

# **BAB 1**

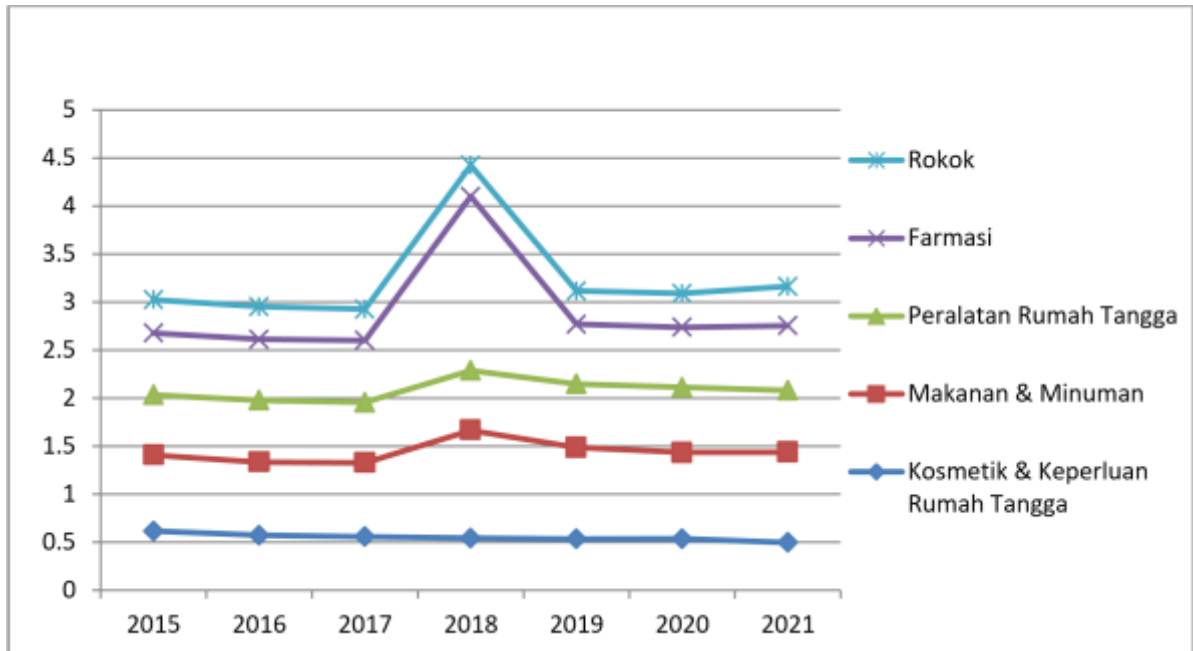
## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG**

Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi yang telah dicapai oleh perusahaan sebagai proyeksi dari masyarakat terhadap kinerja dan proses operasi perusahaan. Seorang investor akan melihat tingkat keberhasilan manajemen dan pengelolaan sumber daya perusahaan serta harga saham perusahaan melalui nilai perusahaan yang ada. Secara umum nilai perusahaan juga dikenal dengan nilai jual suatu perusahaan Menurut Salvatore, (2005) dalam Aviyanti & Isbanah., (2019). Nilai perusahaan berbanding lurus dengan penawaran dalam pasar modal dan adanya potensi harga saham akan naik. Nilai perusahaan yang tinggi maka tingkat kesejahteraan para pemegang saham juga akan meningkat, dengan adanya jaminan kesejahteraan ini maka para pemegang saham juga tidak ragu untuk menanamkan modalnya ke perusahaan, Puspaningrum, (2015).

