

***The Influence of Corporate Social Responsibility on Company Value Mediated  
by Environmental Performance***

**Suwandi Ng  
Ana Mardiana  
Ervina Ottong<sup>1,2</sup>**  
**Faculty Economics and Business, Atma Jaya Makassar University,  
Indonesia**

*Received 01 January 2024  
Revised 25 February 2024  
Accepted 31 March 2024*

<sup>1</sup>E-mail: [ervinnvinn@gmail.com](mailto:ervinnvinn@gmail.com) | <sup>2</sup>Correspondence Author

---

**ABSTRACT**

**Purpose** – The purpose of this study was to analyze the effect of corporate social responsibility on firm value mediated by environmental performance.

**Design/methodology/approach** – The type of research used is explanatory. This research uses purposive sampling method in sampling technique.

**Findings** – The results of this study indicate that corporate social responsibility has a positive and significant effect on environmental performance. Environmental performance has a positive and significant effect on firm value. Corporate social responsibility has a positive and significant effect on firm value. Corporate social responsibility on company value can be mediated by environmental performance.

**Originality** – The sample used in this study are non-financial companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016-2020 which publish annual reports and sustainability reports, respectively.

**Keywords:** Corporate social responsibility, Environmental Performance, Corporate Value

**Paper Type** Research Result



Contemporary  
Journal on Business  
and Accounting

© Institut  
Transparansi dan  
Akuntabilitas Publik  
(INSPIRING)

**Pengaruh *Corporate social responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan yang Dimediasi oleh Kinerja Lingkungan**

Suwandi Ng

Ana Mardiana

Ervina Ottong<sup>1,2</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Atma Jaya Makassar, Indonesia

<sup>1</sup>E-mail: [ervinnvinn@gmail.com](mailto:ervinnvinn@gmail.com) | <sup>2</sup>Correspondence Author

---

**ABSTRAK**

**Tujuan** – Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh kinerja lingkungan

**Desain/metodologi/pendekatan** – Jenis penelitian yang digunakan adalah explanatori. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dalam teknik pengambilan sampel.

**Temuan** – Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja lingkungan. Kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan mampu dimediasi oleh kinerja lingkungan.

**Originalitas** – Sampel yang digunakan adalah perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020 yang menerbitkan laporan tahunan dan *sustainability report* secara berturut-turut.

**Kata-kata Kunci:** *Corporate social responsibility, Kinerja Lingkungan, Nilai Perusahaan*

**Jenis Artikel** *Research Result*

## **PENDAHULUAN**

Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam bentuk peningkatan harga saham. Nilai perusahaan yang tinggi akan cenderung meningkatkan kepercayaan investor dan pasar terhadap proses yang dilakukan oleh perusahaan pada masa lalu, dan mencerminkan kinerja perusahaan di masa mendatang (Harmono, 2015:50). Ukuran nilai perusahaan yaitu kemakmuran dan keberhasilan perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan berarti berusaha mencapai tujuan perusahaan yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Naik turunnya nilai perusahaan dapat dilihat dari harga sahamnya. Perusahaan yang memiliki tingkat nilai perusahaan yang tinggi, dianggap dapat mensejahterakan pemegang saham, dan hal tersebut dapat menarik para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Harga pasar saham bertindak sebagai barometer kinerja manajemen perusahaan. Jika nilai suatu perusahaan dapat diprosikan dengan harga saham, maka memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham (Muchlisin, 2017).

Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah faktor kinerja lingkungan, yaitu hasil yang dapat diukur dari system manajemen lingkungan, yang terkait dengan kontrol aspek-aspek lingkungannya, serta pengkajian kinerja lingkungan yang didasarkan pada kebijakan lingkungan, sasaran lingkungan dan target lingkungan (ISO 14004, 2016). Kinerja lingkungan mengukur seberapa suksesnya perusahaan dalam mengurangi dan meminimalisir dampaknya terhadap lingkungan. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang sangat baik cenderung mengungkapkan informasi yang kuat, dapat diverifikasi, dan sulit untuk ditiru (Al-Tuwaijiri et al., 2004). Jika perusahaan bertujuan untuk meningkatkan harga saham (nilai perusahaan), dapat dengan memerhatikan kinerja lingkungan (Siegel, 2009).

Kepedulian perusahaan terhadap masalah lingkungan menjadi nilai tambah bagi perusahaan. Kinerja lingkungan yang baik akan menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan. Permintaan investasi yang meningkat juga akan meningkatkan nilai perusahaan. (Pfleiger et al., 2005) menjelaskan bahwa kegiatan lingkungan perusahaan akan mendatangkan sejumlah keuntungan berupa ketertarikan pemegang saham dan pemangku kepentingan karena pengelolaan lingkungan yang bertanggungjawab. Tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat meningkatkan reputasi perusahaan, merek, kepercayaan, pelanggan dan nilai perusahaan (Jones, 1995).

