

1. Pendahuluan

Dalam melaksanakan perannya sebagai bagian krusial dalam kemajuan ekonomi, instansi yang ada di sektor keuangan, baik berbasis perbankan maupun yang bukan, telah mengalami kemajuan. Berkembangnya instansi perbankan maupun non perbankan dapat dipengaruhi oleh rasa percayaan masyarakat dan investor terhadap kinerja sebuah perusahaan untuk menambah nilai Perusahaan tersebut. Berdasarkan pendapat Sigalingging (2019) nilai perusahaan diartikan sebagai keberhasilan yang sejalan dengan keinginan para pemiliknya. Nilai perusahaan diwakili oleh *Price to Book Value* (PBV) yang diartikan sebagai harga saham yang ditutup pada tanggal tertentu dibagi dengan nilai buku dari saham tersebut. Rasio PBV yang semakin tinggi menunjukkan bahwa investor semakin percaya pada masa depan perusahaan tersebut (Indrarini, 2019)

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) kini sudah menjadi suatu keharusan yang signifikan dalam dunia usaha. Ini tidak hanya berkaitan dengan profit perusahaan, tetapi juga dengan kesejahteraan dan kelangsungan hidup masyarakat di sekitar perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) sudah menjadi salah satu tujuan utama dalam bidang usaha bisnis modern (Kholis, 2020). Perusahaan tidak hanya dituntut harus menghasilkan laba, namun juga untuk bertanggung jawab atas dampak sosial dan lingkungan sekitar dengan operasional perusahaan. CSR mencakup berbagai tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menjaga kelestarian lingkungan.

Banyaknya informasi yang beredar mengenai lingkungan hidup mendorong pemerintah, investor dan konsumen tertarik untuk menyatakan minatnya dalam mengemukakan pendapat agar perusahaan menjalankan tanggung jawaban lingkungan melalui kinerja lingkungan. Berdasarkan penelitian Shofia & Anisah (2020), kinerja lingkungan merupakan metode bagi perusahaan untuk secara sukarela mengadopsi perhatian terhadap lingkungan dalam kegiatan operasionalnya dan hubungannya dengan para pemangku kepentingan yang bertanggung jawab secara hukum. Kementerian lingkungan hidup menerapkan program PROPER (*Public Disclosure Program for Environmental Compliance*) sebagai dasar untuk menilai dan mengklasifikasikan kedisiplinan perusahaan dalam mencapai kinerja lingkungan. Dana yang dibutuhkan perusahaan dalam program ini tentu tidak sedikit. Untuk itu, diperlukan profitabilitas yang tinggi agar dapat memberikan laba yang baik bagi perusahaan dan tetap memenuhi kewajiban sosialnya kepada lingkungan dan masyarakat.

Selain kinerja lingkungan, terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi nilai suatu perusahaan yaitu biaya lingkungan. Dengan adanya biaya untuk dikelola lingkungan sekitar, dapat memastikan bahwa perusahaan melakukan tanggungjawab sosialnya, sehingga masyarakat lebih merasa percaya terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Terdapat beberapa perusahaan yang percaya bahwa biaya lingkungan akan membuat penyusutan laba perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Sulbahri, (2021) mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Ditemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sebesar 5%. Semakin banyak perusahaan melakukan CSR, maka semakin meningkat juga reputasi atau nilai perusahaan tersebut. Namun, pada penelitian (Putri et al., 2016) menjelaskan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ini disebabkan oleh fakta bahwa tujuan utama dari Tanggung Jawab Sosial Perusahaan sering kali hanya berfungsi sebagai alat untuk kepentingan hubungan masyarakat, citra korporasi, atau reputasi, serta upaya perusahaan untuk meningkatkan nilai mereka di pasar saham tanpa adanya integrasi yang nyata dari tindakan terkait kesejahteraan sosial dan