Perusahaan harus memiliki suatu tujuan yang jelas, salah satu tujuan jangka pendek perusahaan yaitu untuk memperoleh laba secara maksimal dengan memanfaatkan sumber daya perusahaan secara maksimal. Sedangkan tujuan jangka panjang perusahaan yaitu dengan memaksimalkan nilai perusahaan dengan meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham Saputri, (2013) Jika suatu nilai perusahaan meningkat, maka akan memingkat pula nilai saham serta kesejahteraan para pemegang saham

Pada saat ini dunia bisnis berkembang dengan sangat pesat, untuk itu persaingan akan semakin tinggi pula. Hal ini dapat diketahui bahwa telah banyak perusahaan dengan keunggulan kompetitif yang baik. Saat ini perusahaan tidak hanya dituntut untuk memperhatikan besarnya laba yang dihasilkan, namun suatu perusahaan juga dituntut untuk memperhatikan kondisi lingkungan dari aktivitas operasi perusahaan. Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai pasar modal sebagai suatu tempat bagi investor untuk melakukan kegiatan investasi, Saputri, (2013). Perusahaan sektor barang konsumsi merupakan salah satu sektor yang sangat mendukung perekonomian Indonesia karena sektor ini yang selalu dibutuhkan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, Herninta & Rahayu, (2021). Adanya persaingan dalam dunia usaha semakin ketat, perusahaan semakin luas pula untuk dapat memanfaatkan sumber daya alam dan masyarakat social, Puspaningrum, (2015). Dengan ini perusahaan dapat meningkatkan keunggulan dalam bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak dalam bidang sejenis. Tinggi atau rendahnya suatu nilai perusahaan akan mempengaruhi keputusan investor untuk berinvestasi, Ayem & Nikmah, (2019).



**Gambar 1 Perkembangan nilai perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi periode 2015-2021**

Sumber : [www.idn.financial.com](http://www.idn.financial.com)

Berdasarkan data pada gambar 1 dapat diketahui bahwa nilai perusahaan pada sektor barang konsumsi dari tahun 2015 – 2021 mengalami perubahan. Nilai perusahaan pada sub sektor farmasi dan rokok tahun 2018 mengalami kenaikan yang tinggi. Sedangkan sub sektor peralatan rumah tangga, makanan dan minuman, serta kosmetik dan keperluan rumah tangga mengalami perubahan yang cukup stabil dalam naik turunnya nilai perusahaan. Dengan ini pasti dalam memproduksi produknya perusahaan dapat menimbulkan limbah, karena semakin banyaknya aktivitas operasi perusahaan semakin meningkat pula limbah produksi yang menyebabkan polusi udara, air dan tanah pada tingkat yang berbahaya. Untuk itu, perusahaan harus memiliki kesadaran untuk tidak hanya mementingkan keuntungan perusahaan saja, namun juga memperhatikan lingkungan sekitar perusahaan dengan adanya limbah dari aktivitas produksi perusahaan.

Perubahan iklim dan pemanasan global mulai dirasakan yang menyebabkan berbagai peristiwa, seperti banjir, tanah longsor, tsunami, bahkan kekeringan saat ini sulit untuk dikendalikan di setiap negara termasuk di Indonesia. Melihat hal tersebut maka perlu ada upaya untuk meminimalisir agar tidak semakin besarnya masalah tersebut. Berdasarkan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) pada tahun 2019 sampah di Indonesia mencapai 29,14 ton dan mengalami kenaikan pada tahun 2020 sebanyak 32,82 ton. Namun pada tahun 2021 berkurang menjadi 21,88 ton. Menurut UU Lingkungan No. 46 tahun 2017 tentang Instrumen Ekonomi Lingkungan dan peraturan

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 51/POJK.03/2017 tentang penerapan keuangan berkelanjutan bagi lembaga jasa keuangan dalam rangka mewujudkan sistem keuangan yang menerapkan prinsip-prinsip berkelanjutan merupakan cara pemerintah Indonesia untuk menangani masalah lingkungan yang ada.

**Tabel 1 Jumlah Sampah 5 Provinsi Tahun 2019 – 2021 (Dalam Satuan Ton)**

Tahun	Jawa Tengah	Jawa Barat	Jawa Timur	DKI Jakarta	DIY
2019	3,746,508	3,389,681	5,497,163	2,008,546	783,652
2020	4,600,999	3,454,241	5,876,637	3,054,812	775,306
2021	5,614,155	4,599,600	3,999,800	3,083,437	586,267

Sumber : Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK)