Upaya untuk mendukung pelaksanaan tanggung jawab lingkungan yang dilakukan perusahaan di Indonesia, PROPER didesain untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan melalui instrumen insentif dan disinsentif. Bagi perusahaan yang mempunyai kinerja pengelolaan lingkungan yang baik ditandai dengan label Biru, Hijau dan Emas.

Penyebarluasan reputasi atau citra buruk bagi perusahaan yang mempunyai kinerja pengelolaan lingkungan yang tidak baik ditandai dengan label Merah dan Hitam (Wikipedia, 2020). Banyak perusahaan yang memperoleh peringkat hitam atau merah. Konsekuensi dari label buruk ini adalah reputasi perusahaan yang buruk oleh stakeholder dan masyarakat. Di samping itu perusahaan dibawa ke pengadilan, karena predikat sebagai pencemar dan merusak lingkungan.

Perusahaan juga memiliki tanggung jawab terhadap para stakeholder dan kepada para pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan, seperti pelanggan, pemilik atau investor, supplier, komunitas dan juga pesaing untuk mengungkapkan kinerja lingkungannya yang baik yang akan mendorong pengungkapan *corporate social responsibility* di laporan tahunan perusahaan (Rika dan Islahuddin, 2008). Kinerja lingkungan yang baik akan mendorong perusahaan untuk lebih banyak mengungkapkan kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan tidak hanya mengenai informasi keuangan (Sudaryanto, 2011). *Corporate social responsibility* pada saat ini sebagai komitmen yang dilakukan perusahaan dalam mempertanggungjawabkan kegiatan perusahaan, bersifat wajib.

*Corporate social responsibility* tidak hanya terbatas pada konsep pemberian bantuan dana kepada lingkungan sosial, namun juga bagaimana perusahaan memperlakukan karyawannya dengan tidak diskriminatif, menjaga hubungan baik dengan pemasok. Oleh sebab itu perusahaan harus memberikan dan menunjukkan imbal balik kepada stakeholder, makhluk biologis, ekosistem, bahkan bumi secara keseluruhan. Suratno dkk. (2006) menyatakan kinerja lingkungan adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (green). Penilaian kinerja lingkungan pada saat ini difokuskan kepada penilaian penataan perusahaan dalam aspek pengendalian pencemaran air, limbah, udara, serta berbagai kewajiban lainnya, lingkungan adalah salah satu tanggung jawab dari program *corporate social responsibility* yang harus dimiliki oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan kinerja lingkungan suatu perusahaan.

Salah satu cara meningkatkan nilai perusahaan adalah dengan memerhatikan *corporate social responsibility* suatu perusahaan. Manfaat *corporate social responsibility* yang pertama adalah meningkatkan citra perusahaan. Perusahaan yang melakukan kegiatan *corporate social responsibility* akan dipandang memiliki nilai kepedulian yang tinggi di masyarakat. Awareness positif masyarakat terhadap perusahaan akan berdampak pada kinerja lingkungan perusahaan sehingga akan meningkatkan citra dan nilai perusahaan itu sendiri.

## **LANDASAN TEORI**

### ***Teori Stakeholder***

Teori pemangku kepentingan adalah tentang mengetahui bagaimana melibatkan para pemangku kepentingan dan menciptakan nilai bagi mereka (Freeman, 2018). Pemangku kepentingan merupakan semua pihak yang keberadaannya sangat memengaruhi dan dipengaruhi perusahaan, seperti: karyawan, masyarakat, perusahaan pesaing, dan pemerintah (Purwanto, 2011).

Menurut teori pemangku kepentingan, perusahaan merupakan entitas yang beroperasi bukan hanya untuk kepentingan perusahaan itu sendiri, melainkan harus memberikan manfaat kepada pemangku kepercayaannya (Ghozali dan Chariri, 2007).

### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap perusahaan yang diukur dengan harga saham. Nilai perusahaan menunjukkan keberhasilan perusahaan yang dicerminkan pada harga saham yang tinggi. Memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan (Soliha et al., 2002). Kemakmuran pemegang saham dan perusahaan diwakili oleh harga saham yang merupakan refleksi dari keputusan investasi, pendanaan (keuangan) dan manajemen aset (Matiin et al., 2018).

### **Kinerja Lingkungan**

Berbagai pencapaian akan meningkatkan perhatian publik terhadap masalah lingkungan perusahaan. Konsep kinerja lingkungan merujuk pada tingkat kerusakan lingkungan hidup yang disebabkan oleh kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan (Lankoski, 2011). Kinerja lingkungan merupakan konstruksi multi-dimensi yang mencakup aspek-aspek, seperti struktur organisasi yang meningkatkan produk dan proses, hubungan pemangku kepentingan, kepatuhan terhadap peraturan dan dampak lingkungan (Henri dan Journeault, 2010). Sikap lingkungan yang kuat dapat diharapkan untuk menjadi bagian dari citra dan identitas organisasi dan untuk memandu tindakan para anggotanya (Dutton dan Dukerich, 1991).

