416/arimbi.v3i1.134.
- [18] C. Monica and Y. Setyarini, "Pengaruh Kebijakan Dividen, Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan," *Etn. J. Ekon. dan Tek.*, vol. 1, no. 10, pp. 707–715, 2022, doi: 10.54543/etnik.v1i10.119.
- [19] M. F. Aldi, E. Erlina, and K. Amalia, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap NILAI Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Periode 2007-2018," *J. Sains Sosio Hum.*, vol. 4, no. 1, pp. 264–273, 2020, doi: 10.22437/jssh.v4i1.9921.
- [20] D. S. Dwiastuti and V. J. Dillak, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan," *J. ASET (Akuntansi Riset)*, vol. 11, no. 1, pp. 137–146, 2019, doi: 10.17509/jaset.v11i1.16841.
- [21] A. Meina and M. N. Aish, "Pengaruh Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Intervening," *Nominal Barom. Ris. Akunt. da.*, vol. 9, no. 1, pp. 1–18, 2020, doi: 10.21831/nominal.v8i1.24495.

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This preprint is protected by copyright held by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo and is distributed under the Creative Commons Attribution License (CC BY). Users may share, distribute, or reproduce the work as long as the original author(s) and copyright holder are credited, and the preprint server is cited per academic standards.

Authors retain the right to publish their work in academic journals where copyright remains with them. Any use, distribution, or reproduction that does not comply with these terms is not permitted.

- [22] D. Dwi dani and L. Sa'adah, "Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening," *Akt. J. Akunt. dan Investasi*, vol. 5, no. 1, pp. 15–28, 2020.
- [23] D. Rohana Sla and R. K. Karlina Aprilia, "Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Pengungkapan Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Energi dan Basic Materials yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021)," *Diponegoro J. Account.*, vol. 12, no. 4, pp. 1–13, 2023.
- [24] S. G. Sapette and F. B. Limba, "Pengaruh Penerapan Green Accounting dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020," *Kupna Akunt. Kumpul. Artik. Akunt.*, vol. 2, no. 1, pp. 31–43, 2021, doi: 10.30598/kupna.v2.i1.p31-43.
- [25] A. C. Andre and E. P. Kurniawati, "Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Pemoderasi," *Among Makarti*, vol. 17, no. 1, p. 1, 2024, doi: 10.52353/ama.v17i1.586.
- [26] M. Mlis and K. S. Gultom, "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan BUMN Sektor Pertambangan," *J. Ilm. Akunt. Kesatuan*, vol. 9, no. 1, pp. 191–198, 2021, doi: 10.37641/jiakes.v9i1.559.
- [27] A. Klofilda Suati, A. W. Salasa Gama, and N. P. Yeni Astiti, "PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014–2016)," *Forum Manaj.*, vol. 17, no. 2, pp. 111–121, 2019, doi: 10.61938/fm.v17i2.336.
- [28] D. Ariani, M. Muthmah, and S. Ponto, "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan," *J. Bisnis Mhs.*, vol. 4, no. 2, pp. 125–140, 2024, doi: 10.60036/jbm.v4i2.art2.
- [29] M. Oktavni, A. Rosmaniar, and S. Hadi, "Pengaruh Ukuran Perusahaan (Size) Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan," *Balanc. Econ.siness, Manag. Account. J.*, vol. 16, no. 1, 2019, doi: 10.30651/blc.v16i1.2457.
- [30] T. Pipit Miyah, Dyah Aminatun, Sma Septia Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, "No Title No Title No Tle," *J. GJ*, vol. 7, no. 2, 2020.
- [31] T. E. Prasia, P. Tommy, and I. S. Saerang, "Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Risiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bei," *Ukuran... J. EMBA*, vol. 8792, no. 2, pp. 879–889, 2014.
- [32] W. W. Hidayat, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Return on Equity dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaur di Indonesia," *Fak. Ekon.*, vol. 21, no. 1, pp. 67–75, 2019, [Online]. Available: <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI>
- [33] D. S. Charmana, H. Retwati, and H. N. S. Dwantoro, "Motivasi Belajar Dan Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Ppkn Di Indonesia: Kajian Analisis Meta," *Bhineka Tunggal Ika Kaji. Teor. dan Prakt. Pendidik. PKn*, vol. 9, no. 2, pp. 99–113, 2022, doi: 10.36706/jbti.v9i2.18333.
- [34] U. H. W. Rusilowati, "Metode Penelitian Bisnis," *Syria Stud.*, vol. 7, no. 1, pp. 37–72, 2022.
- [35] Muhdor, N. Diana, and M. C. Mawardi, "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Tanggung Jawab Lingkungan Terhadap Csr Disclosure Pada Perusahaan Tambang Yang Terdaftar Di Bei Periode 2015-2019," *E-Jra*, vol. 09, no. 02, pp. 47–57, 2020.
- [36] I. A. Mardiana and E. Wuryani, "Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi," *J. Akunt. Unesa*, vol. 8, no. 1, pp. 1–8, 2019, [Online]. Available: <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-akuntansi/>
- [37] N. Afifah, S. W. W. Astuti, and D. Irawan, "Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan," *EKUITAS (Jurnal Ekon. dan Keuangan)*, vol. 5, no. 3, pp. 346–364, 2021, doi: 10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4644.
- [38] Y. Puspaningrum, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia)," *J. Profita Kaji. Ilmu Akunt.*, vol. 5, no. 1, pp. 1–14, 2017, [Online]. Available: <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/profita/article/view/9639>

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.