*Eco efficiency* merupakan konsep yang mengimplementasikan efisiensi dan memasukan aspek sumber daya alam dan energy yang meminimalkan penggunaan bahan baku, energy, air, serta meminimalisir limbah per unit produk dari proses produksi (Kementerian Lingkungan Hidup, 2003). Pemulihan ekosistem sumber daya perusahaan merupakan suatu permintaan yang cukup besar, untuk itu hal ini perlu diperhitungkan karena adanya pengeluaran yang terjadi menyebabkan munculnya *Eco-Efficiency* (Osazuwa & Che-ahmad, n.d.). *Eco Efficiency* digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh investor untuk mengukur suatu nilai perusahaan Komalasari, (2021). Suatu perusahaan jika menerapkan *Eco-Efficiency* dengan baik akan memiliki nilai tambah bagi para pemegang saham Amalia & Rosdiana, (2016). Pada penelitian Zainul et al., (2018), Amalia & Rosdiana, (2016) menunjukkan bahwa *Eco-Efficiency* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut penelitian Safitri & Nani, (2021) *Eco-Efficiency* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan meningkat jika perusahaan telah memiliki sertifikat ISO-14001 tentang manajemen yaitu perusahaan sudah menerapkan konsep *Eco-Efficiency* dalam kegiatan operasionalnya.

Untuk menyelesaikan masalah lingkungan hidup dalam perusahaan akibat dari aktivitas operasi perusahaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu faktor non finansial yang perlu dipertimbangkan oleh manajemen dalam meningkatkan nilai perusahaan Umbara & Suryanawa, (2014). Dalam menjalankan tanggung jawab sosial yang paling diutamakan adalah memperkuat keberlanjutan perusahaan dan membuat kerjasama para pemegang saham dalam menjalankan program peningkatan masyarakat di daerah tersebut Kholida & Susilo, (2019). Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) Nomor 40 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, CSR merupakan suatu kewajiban bagi perusahaan. Hal ini selaras dengan Undang-Undang Penanaman Modal yaitu mewajibkan penanam modal untuk dapat menjalankan tanggung jawab social perusahaan. Pada penelitian Puspaningrum, (2015) menunjukkan hasil bahwa CSR berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian Gumanti et al., (2021), Naek & Tjun Tjun, (2020) ,Machmuddah et al., (2020) menunjukkan hasil bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian Ayem & Nikmah, (2019) menunjukkan hasil

bahwa CSR tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Jika nilai suatu perusahaan yang telah *go public* dilihat dari harga saham dari perusahaan. Ayem & Nugroho, (2016) Maka, kebijakan deviden juga merupakan suatu hal yang kompleks dalam perusahaan karena melibatkan berbagai pihak. Kebijakan deviden merupakan suatu keputusan perusahaan dalam menentukan laba yang didapatkan akan dibagikan kepada pemegang saham yang telah berinvestasi atau ditahan perusahaan untuk diinvestasikan kembali Maggee, (2018). Investor pasti melihat besar atau kecilnya deviden yang dibagikan perusahaan untuk melihat kinerja dari perusahaan tersebut. Pada penelitian Martha et al., (2018) menyatakan bahwa kebijakan deviden berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian Sondakh, (2019), Zainul et al., (2018), Ayem & Nugroho, (2016) menyatakan bahwa kebijakan deviden berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. pada penelitian Dj et al., (2007), Nohuz et al., (2014), Mutiara., (2018) menyatakan bahwa kebijakan deviden tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang masih menunjukkan adanya hasil yaitu semua variable memberikan pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan peneliti memiliki saran untuk menambahkan variable dengan mengganti sampel serta periode penelitian yang lebih panjang. Penelitian ini berusaha untuk mengkaji lebih dalam lagi dengan mengganti variabel *accrual quality* dengan variabel kebijakan deviden. Untuk itu peneliti tertarik untuk meneliti dengan **judul “Dampak *Ecoefficiency*, *Corporate social responsibility* dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan”** untuk mengetahui apakah variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan atau tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi terhadap perusahaan sector manufaktur khususnya sub sector barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan mengajukan pertanyaan penelitian (i) Apakah *eco efficiency* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. (ii) Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. (iii) Apakah kebijakan deviden berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