### **Corporate Social Responsibility**

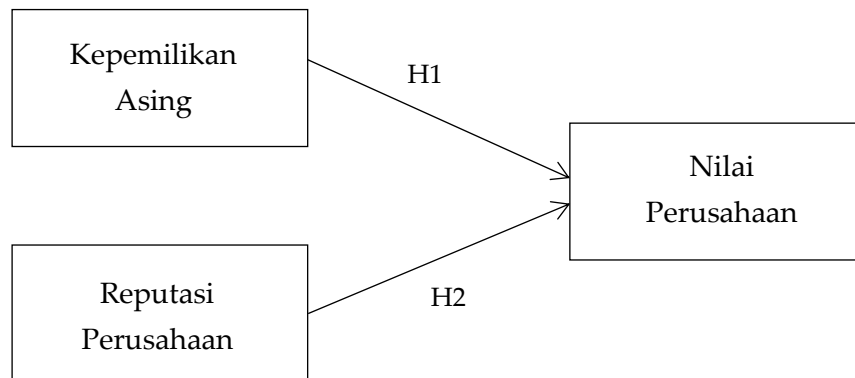
*Corporate social responsibility* merupakan salah satu bagian dari strategi bisnis perusahaan dalam jangka panjang. *Corporate social responsibility* adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan seperti terhadap masalah-masalah yang berdampak pada lingkungan seperti polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. *Corporate social responsibility* tidak hanya terbatas pada konsep pemberian bantuan dana kepada lingkungan sosial, namun juga bagaimana perusahaan memperlakukan karyawannya dengan tidak diskriminatif, menjaga hubungan baik dengan pemasok.

### **Kerangka Teoretis**

Naik turunnya nilai perusahaan dapat dilihat dari harga sahamnya. Perusahaan yang memiliki tingkat nilai perusahaan yang tinggi, dianggap dapat mensejahterakan pemegang saham, dan hal tersebut dapat menarik para investor untuk menanamkamuodalnya di perusahaan tersebut. Harga pasar saham bertindak sebagai barometer kinerja manajemen perusahaan. Jika nilai suatu perusahaan dapat diproksikan dengan harga saham, maka memaksimumkan nilai perusahaan sama dengan memaksimumkan harga pasar saham (Muchlisin, 2017). Kinerja lingkungan adalah hasil yang dapat diukur dari sistem manajemen lingkungan, yang terkait dengan kontrol aspek-aspek lingkungannya, serta pengkajian kinerja lingkungan yang didasarkan pada kebijakan lingkungan, sasaran lingkungan dan target lingkungan (ISO 14004, dari ISO 14001, 2016). Perusahaan melaksanakan kinerja lingkungan sebagai bentuk realisasi teori pemangku kepentingan dimana perusahaan tidak hanya berfokus memaksimalkan laba melainkan harus melindungi dan memberikan manfaat kepada pemangku kepentingan. Teori pemangku kepentingan menunjukkan bahwa para pemangku kepentingan memainkan peran yang signifikan dalam upaya keberlanjutan perusahaan. Keterlibatan pemangku kepentingan memengaruhi adopsi praktik sosial, lingkungan dan pengalokasian sumber daya dalam upaya memuaskan pemangku kepentingan (Bai & Sarkis, 2010; Paloviita & Luoma-aho, 2010).

*Corporate social responsibility* sendiri merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki masalah sosial dan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan, oleh sebab itu *Corporate social responsibility* sangat berperan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Menurut (Heinkel et al., 2001) perusahaan harus menganggap *corporate social responsibility* sebagai strategi jangka panjang yang menguntungkan, bukan sebagai aktivitas yang merugikan. Selain itu, Chariri (2008) berpendapat bahwa *corporate social responsibility* dapat digunakan sebagai alat manajerial untuk menghindari masalah sosial dan lingkungan. Perusahaan di Indonesia sering mendapat kritik dari masyarakat karena kurangnya kesadaran sosial.

Kritik dari masyarakat menunjukkan bahwa terdapat konflik sosial yang dihadapi oleh perusahaan di Indonesia. Hal ini terbukti bahwa masih banyak perusahaan di Indonesia yang mengabaikan lingkungan sosial. Hal itu akan memengaruhi pertumbuhan perusahaan itu sendiri.



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoretis**

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah:

- H1: *Corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja lingkungan.
- H2: Kinerja Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
- H3: *Corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
- H4: Kinerja Lingkungan memediasi hubungan antara *Corporate social responsibility* dan Nilai Perusahaan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel**

Populasi merupakan jumlah keseluruhan dari satuan atau individu atau subjek penelitian yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2020.

Sampel merupakan sebagian dari populasi, atau biasa juga disebut sebagai contoh. Sampel adalah bagian dari populasi yang bersifat representatif atau yang dapat menggambarkan karakteristik dari populasi.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu metode pemilihan sampel dengan berdasarkan pada kriteria tertentu. Kriteria yang ditentukan adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.
2. Perusahaan yang aktif melaksanakan PROPER tahun 2016-2020.
3. Perusahaan yang rutin menerbitkan *Sustainability Report* tahun 2016-2020.
4. Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan secara lengkap selama periode 2016-2020.