perlindungan lingkungan, sehingga perusahaan tidak bisa mendapatkan manfaat langsung dari penyampaian CSR.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu yang berjudul “Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan” yang di mana X pada penelitian tersebut adalah CSR dan Y dari penelitian tersebut adalah Nilai Perusahaan (Nopriyanto, 2024). Dalam penelitian ini ditambahkan variabel kinerja lingkungan dan biaya lingkungan selain CSR untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengaruh aspek lingkungan terhadap nilai perusahaan. CSR lebih menekankan pada pengungkapan aktivitas sosial dan lingkungan, sehingga belum sepenuhnya mencerminkan hasil nyata pengelolaan lingkungan. Oleh karena itu, kinerja lingkungan yang diproksikan melalui PROPER digunakan untuk menilai pencapaian aktual perusahaan secara objektif, sedangkan biaya lingkungan mencerminkan komitmen finansial perusahaan dalam pengelolaan lingkungan. Dengan memasukkan ketiga variabel tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menjelaskan peran tanggung jawab lingkungan dalam pembentukan nilai Perusahaan.

Nilai perusahaan dipilih sebagai variabel dependen karena mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan tidak hanya menunjukkan kondisi keuangan saat ini, tetapi juga kepercayaan investor terhadap keberlanjutan perusahaan di masa depan. Perusahaan yang tergabung dalam indeks LQ45 merupakan perusahaan dengan likuiditas dan kapitalisasi pasar yang tinggi serta tingkat transparansi yang baik, sehingga secara teoritis diharapkan memiliki nilai perusahaan yang tinggi dan stabil. Namun, pada praktiknya masih ditemukan perusahaan LQ45 yang telah mengungkapkan CSR dan memiliki kinerja lingkungan yang baik tetapi tidak diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan. Salah satu contohnya adalah PT Unilever Indonesia Tbk yang pada tahun 2023 mendapat peringkat emas, mengalami peningkatan peringkat PROPER sebagai indikator kinerja lingkungan dari peringkat biru pada tahun sebelumnya. Namun, harga sahamnya justru mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya. Fenomena ini menunjukkan bahwa peningkatan kinerja lingkungan tidak selalu diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan, sehingga menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana pasar sebenarnya merespons aspek keberlanjutan. Selain itu, penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang tidak konsisten terkait pengaruh CSR, kinerja lingkungan, dan biaya lingkungan terhadap nilai perusahaan. Ketidakkonsistenan tersebut menunjukkan adanya research gap yang mendasari dilakukannya penelitian ini

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini Adalah sebagai berikut: (1) Apakah terdapat pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan? ; (2) Apakah terdapat pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan?; (3) Apakah terdapat pengaruh biaya lingkungan terhadap nilai perusahaan?

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dalam penelitian ini, adalah: (1) Untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai Perusahaan; (2) Untuk menguji pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan; (3) Untuk menguji pengaruh biaya lingkungan terhadap nilai perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik teoritis maupun praktis. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan teori yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR), kinerja lingkungan, biaya lingkungan dan nilai perusahaan. Dengan menganalisis hubungan antara variabel-variabel ini, penelitian dapat memberikan wawasan baru dan memperkaya literatur yang ada. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi manajemen perusahaan dalam menyusun strategi CSR dan kebijakan lingkungan. Dengan memahami pengaruh CSR, kinerja lingkungan, dan biaya lingkungan

terhadap nilai perusahaan. Manajemen dapat membuat keputusan yang lebih tepat untuk meningkatkan reputasi dan kinerja keuangan perusahaan. Penelitian ini juga mampu menyajikan data penting bagi para investor serta pihak-pihak berkepentingan lainnya. Dengan mengetahui dampak CSR, kinerja lingkungan, dan biaya lingkungan terhadap nilai perusahaan. Para investor akan dapat mengambil keputusan investasi yang lebih tepat dan lebih berkelanjutan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bukti empiris tambahan dalam melengkapi hasil penelitian terdahulu mengenai dukungan variabel penelitian ini terhadap nilai perusahaan.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)