## **BAB 2**

### **Kajian Pustaka Dan Pengembangan Hipotesis**

#### **2.1 Kajian Teori Teori Stakeholder**

Menurut Prena et al., (2019) stakeholder merupakan pihak yang memiliki suatu keterkaitan atau hubungan secara langsung dengan masyarakat, pihak yang dimaksud yaitu termasuk pemasok, pelanggan, pemerintah, investor, karyawan, dan konsumen. Tujuan dari teori stakeholder yaitu membantu manajemen perusahaan dalam memahami akibat dari proses produksi yang dilakukan perusahaan. Sehingga dapat diminimalisir dan kegiatan perusahaan dapat berjalan dengan lancar tanpa mengganggu kegiatan stakeholder. Teori stakeholder ini sangat mempengaruhi suatu kinerja perusahaan, karena penilaian dari stakeholder merupakan salah satu cara bisa melihat kinerja suatu perusahaan menurut Lindawati & Puspita, 2015 dalam Aviyanti & Isbanah., (2019). Keinginan perusahaan dalam beradaptasi dengan kemauan para pemegang saham maka semakin besar pula kekuasaan pemegang saham menurut Sembiring, 2003 dalam Naek & Tjun Tjun, (2020).

#### **Teori Sinyal**

Teori sinyal merupakan salah satu teori sebagai petunjuk bagi calon investor mengenai seluruh aktivitas perusahaan. Jadi investor dapat melihat keadaan perusahaan saat ini ataupun kondisi yang akan datang, untuk itu teori ini sangat penting bagi investor sebelum melakukan investasi pada suatu perusahaan menurut Aviyanti & Isbanah., (2019). Pentingnya informasi bagi investor menunjukkan jika teori sinyal sangat dibutuhkan dalam mengambil suatu keputusan karena teori sinyal dapat menyediakan informasi mengenai bagaimana suatu perusahaan dalam menyajikan sinyal untuk pengguna laporan keuangan menurut Panggau & Septiani, (2017). Teori sinyal dapat menunjukkan perilaku dari dua pihak yang memiliki akses terhadap informasi yang berbeda yaitu satu pihak pengirim harus dapat memilih dalam berkomunikasi dengan informasi itu dan pihak lain, untuk pihak penerima harus dapat memilih cara untuk menginterpretasikan sinyal tersebut menurut Connelly, et.al (2010) dalam Dewi & Rahmianingsih, (2020). Jadi saat informasi diumumkan maka pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut dan dapat melakukan analisa informasi apakah termasuk dalam sinyal baik atau sinyal buruk.

#### ***Eco efficiency***

Menurut (Kementrian Lingkungan Hidup, 2003) *Eco efficiency* merupakan konsep yang mengimplementasikan efisiensi dan memasukan aspek sumber daya alam dan energy yang meminimalkan penggunaan bahan baku, energy, air, serta meminimalisir limbah per unit produk dari proses produksi. Konsep *eco efficiency* merupakan salah satu bahan pertimbangan investor untuk mengukur nilai perusahaan. Menurut Osazuwa Che-Ahmad (2016) dalam (Komalasari, 2021) menyatakan bahwa

perusahaan yang menerapkan *eco efficiency* dapat dilihat dengan laporan keuangan tahunan dengan dibuktikan adanya sertifikasi ISO 14001. Variabel *dummy* merupakan suatu variabel kategorikal yang berpengaruh terhadap variabel yang bersifat kualitatif. Untuk itu dalam penelitian ini *eco efficiency* diukur menggunakan variabel *dummy* yaitu perusahaan yang memiliki sertifikasi ISO 14001 akan dinilai 1. Sedangkan perusahaan yang tidak memiliki sertifikasi ISO 14001 akan dinilai 0.

### **Corporate social responsibility**

CSR merupakan suatu system agar perusahaan dapat memberikan perhatiannya ke masyarakat dalam suatu kegiatan usahanya dan mampu berinteraksi bersama para stock holders. CSR merupakan media komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat mengenai aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. CSR ini juga salah satu non financial yang dipertimbangkan oleh manajemen dalam meningkatkan nilai perusahaan, Gumanti et al., (2021). CSR merupakan suatu tanggung jawab perusahaan terhadap keputusan dan seluruh aktivitas perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat Prena et al., (2019). *Corporate Social Responsibility* Indeks CSRI) merupakan indeks dalam pengukuran CSR dengan perhitungan *Global Reporting Initiatives* (GRI) dengan indicator pengungkapan dengan pengukuran variabel *dummy* menurut Naek & Tjun Tjun, (2020). Perusahaan mengungkapkan CSR akan diberi nilai 1 sedangkan perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR akan diberi nilai 0.