### **Jenis dan Sumber Data**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan data berupa laporan tahunan yang telah diaudit pada tahun 2016-2020 secara berturut-turut yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara yang diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Dalam penelitian ini, sumber data berasal dari Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id))

### **Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

#### 1. Nilai Perusahaan

Pengukuran nilai perusahaan pada penelitian ini menggunakan pendekatan Tobin's Q. Menurut penelitian Priambodo (2017), rasio pengukuran menggunakan rumus Tobin's Q memberikan informasi yang paling baik karena pendekatan tersebut memasukkan semua unsur aset perusahaan. Beberapa peneliti terdahulu yang meneliti pengaruh *sustainability report* terhadap nilai perusahaan, seperti Sejati dan Prastiwi (2015) dan Latifah dan Luhur (2017) juga menggunakan pendekatan Tobin's Q untuk mengukur nilai perusahaan. Tobin'Q membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan, dengan rumus:

$$Tobin's\ Q = \frac{Nilai\ Pasar\ Ekuitas + Total\ Hutang}{Total\ Aktiva}$$

#### 2. Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan merupakan konstruksi multi-dimensi yang mencakup aspek-aspek, seperti struktur organisasi yang meningkatkan produk dan proses, hubungan pemangku kepentingan, kepatuhan terhadap peraturan dan dampak lingkungan (Henri dan Journeault, 2010). Konsep kinerja lingkungan merujuk pada tingkat kerusakan lingkungan hidup yang disebabkan oleh kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan (Lankoski, 2011).

Kinerja lingkungan diukur berdasarkan sistem peringkat yang diterbitkan Kementerian Lingkungan Hidup dalam lampiran PROPER mulai dari skor 1 hingga 5 yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Skor 5 diberikan kepada perusahaan yang manajemen kinerja lingkungannya diberi warna emas dalam PROPER;
2. Skor 4 untuk warna hijau dalam PROPER;
3. Skor 3 untuk warna biru dalam PROPER;
4. Skor 2 untuk warna merah dalam PROPER; dan
5. Skor 1 untuk hitam dalam PROPER.

Alat ukur ini sebelumnya telah digunakan oleh penelitian Deswanto dan Siregar (2018).

### 3. *Corporate Social Responsibility*

*Corporate social responsibility* merupakan suatu cara bagi organisasi perusahaan untuk secara sukarela membagi perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam kegiatan usahanya dan hubungannya dengan *stakeholder* (pemilik) yang melebihi tanggung jawab di bidang hukum (Ali, 2006:3).

Pengukuran CSR parameters dilakukan dengan menggunakan indeks CSR. Penghitungan indeks CSR dilakukan sebagai berikut: a. Membuat suatu daftar (*checklist*) pengungkapan CSR. Daftar item yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar item dari GRI4 (*Global Reporting Initiative*) modifikasi. b. Menentukan indeks CSR untuk setiap perusahaan sampel. Penghitungan indeks *checklist* pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebagai berikut:

$$CSR = \frac{\text{Jumlah item untuk perusahaan}}{91 \text{ item CSR versi GRI4}}$$

### Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur digunakan untuk menguji pengaruh variabel mediasi. Analisis jalur menggambarkan keterkaitan antara regresi berganda dengan variabel yang hendak diukur. Analisis jalur merupakan perluasan analisis regresi linear berganda atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (*causal model*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali, 2016). Kelebihan metode ini karena hasil yang didapat lebih akurat, tajam dan detail dalam menguji pengaruh tidak langsung. Terdapat dua persamaan struktural, yaitu sebagai berikut:

$$y_1 = \beta_{y_1x_1}x_1 + e_1$$
$$y_2 = \beta_{y_2y_1}y_1 + \beta_{y_2x_1}x_1 + e_2$$

Keterangan:

- $x_1$  = *Corporate Social Responsibility*  
 $y_1$  = Kinerja Lingkungan  
 $y_2$  = Nilai Perusahaan  
 $\varepsilon$  = *Unexplained Variance*

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel independen secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

**Tabel 1. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Variabel Independen	Variabel Dependen	F	Sig.
Substruktur 2			
<i>Corporate Social Responsibility</i>	Nilai Perusahaan	11,030	0,000
Kinerja Lingkungan			

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2021)

Berdasarkan hasil uji F yang terdapat dalam tabel 1, menunjukkan bahwa pada persamaan substruktur 2 terdapat nilai F sebesar 11,030 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi sebesar 0,000 memiliki nilai yang lebih kecil dari 0,05 yang artinya *corporate social responsibility* dan kinerja lingkungan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

### Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk dapat melihat seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atau dalam kata lain untuk dapat mengamati ketepatan yang paling baik dari suatu variabel. Semakin besar nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) maka pengaruh suatu variabel akan semakin kuat. Berikut merupakan hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) dari penelitian ini:

**Tabel 2. Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Struktur Model	R Square ( $R^2$ )
Substruktur 1	0,089
Substruktur 2	0,242

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2021)

Berdasarkan hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang terdapat dalam tabel 2, menunjukkan bahwa pada persamaan substruktur 1 yaitu *corporate social responsibility* terhadap kinerja lingkungan diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,089. Hal ini berarti variabel *corporate social responsibility* mampu menjelaskan variabel kinerja lingkungan sebesar 8,9%. Adapun nilai lainnya yaitu sebesar 91,1% (100%-8,9%) dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian ini.

Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada persamaan substruktur 2 yaitu kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,242. Hal ini berarti variabel kinerja lingkungan mampu menjelaskan variabel nilai perusahaan sebesar 24,2%. Adapun nilai lainnya yaitu sebesar 75,8% (100%-24,2%) dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian ini.

### Hasil Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen atau dalam kata lain digunakan untuk mengukur seberapa banyak pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 3. Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Struktur Model	Standardized Coefficients Beta	Sig.	Keterangan
<b>Substruktur 1</b> <i>Corporate Social Responsibility</i>	0,298	0,011	Signifikan
<b>Substruktur 2</b> <i>Corporate Social Responsibility</i> Kinerja Lingkungan	0,258 0,349	0,022 0,002	Signifikan Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2021)

Hasil uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja lingkungan memiliki *standardized coefficients beta* sebesar 0,298 dengan nilai signifikansi sebesar 0,011. Hal ini menunjukkan nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 yang artinya *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja lingkungan. Sehingga H1 yang menyatakan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap kinerja lingkungan, diterima.
2. Pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan memiliki *standardized coefficients beta* sebesar 0,349 dengan nilai signifikansi 0,002. Hal ini menunjukkan nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 yang artinya kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga H2 yang menyatakan kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, diterima.

3. Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan memiliki *standardized coefficients beta* sebesar 0,258 dengan nilai signifikansi 0,022. Hal ini menunjukkan nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 yang artinya *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga H3 yang menyatakan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, diterima.

### Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total

Berdasarkan tabel 3, pengaruh langsung variabel *corporate social responsibility* terhadap kinerja lingkungan sebesar 0,298. Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan sebesar 0,258. Pengaruh langsung kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan sebesar 0,349. Pengaruh langsung variabel *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan sebesar 0,258. Pengaruh tidak langsung *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan melalui kinerja lingkungan sebesar 0,104 ( $0,298 \times 0,349$ ). Besarnya pengaruh langsung *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan sebesar 0,258. Besarnya pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan melalui kinerja lingkungan sebesar 0,104 sehingga pengaruh total yang diperoleh sebesar 0,362.

### Uji Sobel

Penggunaan uji sobel dalam penelitian ini dikarenakan peneliti ingin melihat apakah variabel yang dijadikan sebagai variabel mediasi dapat memengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Adapun kriteria yang dibutuhkan untuk mengetahui apakah variabel mediasi diterima atau tidak, yaitu nilai *probability* atau *p-value* dari hasil uji sobel harus lebih kecil dari 0,05. Jika nilai *probability* atau *p-value* lebih kecil dari 0,05 berarti variabel mediasi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel independen dan variabel dependen. Berikut merupakan hasil uji sobel dari penelitian ini:

Tabel 4. Hasil Uji Sobel

Variabel	Nilai Estimasi	Standard Error	Probability Value (p-value)	Keterangan
$x_1$ ke $y_2$ melalui $y_1$	a = 0,026 b = 0,425	$s_a = 0,010$ $s_b = 0,180$	0,040	Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kalkulator Sobel (2021)

Hasil uji sobel berdasarkan tabel 4 dijelaskan sebagai berikut:

Variabel  $x_1$  ke  $y_2$  melalui  $y_1$  memiliki nilai *probability* (*p-value*) sebesar 0,040. Hal ini menunjukkan nilai *probability* (*p-value*) yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 yang artinya terdapat pengaruh mediasi kinerja lingkungan terhadap *corporate social responsibility* ke nilai perusahaan. Sehingga H4 yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh kinerja lingkungan, diterima.

Tipe mediasi dari penelitian ini merupakan tipe *partial mediation*. Oleh karena itu, variabel kinerja lingkungan berfungsi sebagai variabel *intervening* yang memediasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

## **Pembahasan Hasil Penelitian**

### **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Lingkungan**

Hasil pengujian pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja lingkungan menunjukkan nilai *standardized coefficients beta* sebesar 0,298 dengan nilai signifikansi sebesar 0,011 yang berarti nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja lingkungan. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin besar *corporate social responsibility* akan meningkatkan kinerja lingkungan.

Pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup meluncurkan program penilaian kinerja perusahaan (PROPER) yang terkait erat dengan penyebaran informasi kinerja penataan masing-masing perusahaan pada seluruh *stakeholder* pada skala nasional (IEC, 2020). Penilaian kinerja lingkungan pada saat ini difokuskan kepada penilaian penataan perusahaan dalam aspek pengendalian pencemaran air, limbah, udara, serta berbagai kewajiban lainnya, lingkungan adalah salah satu tanggung jawab dari program *corporate social responsibility* yang harus dimiliki oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan kinerja lingkungan suatu perusahaan. Publikasi hasil penilaian kinerja lingkungan hidup perusahaan dalam PROPER menjadi bermanfaat bagi perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat karena perusahaan dengan kinerja lingkungannya yang baik perlu mengungkapkan informasi kuantitas dan mutu lingkungan yang lebih baik dibandingkan perusahaan dengan kinerja lingkungan yang lebih buruk.