Dowling & Pfeffer, (1975) menjelaskan bahwa teori legitimasi berhubungan dengan suatu organisasi yang senantiasa berusaha untuk membangun serta menjamin bahwa aktivitasnya terikat dan selaras dengan norma-norma serta kebiasaan sosial dalam masyarakat. O'Donovan, (2002) juga berpendapat bahwa legitimasi organisasi dapat dilihat dari tingkat kepercayaan yang diberikan oleh publik kepada perusahaan, serta apa yang diinginkan atau diperlukan perusahaan dari masyarakat. Menurut Ghazali, (2020) Teori legitimasi di deskripsikan sebagai usaha yang dilakukan terus menerus oleh entitas pada kegiatan aktivitas bisnis sesuai dengan batasan dan aturan entitas tertentu, yaitu perusahaan berusaha memastikan bahwa kegiatan yang dilakukan dipandang "sah" oleh pihak luar. Perusahaan memiliki kewajiban dan tanggung jawab untuk menaati norma serta mematuhi kebiasaan yang berlaku di masyarakat agar dapat menyesuaikan dan menyelaraskan diri dengan lingkungan sosialnya. Sehingga, perusahaan harus terus menerus memberikan informasi bahwa mereka beroperasi dengan sikap yang sejalan dengan nilai - nilai sosial yang dianut masyarakat serta melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan perusahaan. Oleh karena itu, pengungkapan tanggung jawab sosial menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan karena dapat memperkuat kepercayaan publik yang berdampak pada kegiatan operasional perusahaan dan nilai perusahaan (Deephhouse, 1996)

2.1.2. Nilai Perusahaan

Menurut Sigalingging (2019) nilai perusahaan diartikan menjadi keberhasilan yang sejalan dengan keinginan para pemiliknya. Nilai perusahaan dapat dilihat melalui perbandingan antara harga saham dan nilai buku yang dikenal dengan *Price to Book Value* (PBV). Hal ini menunjukkan bahwa harga saham pada saat penutupan di tanggal tertentu dibagi dengan nilai buku dari saham tersebut. Jika rasio PBV semakin tinggi, itu menunjukkan bahwa investor semakin percaya pada masa depan Perusahaan itu (Indrarini, 2019). Peningkatan harga saham berpengaruh signifikan terhadap rasio PBV Perusahaan, di mana rasio ini digunakan oleh investor untuk mengevaluasi kinerja keuangan sebuah perusahaan. Dengan demikian, semakin tinggi harga saham dan rasio PBV pada suatu perusahaan, maka semakin tinggi nilai perusahaan tersebut.

2.1.3. Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) diartikan sebagai upaya perusahaan untuk sukarela mengintegrasikan kepedulian terhadap lingkungan juga sosial ke dalam kegiatan operasional serta interaksinya dengan para pemangku kepentingan, yang melebihi tanggung jawab perusahaan pada bidang hukum (Kholis, 2020). Pengungkapan CSR dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai sarana untuk menyampaikan informasi mengenai kinerja sosial perusahaan kepada para *stakeholder*. Selain berperan dalam membangun citra dan reputasi perusahaan di mata publik, CSR juga dipandang sebagai bentuk investasi jangka panjang yang bertujuan

untuk meminimalisir potensi risiko sosial. Dengan menerapkan CSR dalam perusahaan, diharapkan mampu memberikan manfaat dan keuntungan di masa mendatang.

2.1.4. Kinerja Lingkungan

Menurut Shofia & Anisah, (2020) kinerja lingkungan adalah metode bagi sebuah perusahaan untuk secara sukarela menggabungkan perhatian mereka terhadap lingkungan dalam operasional serta hubungannya dengan para pemangku kepentingan yang bertanggung jawab di hadapan hukum. Kementerian lingkungan hidup menggunakan program PROPER (*Public Disclosure Program for Environmental Compliance*) menjadi dasar penilaian dan pengklasifikasian kedisiplinan perusahaan dalam mencapai kinerja lingkungan. Kemampuan lingkungan suatu perusahaan dinilai berdasarkan tingkatan emas teratas, hijau, biru, merah dan hitam sebagai level terendah. lima warna ini digunakan untuk menilai perusahaan dalam sistem PROPER.

2.1.5. Biaya Lingkungan

Biaya lingkungan adalah biaya yang muncul sebagai akibat dari kondisi lingkungan yang tidak baik atau yang berpotensi buruk. Perhitungan biaya lingkungan dilakukan dengan membandingkan pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk aktivitas *corporate social responsibility* (CSR) terhadap laba tahun berjalan yang diperoleh. Dengan adanya pengeluaran untuk pengelolaan lingkungan sekitar, dapat dipastikan bahwa perusahaan melakukan tanggungjawab sosialnya, sehingga masyarakat dapat lebih merasa percaya terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (Asjuwita & Agustin 2020).