### **Kebijakan Dividen**

Kebijakan dividen merupakan suatu keputusan perusahaan dalam menentukan laba yang didapatkan akan dibagikan kepada pemegang saham yang telah berinvestasi atau ditahan perusahaan untuk diinvestasikan kembali Maggee, (2018). Menurut Brigham dan Gapenski (1996) dalam Analisa, (2011) *Dividend Pay Out Ratio* (DPR) merupakan presentase laba yang dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk kas yang ditentukan perusahaan setiap tahunnya. Menurut susanti,(2010) dalam Ayem & Nugroho, (2016) jika pembayaran dividen tinggi, maka harga saham dan nilai perusahaan juga akan tinggi. Sedangkan jika pembayaran dividen rendah maka harga saham dan nilai perusahaan juga akan rendah. Untuk itu penelitian ini akan menggunakan perhitungan DPR dengan rumus :

$$DPR = \frac{\text{Dividen per share}}{\text{Earning per share}}$$

### **Nilai perusahaan**

Nilai perusahaan merupakan tanggapan pemilik modal terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang menghubungkan dengan harga saham. Untuk itu investor dapat percara jika nilai perusahaan yang tinggi tidak hanya kinerja perusahaan saat ini saja, namun juga pada masa yang akan datang. Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi dari pencapaian perusahaan sebagai bentuk kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Menurut Salvatore, (2005) dalam Aviyanti & Isbanah., (2019)

jika meningkatnya harga saham maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Sedangkan jika harga saham menurun maka nilai perusahaan juga akan menurun. Menurut Indarti (2012) dalam Ayem & Nugroho, (2016) *Tobin's Q* merupakan nilai pasar dalam suatu perusahaan dengan membandingkan nilai pasar dengan nilai penggantian asset perusahaan. Penilaian rasio dengan *Tobin's Q* ini tidak hanya mengukur bagaimana keadaan perusahaan pada pasar dengan harga saham yang beredar dengan jumlah saham yang beredar saja. Namun, juga mengukur aktiva dan kewajiban perusahaan. Jika dibandingkan dengan perhitungan rasio lainnya yang hanya mengukur dengan melihat keadaan harga saham dan saham perusahaan saja. Untuk itu dalam perhitungannya *Tobin's Q* ini juga memasukan unsur kewajiban perusahaan. Untuk itu penelitian ini menggunakan *Tobin's Q* dengan rumus :

$$Tobin's Q = \frac{\text{Nilai kapitalisasi saham} + \text{Liabilities}}{\text{Total Aset}}$$

## 2.2 Pengembangan Hipotesis

### **Pengaruh *Eco Efficiency* terhadap Nilai Perusahaan**

Teori sinyal dapat mendorong seorang manajer dalam memberikan sinyal dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan, hal ini dapat dilihat dari laporan tahunan perusahaan. Dalam laporan tahunan terdapat informasi yang berkaitan dengan laporan bersifat financial dan *non financial*. Salah satu contoh laporan *non financial* yaitu *eco efficiency*. *eco efficiency* merupakan suatu konsep yang dapat mendorong perusahaan dalam mengembangkan kinerja lingkungan, dengan ini penggunaan sumber daya perusahaan yang berlebihan dapat diminimalisir menurut Dewi & Rahmianingsih, (2020). *Eco efficiency* merupakan salah satu strategi perusahaan untuk memperbaiki lingkungan perusahaan, selain itu juga sebagai tolak ukur perusahaan dalam melaksanakan pemanfaatan sumber daya perusahaan menurut Aviyanti & Isbanah., (2019). *Eco efficiency* merupakan salah satu bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, hal ini dapat menambah ketertarikan investor terhadap perusahaan dengan melihat pengelolaan lingkungan dengan tanggung jawab menurut Prena et al., (2019).