Teori *stakeholder* yang dikemukakan oleh Frederick *et al.* (1992) bahwa perusahaan harus mempertimbangkan kebutuhan, minat dan pengaruh yang berdampak pada orang dan kelompok akibat kebijakan dan operasinya (Frederick *et al.*, 1992). Perusahaan harus memberikan dan menunjukkan imbal balik kepada *stakeholder*. Hal ini sejalan dengan program *corporate social responsibility*, yang wajib dimiliki oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan kinerja lingkungan suatu perusahaan agar dapat memberikan keuntungan kepada *stakeholder* seperti pegawai, pemasok, investor, komunitas, dan pemerintah, bukan hanya bagi perusahaan.

### **Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil pengujian pengaruh pengungkapan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan menunjukkan nilai *standardized coefficients beta* sebesar 0,349 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 yang berarti nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja lingkungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kinerja lingkungan akan meningkatkan nilai perusahaan dan sebaliknya.

Kinerja lingkungan merupakan kinerja suatu perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sekitar. Pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup meluncurkan program penilaian kinerja perusahaan (PROPER) yang terkait erat dengan penyebaran informasi kinerja penataan masing-masing perusahaan pada seluruh stakeholder pada skala nasional (IEC, 2020). Perusahaan yang memiliki tingkat kinerja lingkungan yang tinggi akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Perusahaan mengharapkan investor akan bereaksi positif terhadap itikad baik yang dilakukan perusahaan kepada lingkungan sekitar, sehingga akan menarik minat investor untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan. Investor mengharapkan perusahaan memiliki kinerja lingkungan yang baik di masyarakat, karena berdampak pada tingginya loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan. Jika minat investor naik maka akan mendorong harga saham naik. Ketika harga saham naik maka akan memberikan kemakmuran kepada para investor yang artinya meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan *stakeholder theory*, perusahaan memerlukan dukungan dari *stakeholder* agar dapat mempertahankan keberlangsungan hidup sebuah perusahaan (Gray *et al.*, 1995). Salah satu cara untuk memperoleh dukungan yaitu dengan melaporkan kinerja lingkungan perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Auliya (2018) menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Rihatiningtyas (2015) menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Penelitian Pratiwi dan Setyoningsih (2015) membuktikan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian Mardiana dan Wuryani (2019) menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan diwakili dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

### **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil pengujian pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan menunjukkan nilai *standardized coefficients beta* sebesar 0,258 dengan nilai signifikansi sebesar 0,022 yang berarti nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin besar *corporate social responsibility* akan menaikkan nilai perusahaan.

*Corporate social responsibility* adalah bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada masyarakat atas kegiatan operasi perusahaan yang disampaikan dalam laporan tahunan perusahaan. Semakin banyak pelaksanaan sosial dan lingkungan yang oleh suatu perusahaan maka akan meningkatkan citra perusahaan. Investor akan cenderung berinvestasi kepada perusahaan yang mempunyai citra yang baik. Jika minat investor naik maka akan mendorong harga saham naik. Ketika harga saham naik maka akan memberikan kemakmuran kepada para investor yang artinya meningkatkan nilai perusahaan.

*Stakeholders* percaya terhadap perusahaan yang melaksanakan *corporate social responsibility*. Hal ini karena perusahaan bertanggung jawab kepada masyarakat, investor, pemerintah, atas kegiatan operasi yang dilakukan oleh perusahaan, bukan hanya fokus terhadap meningkatkan nilai perusahaan, tetapi juga peduli terhadap lingkungan sekitar.

Hasil penelitian Hersiana (2017) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan yang Dimediasi oleh Kinerja Lingkungan**

Hasil uji sobel pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh kinerja lingkungan menunjukkan nilai *probability* dengan nilai signifikansi sebesar 0,040 yang berarti nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh kinerja lingkungan. Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini H4 dinyatakan diterima.

Salah satu cara meningkatkan nilai perusahaan adalah dengan memerhatikan *corporate social responsibility* suatu perusahaan. Manfaat *corporate social responsibility* yang pertama adalah meningkatkan citra perusahaan dan juga perhatian terhadap alam. Perusahaan yang melakukan kegiatan *corporate social responsibility* akan dipandang memiliki nilai kepedulian yang tinggi di masyarakat (Riyanto, 2015).

*Corporate social responsibility* yang dilaksanakan oleh perusahaan diapresiasi dalam bentuk kinerja lingkungan (PROPER) dapat lebih menaikkan *awareness* positif masyarakat terhadap perusahaan sehingga akan meningkatkan citra dan nilai perusahaan itu sendiri. Publikasi hasil penilaian kinerja lingkungan hidup perusahaan dalam PROPER menjadi bermanfaat bagi perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat karena perusahaan dengan kinerja lingkunganyang baik perlu mengungkapkan informasi kuantitas dan mutu lingkungan yang lebih baik dibandingkan perusahaan dengan kinerja lingkungan yang lebih buruk.