2.2. Pengembangan Hipotesis

2.2.1. Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility merupakan cara perusahaan membangun keberlanjutan perusahaan dengan memperhatikan tanggung jawab terhadap sosial, ekonomi, dan lingkungan akibat dari aktivitas bisnis yang dilakukan. Melalui pelaksanaan CSR diharapkan dapat menimbulkan efek positif terhadap ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan. ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Solikhah, 2022), dan (Khairiyani, 2020).

Dalam upaya mempertahankan nilai perusahaan, terdapat sejumlah faktor yang perlu diperhatikan, salah satunya adalah pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR merupakan wujud tanggung jawab perusahaan dalam berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan melalui kerja sama dengan karyawan, masyarakat lokal, serta masyarakat luas untuk meningkatkan kualitas hidup secara berkelanjutan dan bermanfaat bagi perusahaan maupun masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa keberlangsungan operasional perusahaan sangat bergantung pada upaya organisasi dalam membangun, menjaga, dan memastikan kesesuaian aktivitasnya dengan norma, nilai, serta kebiasaan sosial yang berlaku di masyarakat (Dowling & Pfeffer, 1975).

Peran pengungkapan CSR sebagai faktor yang berpotensi meningkatkan nilai perusahaan juga diperkuat oleh berbagai penelitian terdahulu. Hasil penelitian Sulbahri, (2021) menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Citra positif yang terbentuk dari pelaksanaan CSR memberikan dampak yang luas dan menguntungkan bagi aspek bisnis lainnya, seperti peningkatan kualitas produk dan layanan kepada konsumen, yang pada akhirnya dapat memperkuat dukungan dari konsumen di masa mendatang. Selain itu, aktivitas kinerja sosial Perusahaan turut berperan dalam memperoleh respon positif dari masyarakat, sehingga mendukung tercapainya pembangunan berkelanjutan serta peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Penelitian yang dilakukan di Indonesia juga menghasilkan pendapat yang sama, seperti penelitian (Rahmantari, 2021), dan (Endiana, 2019) juga menjelaskan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

H1: CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.2.2. Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut teori legitimasi yang dikemukakan oleh Dowling & Pfeffer (1975), perusahaan berupaya memastikan bahwa aktivitas operasionalnya sejalan dengan norma, nilai, dan harapan masyarakat agar memperoleh legitimasi sosial. Legitimasi tersebut penting untuk menjaga keberlangsungan usaha karena perusahaan sangat bergantung pada dukungan para pemangku kepentingan. Apabila perusahaan mampu menunjukkan kepatuhan dan tanggung jawab terhadap lingkungan, maka masyarakat dan investor akan memberikan respons positif yang tercermin dalam peningkatan reputasi, kepercayaan, serta nilai perusahaan.

Dalam konteks penelitian ini, untuk menciptakan kinerja lingkungan yang bersih, sebuah perusahaan harus menerapkan kinerja lingkungan yang baik agar dapat mengoptimalkan keuntungan berupa laba bersih yang diperoleh dari kegiatan penjualan (Shofia & Anisah, 2020). *PROPER (Public Disclosure Program for Environmental Compliance)* merupakan dasar penilaian dan pengklasifikasian kedisiplinan perusahaan dalam mencapai kinerja lingkungan sehingga akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perusahaan. Pernyataan ini diperkuat dengan penilitan (Azizah & Cahyaningtyas, 2022) dan (Suandi, 2021) bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap profitabilitas.

Kinerja lingkungan yang optimal dapat berperan sebagai indikasi positif bagi pemangku kepentingan bahwa perusahaan bertekad untuk mencapai keberlanjutan. Hal ini dapat memperkuat legitimasi perusahaan dan nilai perusahaan. Kinerja lingkungan juga mencerminkan usaha perusahaan dalam membangun aktivitas pengelolaan lingkungan yang efisien. Upaya pengelolaan lingkungan yang dilakukan dengan sepenuh hati dapat menghasilkan respon positif ditunjukkan melalui kenaikan nilai perusahaan. Inisiatif pelestarian lingkungan akan menambah nilai bagi organisasi bisnis yang memiliki kinerja lingkungan yang memadai. Pendapat ini didukung oleh hasil penelitian dari (Nuraini & Murtanto, 2022) dan (Mardiana & Wuryani, 2019).