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa *eco efficiency* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Untuk itu hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu : H1 : *Eco efficiency* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

### **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan**

Dalam teori stakeholder menyatakan bahwa perusahaan juga memiliki tanggung jawab terhadap stakeholder perusahaan, karena stakeholder juga sangat mempengaruhi keberhasilan aktivitas yang ada dalam perusahaan menurut Prena et al., (2019). Untuk itu perusahaan harus dapat memastikan bahwa hubungan anatar perusahaan dengan stakeholder berjalan dengan baik, salah satunya dengan CSR yang dapat memastikan bagaimana terlaksananya stakeholder pada suatu perusahaan. CSR memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan karena stakeholder juga memiliki

kepentingan pada perusahaan, maka perusahaan juga harus memberikan manfaat kepada stakeholder karena semakin puas stakeholder maka nilai perusahaan juga akan meningkat menurut Prena et al., (2019). Seorang investor akan tertarik terhadap perusahaan dengan melihat bagaimana pengungkapan tanggung jawab social perusahaan, maka semakin tinggi pengungkapan tanggung jawab social perusahaan akan semakin tinggi pula nilai perusahaan menurut (Putri & Budiyanto, (2010). Jika perusahaan dapat melakukan CSR untuk mendorong inovasi dan meningkatkan kinerja social perusahaan maka akan berpengaruh juga terhadap nilai perusahaan menurut Naek & Tjun Tjun, (2020).

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa CSR memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan ini, penelitian ini menggunakan hipotesis kedua yaitu :

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

### **Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan**

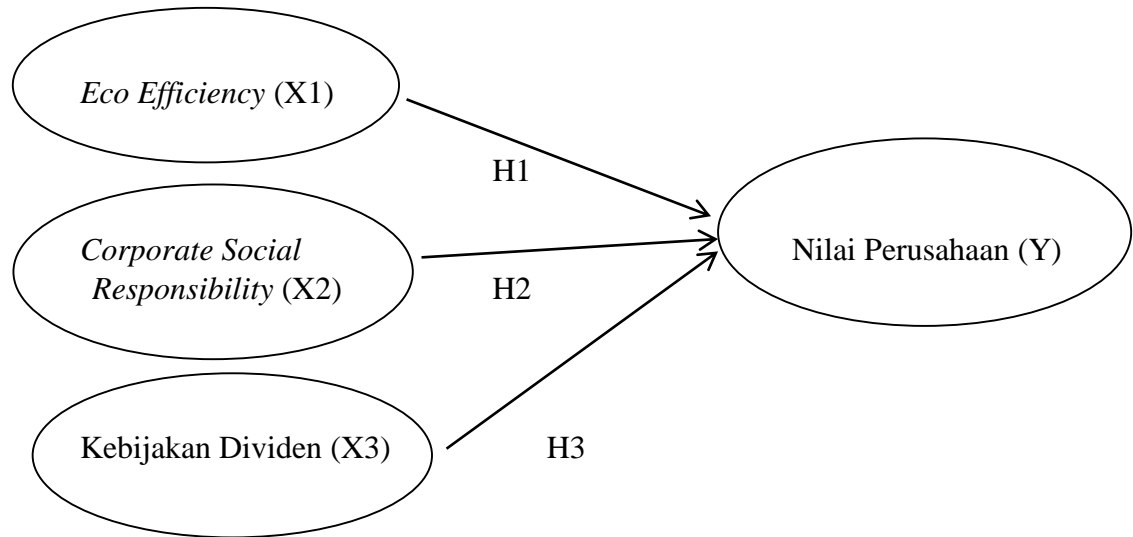
Seorang investor akan melihat bagaimana perusahaan dalam membagikan dividen untuk dapat melihat sinyal positif mengenai bagaimana perkembangan perusahaan di masa yang akan datang. Semakin tinggi perusahaan membagikan dividen maka tingkat kepercayaan investor akan tinggi pula, karena investor akan tertarik dengan dividen yang akan dibagikan perusahaan hal ini dapat meningkatkan permintaan saham perusahaan menurut Ayem & Nugroho, (2016). Laba bersih perusahaan dapat dibagikan kepada pemegang saham, semakin besar dividen yang dibagikan maka semakin besar pula nilai perusahaan menurut Sofyaningsih & Hardiningsih, (2011) dalam Ayem & Nugroho, (2016). Investor lebih memilih perusahaan yang dapat membagikan dividen karena dapat dipastikan akan ada pengembalian dana yang telah diinvestasikan, semakin besar dividen yang dibagi maka semakin besar pula nilai perusahaan menurut Sondakh, (2019).