Hal ini berhubungan dengan *stakeholder theory*, yaitu pemangku kepentingan merupakan semua pihak yang keberadaannya sangat memengaruhi dan dipengaruhi perusahaan (Nirmala, 2018). Dengan demikian, kinerja lingkungan memediasi hubungan antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan.

## SIMPULAN

Berdasarkan pengujian dan analisis data yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja lingkungan. Artinya, semakin banyak perusahaan yang melaksanakan *corporate social responsibility* maka kinerja lingkungan dari perusahaan akan semakin tinggi. Hal ini karena lingkungan adalah salah satu tanggung jawab dari program *corporate social responsibility* yang harus dimiliki oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan kinerja lingkungan suatu perusahaan.
2. Kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin tinggi kinerja lingkungan dari perusahaan maka nilai perusahaan akan meningkat. Perusahaan yang melakukan aktivitas lingkungan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut bertanggung jawab dan akan berdampak positif pada citra perusahaan di mata masyarakat khususnya investor.
3. *Corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin tinggi *corporate social responsibility* yang dimiliki perusahaan maka nilai perusahaan akan meningkat. Hal ini karena perusahaan yang melaksanakan *corporate social responsibility* dipandang memiliki nilai kepedulian yang tinggi di masyarakat dan akan menarik perhatian *investor*, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.
4. Kinerja lingkungan berperan sebagai variabel mediasi pada hubungan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Artinya, kinerja lingkungan mampu memediasi *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi pelaksanaan *corporate social responsibility* dalam suatu perusahaan yang diapresiasi melalui kinerja lingkungan (PROPER) akan memberikan kepercayaan terhadap investor untuk menanamkan modalnya yang berarti dapat meningkatkan nilai perusahaan.

### **Implikasi Penelitian**

Implikasi teoretis dari penelitian ini, yaitu mampu menguatkan teori *stakeholder* di mana pentingnya untuk menjaga hubungan baik dengan pemangku kepentingan. Perusahaan yang melaksanakan *corporate social responsibility* dapat kepada pemangku kepentingan sehingga dapat memberikan penilaian yang baik terhadap perusahaan di mata para pemangku kepentingannya.

Implikasi praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan bagi perusahaan yang ingin meningkatkan nilai perusahaan dari perspektif lingkungan. Penelitian ini adalah acuan untuk menggunakan mekanisme hijau (berbasis lingkungan) dalam praktik-praktik sosial dan lingkungan yang membawa nilai positif bagi perusahaan. Mekanisme yang dianjurkan dalam penelitian ini akan menciptakan citra perusahaan yang baik di mata masyarakat dan membuat perusahaan lebih terlibat dalam praktik-praktik sosial dan lingkungan. Penelitian ini juga sebagai bahan masukan bagi pemerintah dan regulator dalam menyusun peraturan pelaksana lebih lanjut terkait pelaksanaan kewajiban tanggung jawab sosial dan lingkungan. Peneliti berharap agar pemerintah lebih giat memerhatikan kondisi lingkungan di Indonesia mengingat sumber daya alam yang semakin menipis. Pemerintah sebaiknya menerapkan sanksi yang berat kepada perusahaan yang merusak lingkungan dan menemukan solusi dari masalah lingkungan yang kita hadapi. Peneliti berharap bahwa regulator di bidang keuangan tidak hanya melakukan pengawasan mengenai kondisi keuangan perusahaan namun juga memberikan persyaratan/aturan tentang bisnis sehat berkelanjutan yang memerhatikan kondisi lingkungan.

### **Rekomendasi Penelitian di Masa Depan**

Berdasarkan temuan dan keterbatasan dalam penelitian ini, peneliti memberi rekomendasi kepada penelitian selanjutnya yaitu Penelitian yang akan datang juga perlu mempertimbangkan pengukuran pengungkapan lingkungan selain berdasarkan indeks GRI. Indeks GRI kurang dapat diandalkan karena untuk menghitung indeks GRI diperlukan *sustainability report*, sedangkan perusahaan di Indonesia masih kurang yang menerbitkan *sustainability report*. Peneliti akan datang diharapkan dapat menambah jumlah data dikarenakan banyak data yang digunakan akibat dari data outlier dan transformasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Auliya, M. R. (2018). Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Intervening.
- Chariri. (2008). Kritik Sosial Atas Pemakaian Teori Dalam Penelitian Pengungkapan Sosial Dan Lingkungan. *Jurnal Maksi* , 8 (2).
- Chariri, A., & Gozali, I. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Christiawan, Jogi, Y., & Tarigan, J. (2007). Kepemilikan Manajerial: Kebijakan Hutang, Kinerja dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* , 9 (1), 1-8.
- Deswanto, Refandi, B., Siregar, & Sylvia, V. (2018). The Associations between Environmental Disclosures with Financial Performance, Environmental Performance, and Firm Value. *Accounting, Auditing and Acoountability Journal* , 10 (4), 19-30.
- Frederick, W., Post, J., & Davis, K. (1992). *Business and Society. Corporate Strategy, Public Policy, Ethics 7th edition*. (E. 7. edition, Penyunt.) London: McGraw Hill.
- Frederick, WC, F., JE, P., & K, D. (1992). *Business and Society Mc-Graw Hill International* . New York.
- Freeman, & McVea. (2001). *A Stakeholder Approach to Strategic Management*. Dipetik Oktober 2020, dari [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=263511](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=263511). SSRN
- Freeman, R. E. (1983). Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance. *Resarch Gate* .
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* , , 8 (2), 47-77.
- Harmono. (2015). *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori Kasus dan Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Heinkel, R. A. (2001). The effect of green investment on corporate behavior. *Journal of Financial and Quantitative Analysis* .
- Henri, J. F., & Journeault, M. (2010). Eco-control: The Influence of Management Control Systems on Environmental and Economic Performance. *Accounting Organization and Society* , 35 (1), 63-80.