H2: Kinerja Lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

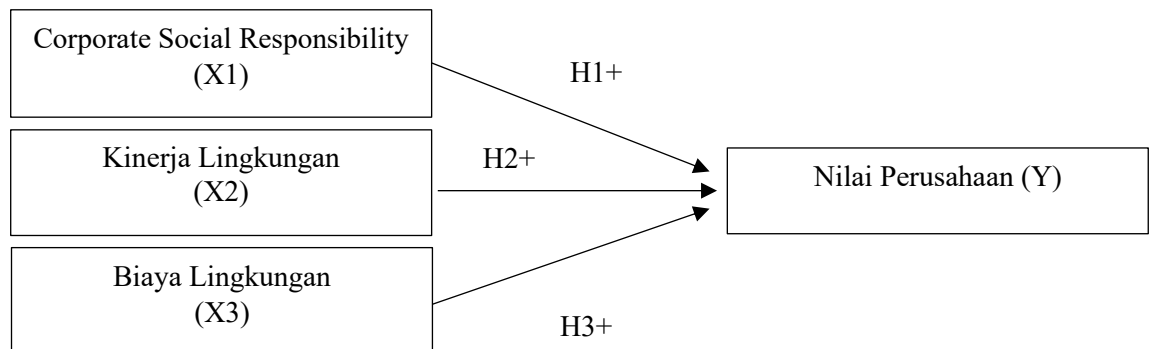
2.2.3 Biaya Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Biaya lingkungan menunjukkan usaha untuk menjaga lingkungan melalui penyediaan data perusahaan secara sukarela mengenai pengelolaan lingkungan. Dengan meningkatnya biaya yang dikeluarkan perusahaan, maka berpotensi mengurangi keuntungan yang diperoleh perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Suandi, (2021) mendukung teori ini dengan menyatakan bahwa biaya lingkungan berpengaruh terhadap profitabilitas.

Memasukkan biaya lingkungan dalam laporan keuangan dapat memperbaiki citra Perusahaan, yang pada gilirannya akan berpengaruh pada keunggulan kompetitif dan dapat dijadikan strategi untuk meningkatkan pendapatan atau laba perusahaan sebagai langkah untuk memperoleh legitimasi. Sejalan dengan teori legitimasi yang dikemukakan oleh Dowling & Pfeffer (1975) yang menjelaskan bahwa perusahaan berusaha menyesuaikan aktivitasnya dengan norma dan harapan masyarakat agar memperoleh penerimaan sosial (legitimasi). Biaya lingkungan memberikan dampak positif terhadap kinerja keuangan karena perusahaan yang berinvestasi dalam aspek lingkungan serta sosial cenderung memiliki biaya yang lebih tinggi, tetapi konsumen mereka bersedia membayar lebih tinggi. Perusahaan yang mengeluarkan biaya lingkungan telah mempertimbangkan biaya tersebut dalam harga jual dan menarik konsumen yang siap membayar harga tersebut, yang akhirnya akan berpotensi meningkatkan penjualan serta kinerja keuangan. Hal ini didukung oleh penelitian (Pasaribu et al., 2023) dan (Wulaningrum & Kusrihandayani, 2020)

H3: Biaya Lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.3. Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

3. Metode Penelitian

3.1 Populasi

Populasi yang dijadikan objek penelitian adalah laporan keuangan perusahaan LQ45 yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2021 sampai dengan 2023. Perusahaan LQ45 dipilih sebagai populasi karena memiliki nilai likuiditas yang tinggi dan menjadi perhatian para investor. Hal tersebut menjadikan motivasi bagi penulis untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen.