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Untuk itu dalam penelitian ini terdapat hipotesis ketiga yaitu :

H3 : Kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

## **2.3 Kerangka Penelitian**





**Gambar 2 Kerangka Penelitian**

Sumber : dikembangkan peneliti guna menunjang penelitian 2022

## BAB 3 Metode Penelitian

### 3.1 Populasi

Menurut Sugiyono, (2014) merupakan suatu objek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan untuk ditarik suatu kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini yaitu 52 perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018 – 2021.

### 3.2 Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Sugiyono, (2014) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik dari populasi. Ada beberapa teknik dalam pengambilan sampel. Namun, dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu dengan adanya karakteristik tertentu dalam pengambilan sampel, diantaranya :

1. Perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)
2. Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan tahunan selama periode 2018 – 2021 secara berturut-turut

**Tabel 2 Sampel Penelitian**

Kriteria	Jumlah
Perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)	52
Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan tahunan selama periode 2018 – 2021 secara berturut-turut	(10)
<b>Perusahaan yang sesuai kriteria dan terpilih sebagai sampel</b>	<b>42</b>

Sumber : web resmi masing-masing perusahaan

### 3.3 Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini yaitu ada variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen merupakan variabel yang disebabkan karena adanya variabel bebas atau independen, variabel dependen juga sering disebut sebagai variabel terikat. Sedangkan variabel independen merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel dependen atau sebagai penyebab jika terdapat perubahan pada variabel dependen.

**Tabel 3 Definisi Operasional**

Variabel	Definisi operasional	Rumus
----------	----------------------	-------

<i>Eco Efficiency</i>	<i>Eco efficiency</i> merupakan salah satu implementasi perusahaan dalam pemanfaatan aspek sumber daya alam, <i>eco efficiency</i> ini sebagai salah satu bahan pertimbangan investor untuk mengukur nilai perusahaan	variabel <i>dummy</i> yaitu perusahaan yang memiliki sertifikasi ISO 14001 akan dinilai 1. Sedangkan perusahaan yang tidak memiliki sertifikasi ISO 14001 akan dinilai 0.
<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	CSR merupakan bahan pertimbangan investor dengan mengetahui bagaimana hubungan antara perusahaan dengan masyarakat yang berhubungan dengan	Perusahaan mengungkapkan CSR akan diberi nilai 1 sedangkan perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR akan diberi nilai 0.
<b>Variabel</b>	<b>Definisi operasional</b>	<b>Rumus</b>
	tanggung jawab social perusahaan.	
Kebijakan Dividen	Kebijakan dividen merupakan keputusan perusahaan dalam menentukan presentase laba yang akan dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk kas yang telah ditentukan perusahaan setiap tahunnya	$DPR = \frac{\text{Dividen}}{\text{Laba Bersih}}$
Nilai Perusahaan	Nilai perusahaan merupakan salah satu tanggapan pemilik modal terhadap suatu kondisi dari pencapaian perusahaan sebagai bentuk kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan	$\text{Tobin's } Q = \frac{\text{Nilai kapitalisasi saham} + \text{Li}}{\text{Total Aset}}$

Sumber : Dari berbagai penelitian

### 3.4 Teknik Alat Analisis

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan program SPSS. Uji asumsi klasik ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Sedangkan

untuk uji hipotesis diantaranya yaitu uji T-test, uji F-test, dan uji  $R^2$  (Koefisien determinasi).