- Hersiana, M. A. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Governance sebagai Variabel Modeasi.
- IEC. (2020). Retrieved from Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) KLH: <https://environment-indonesia.com/program-penilaian-peringkat-kinerja-perusahaan-proper/>
- Islahuddin, R. d. (2008). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase kepemilikan Menejerial sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI*.
- Jones. (1995). *Investment, Analysis and Management*. New York: John Wiley & Sons.
- Jones, T. (1995). Instrumental Stakeholder Theory: A Synthesis of Ethics and Economics. *Academy of Management Review*, 20 (2), 404-437.
- Lankoski. (2000). Determinants of Environmental Profit: An Analysis of the Firm-level Relationship between Environmental Performance and Economic Performance. *Helsinki University of Technology*.
- Lankoski, L. (2000). Determinants of Environmental Profit: An Analysis of the Firm-level Relationship between Environmental Performance and Economic Performance. *Helsinki University of Technology, Institute of Strategy and International Business*.
- Liputan6. (2018). *Saham yang Jungkir Balik*. Dipetik November 2020, dari <http://m.liputan6.com/bismis/read/2062334/5-saham-yang-jungkir-balik>
- Mardiana, I. A., & Wuryani, E. (2019). Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. 8 (1).
- Matiin, N., Ratnawati, T., & Riyadi, S. (2018). The Influence of Investment Decisions, Funding Decisions, Risk of Strategy, To Efficiency, Finance Performance, Value of Firm, Good Corporate Governance As Moderating Variable In The Mining Company Coal Sub Sector Go Public In Indonesia Stock Exchange. *Archives of Business Research*, 6 (6).
- Muchlisin, R. (2017, November 25). *Pengertian, Jenis, dan Pengukuran Nilai Perusahaan*. Dipetik Oktober 2020, dari Kajian Pustaka: <https://www.kajianpustaka.com/2017/11/pengertian-jenis-dan-pengukuran-nilai-perusahaan.html#:~:text=Nilai%20perusahaan%20adalah%20persepsi%20investor,sering%20dikaitkan%20dengan%20harga%20saham.&text=Memaksimalkan%20nilai%20perusahaan%20sangat%20penting,j>
- Nirmala, S. (2018). Stakeholder Theory. *Stakeholder Theory*, 11.

- Pratiwi, W. M., & Setyoningsih, S. (2014). Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Disclosure sebagai Variabel Intervening. *Media Riset Akuntansi* , 4 (2).
- Purwanto. (2011). *Evaluasi Hasil Belajar*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Rika, & Islahuddin. (2008). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase kepemilikan Menejerial sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi IX* .
- Riyanto, T. (2015, November 18). *Zahir*. Retrieved from Zahir:  
<https://zahiraccounting.com/id/blog/manfaat-csr-bagi-perusahaan/>
- Siegel, D. S. (2009). Green Management Matters Only if it Yields More Green: An Economic/ Strategic Perspective. *Academy of Management Perspectives* , 23 (3), 5-16.
- Soliha, E., & Taswan. (2002). pengaruh Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Serta Beberapa Faktor Yang Mempengaruhinya. *urnal Bisnis dan Ekonomi* .
- Sudaryanto. (2011.). Pengaruh kinerja lingkungan terhadap finansial perusahaan dengan corporate social responsibility (CSR) disclosure sebagai variabel intervening.
- Suratno, I. G., Darsono, & Mutmainah, S. (2006). *Pengaruh Environmental Performance terhadap Environmental Disclosure dan Economic Performance*. Padang: Simposium Nasional Akuntansi 9.
- Wikipedia. (2020, Juni). *Kinerja*. Dipetik Oktober 2020, dari Wikipedia:  
<https://id.wikipedia.org/wiki/Kinerja>
- Wikipedia. (2018, Januari 18). *Proper*. Dipetik Oktober 2020, dari Wikipedia:  
<https://id.wikipedia.org/wiki/Proper>