3.2 Sampel dan Teknik *Sampling*

Jenis pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel yang dipilih berdasarkan pertimbangan kriteria tertentu dan sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Perusahaan LQ45 yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2021 – 2023
2. Perusahaan LQ45 yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia dan lolos listing & ipo periode 2021 – 2023
3. Perusahaan LQ45 yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia dan mengalami laba positif periode 2021 – 2023
4. Perusahaan LQ45 yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia dan mengungkapkan biaya lingkungan periode 2021 – 2023

Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif dan data sekunder untuk melakukan analisis kausal. data yang diperoleh berasal dari sumber yang terverifikasi, yaitu dari laporan keuangan tahunan (annual report) perusahaan dari tahun 2021 hingga 2023, yang disebut sebagai data sekunder.

3.3 Variabel Penelitian

variabel merupakan suatu konsep atau representasi yang memiliki nilai tertentu dan dapat diukur, baik yang bersifat berwujud (*tangible*) maupun tidak berwujud (*intangible*). Operasional variabel berkaitan dengan penentuan indikator - indikator yang digunakan untuk mengukur variabel sehingga dapat diterapkan secara operasional dan menghasilkan kesamaan pemahaman di antara pihak - pihak yang berkepentingan (Wahyuni, 2020). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas:

- a. Variabel Dependen (terikat) yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai Perusahaan, yang diukur menggunakan rasio *Price to Book Value* (PBV), dengan rumus perhitungan:

$$\text{Rasio PBV} = \text{Harga saham per lembar saham} / \text{Nilai buku per lembar saham}$$

- b. Variabel independen (bebas) yaitu variabel yang berperan dalam memengaruhi perubahan pada variabel dependen, baik secara positif maupun negatif (Wahyuni, 2020) Variabel independen pertama dalam penelitian adalah CSR yang diukur berdasarkan GRI Standards 2021 yang mencakup 3 standar umum dan 33 standar khusus yang diungkapkan dalam laporan berkelanjutan perusahaan. Tingkat pengungkapan CSR diukur dengan membandingkan jumlah item CSR yang diungkapkan dalam setiap laporan tahunan perusahaan dengan indeks pengungkapan wajib sebagai berikut:

$$CSRDI = \sum X_{ij} / n$$

X_{ij} = dummy variabel 1 = jika item diungkapkan, 0 = jika item i tidak diungkapkan
 n = Jumlah kriteria pengungkapan CSR untuk perusahaan

- c. Variabel independen (bebas) kedua yang digunakan adalah kinerja lingkungan. Kementerian lingkungan hidup menggunakan program PROPER (*Public Disclosure Program for Environmental Compliance*) menjadi dasar penilaian dan pengklasifikasian kedisiplinan perusahaan dalam mencapai kinerja lingkungan. Kemampuan lingkungan suatu entitas dinilai menggunakan kategori level tertinggi emas, diikuti oleh hijau, biru, merah dan level terendah hitam. lima warna ini diterapkan untuk menilai perusahaan dalam sistem PROPER, menurut (Dura, 2022) rumus yang digunakan untuk menghitung kinerja lingkungan adalah sebagai berikut:

1. Emas	: Sungguh-Sungguh tertib	= 5
2. Hijau	: Sungguh tertib	= 4
3. Biru	: Tertib	= 3
4. Merah	: Terburuk	= 2
5. Hitam	: Sangat Buruk	= 1

- d. Variabel independen (bebas) ketiga yang digunakan adalah biaya lingkungan. Perhitungan biaya lingkungan melibatkan analisis perbandingan antara biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kegiatan corporate social responsibility (CSR) dengan laba tahun berjalan (Asjuwita & Agustin, 2020). Rumus yang dalam pengukuran biaya lingkungan adalah sebagai berikut:

$$\text{Biaya lingkungan} = \frac{\text{Biaya Program Bina Lingkungan}}{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}$$

3.4 Alat Analisis

Analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Model regresi linear berganda ini melibatkan beberapa variabel independen. Penggunaan analisis regresi linear berganda bertujuan untuk memahami arah serta seberapa signifikan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

- a. Persamaan Regresi Linier Berganda:

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

Y	: Variabel dependen (Nilai Perusahaan)
X_1	: CSR
X_2	: Kinerja Lingkungan
X_3	: Biaya Lingkungan
α	: Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	: Koefisien regresi
ε	: Error term