### **Statistik Deskriptif**

Statistic deskriptif merupakan gambaran dari sebuah data yang berdasarkan dengan nilai rata-rata, standar deviasi, nilai maksimum dan minimum dengan tujuan untuk memberikan pandangan data dari variabel yang akan diteliti sehingga informasi akan menjadi jelas dan mudah dipahami menurut Ghozali, (2021)

### **Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik merupakan salah satu syarat yang harus dilakukan peneliti untuk menguji sebelum melakukan analisis lebih lanjut terhadap data yang diteliti, sehingga dapat menghasilkan model regresi yang memenuhi kriteria dalam penelitian.

#### **a. Uji Normalitas Data**

Uji normalitas memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui data penelitian dapat menunjukkan distribusi normal atau tidak dan melihat model regresi yang digunakan baik atau tidaknya menurut Ghozali, (2021). Dalam penelitian uji normalitas menggunakan signifikansi kolmogorof smirnov pada setiap variabel. Jika nilai  $K - S >$  dari 0.05 maka hipotesis penelitian dapat diterima dan dapat dinyatakan telah berdistribusi normal. Karena model regresi yang baik adalah yang telah terdistribusi normal.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Menurut Ghozali, (2021) uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk menguji model regresi yang dapat ditemukannya korelasi antar variabel independen. Uji multikolinearitas ini terdapat dua cara yaitu dengan melihat nilai tolerance atau VIF (*Variance Inflation Factor*) yaitu jika nilai tolerance  $>$  dari 0,10 dan jika nilai VIF  $<$  10 dan dengan menganalisis matrik korelasi variabel independen dalam penelitian.

#### **c. Uji heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk mengetahui jika terjadi ketidaksamaan variabel dalam model regresi pada pengamatan residual satu ke pengamatan residual lainnya menurut Ghozali, (2021). Syarat dari uji heteroskedastisitas ini yaitu jika Sig  $>$  0,05 sehingga dapat disimpulkan jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### **d. Uji Autokorelasi**

Menurut Ghozali, (2021) uji autokorelasi memiliki tujuan untuk mengetahui dalam metode regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan penggunaan pada periode t dengan periode t-1 (periode sebelumnya) jika terjadi korelasi tersebut maka terdapat masalah autokorelasi dalam pengujian. Alat uji autokorelasi yang digunakan yaitu Durbon-Watson (DW-test) dengan syarat nilai harus berada diantara DU dan 4DU.

## Uji hipotesis

### a. Uji Statistik f

Menurut Ghozali, (2021) uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh yang sama terhadap variabel dependen hal ini digunakan untuk mengetahui kelayakan model regresi yang digunakan sehingga koefisien regresi dapat diketahui secara bersama. Jika  $p - value <$  dari level signifikan yang telah ditentukan maka dalam uji F ini dapat diketahui bahwa semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

### b. Uji Statistik $R^2$ (Koefisien Determinasi)

Menurut Ghozali, (2021) uji  $R^2$  (Koefisien determinasi) digunakan untuk mengukur kemampuan model penelitian dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat ditunjukkan pada nilai adjusted  $R - square$ .

### c. Uji Statistik t

Menurut Ghozali, (2021) uji Statistik T digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji hipotesis yang dilakukan secara parsial yaitu untuk dapat mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien menggunakan uji - t pada tingkat keyakinan 95% dengan tingkat kesalahan analisis ( $\alpha$ ) 5%. Jika  $Sig > 0,05$  maka  $H_0$  ditolak sedangkan jika  $Sig < 0,05$  maka  $H_0$  diterima.

## Analisis regresi linier berganda

Menurut Ghozali, (2021) regresi linier berganda merupakan salah satu alat analisis yang digunakan untuk mengukur bagaimana kekuatan hubungan antar variabel sehingga akan mengetahui hubungan antar variabel dalam penelitian. Dalam teknik ini terdapat tiga variabel independen yaitu *Eco Efficiency* ( $X_1$ ), *Corporate Social Responsibility* ( $X_2$ ), dan Kebijakan Dividen ( $X_3$ ). Selain itu juga terdapat satu variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan ( $Y$ ). untuk itu terdapat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y : nilai perusahaan

$\alpha$  : konstanta

$X_1$  : *eco efficiency*

$X_2$  : *corporate social responsibility*

$X_3$  : kebijakan dividen

$\beta$  : koefisien regresi dari setiap variabel independen

$\varepsilon$  : *error term*