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Ditunjukkan melalui nilai p dari uji Kolmogorov-Smirnov atau dikenal Shapiro-Wilk. Apabila nilai p melebihi tingkat signifikansi yang telah ditetapkan (contohnya 0,05), maka residual dianggap mengikuti pola distribusi normal. Sebaliknya, jika nilai p berada di bawah batas tersebut, ini menunjukkan bahwa residual tidak terdistribusi normal, dan perlu untuk mempertimbangkan transformasi data atau penerapan model regresi yang lebih tepat, seperti regresi logistik atau regresi robust.

2) Uji Homoskedastisitas

Hasil dari pengujian homoskedastisitas seperti Breusch-Pagan atau White Test juga terlihat melalui nilai p. Jika nilai p lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat signifikansi (contohnya 0,05), maka asumsi homoskedastisitas dinyatakan terpenuhi, yang menunjukkan bahwa varians residual tetap konstan. Sebaliknya, jika nilai p lebih rendah, menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Dalam situasi ini, salah satu alternatif adalah melakukan transformasi pada variabel atau menerapkan metode seperti Generalized Least Squares (GLS) yang dapat mengatasi heteroskedastisitas.

3) Uji Autokorelasi

Uji Durbin-Watson menunjukan nilai yang berada di antara 0 hingga 4. Nilai mendekati 2 menunjukkan bahwa tidak adanya autokorelasi, sedangkan nilai mendekati 0 menunjukkan adanya autokorelasi positif dan nilai mendekati 4 mengindikasikan autokorelasi negatif. Apabila ditemukan autokorelasi terdeteksi, metode seperti Newey-West standard errors atau penerapan model autoregressive dapat menjadi alternatif untuk memperbaiki model.

4) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas diukur dengan Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai VIF di bawah 10, multikolinearitas dianggap tidak menjadi masalah. Namun, jika VIF lebih besar dari 10, ini menunjukkan adanya multikolinearitas yang signifikan, yang dapat memengaruhi stabilitas estimasi koefisien. Dalam situasi ini, langkah yang bisa diambil adalah menghapus salah satu variabel independen yang berkorelasi kuat atau menggunakan metode seperti Principal Component Analysis (PCA) untuk mengurangi dimensi data.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pada dasarnya, mengukur seberapa baik kemampuan model dalam menerapkan perbedaan variabel dependen. Koefisien korelasi determinasi memiliki nilai antara nol hingga satu. Jika R^2 bernilai rendah, itu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen hanya mampu menjelaskan sedikit dari variasi yang ada pada variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai tersebut mendekati satu, maka variabel-variabel independen hampir sepenuhnya memberikan informasi yang diperlukan untuk memprediksi perbedaan pada variabel dependen.

d. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji signifikansi F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen yang terdapat pada model regresi secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Uji F umumnya dipergunakan pada penelitian, *group sampling*, maupun *sub group sampling*. (Ghozali, 2016).

Uji F berfungsi untuk menentukan apakah variabel-variabel independen secara kolektif memberikan dampak terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk menilai signifikansi dari model regresi yang telah diterapkan. Parameter yang digunakan adalah jika

nilai signifikansi melebihi 0,05 maka variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen, sehingga H_0 diterima dan H_A ditolak. Namun, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, ini berarti variabel independen secara kolektif memiliki pengaruh terhadap variabel dependen sehingga H_0 ditolak dan H_A diterima.

e. Uji Hipotesis (Uji T)

Uji t bertujuan untuk menguji pengaruh sebuah variabel independen secara terpisah dalam menggambarkan variasi dari variabel tersebut. Hasil dari uji t nantinya akan menunjukkan seberapa besar pengaruh yang dimiliki variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016).

Uji t digunakan ketika nilai kriteria sudah ditentukan dan data yang digunakan termasuk dalam distribusi normal. Kriteria yang dipakai dalam uji t yaitu, apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka variabel independen secara individu tidak berpengaruh terhadap variabel dependen sehingga H_0 diterima dan H_A ditolak. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen sehingga H_0 ditolak dan H_A diterima.