

**REPUTASI PERUSAHAAN SEBAGAI PEMEDIASI PENGARUH
KINERJA LINGKUNGAN DAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi
Dalam Bidang Ilmu Akuntansi Syariah**



Oleh:

HAMIDA RAHMA

NIM. 18.52.21.011

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
2022**

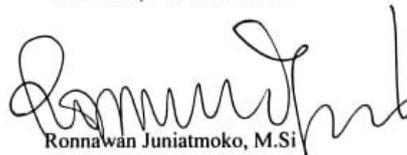
REPUTASI PERUSAHAAN SEBAGAI PEMEDIASI PENGARUH KINERJA
LINGKUNGAN DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi
Dalam Bidang Ilmu Akuntansi Syariah

Oleh :
Hamida Rahma
NIM: 18.52.21.011

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi
Surakarta, 3 Oktober 2022


Ronnawan Juniatmoko, M.Si
NIP. 19900607 201931 011

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : HAMIDA RAHMA
NIM : 18.52.21.011
PRODI : AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa peneiltian skripsi berjudul “REPUTASI PERUSAHAAN SEBAGAI PEMEDIASI PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN”

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerimasanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 3 Oktober 2022



Hamida Rahma

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : HAMIDA RAHMA
NIM : 18.52.21.011
PRODI : AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “REPUTASI PERUSAHAAN SEBAGAI PEMEDIASI PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN”

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengembalian data. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya saya bersedia menerima sanksi peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 3 Oktober 2022



Hamida Rahma

Ronnawan Juniatmoko, M.Si
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Hamida Rahma

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas
Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Hamida Rahma NIM: 18.52.21.011 yang berjudul :

REPUTASI PERUSAHAAN SEBAGAI PEMEDIASI PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun) dalam bidang ilmu Akuntansi Syariah.
Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 3 Oktober 2022
Dosen Pembimbing Skripsi


Ronnawan Juniatmoko, M.Si
NIP. 19900607 201903 1 011

PENGESAHAN

REPUTASI PERUSAHAAN SEBAGAI PEMEDIASI PENGARUH KINERJA
LINGKUNGAN DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Oleh:

HAMIDA RAHMA
NIM. 18.52.21.011

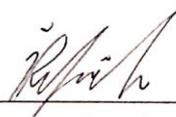
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Jumat tanggal 04 November 2022 M/09 Rabiul Akhir 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Akuntansi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Mohamad Irsyad, Lc., M.E.
NIP. 19900603 201903 1 005

Penguji II
Helti Nur Aisyiah, M.Si.
NIK. 19900607 201701 2 133

Penguji III
Devi Narulitasari, M.Si.
NIP. 19890717 201903 2 019







Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



M. Bahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

“Pantang menyerah, terus melangkah, tetap semangat” – Tetap Semangat *by*

Bondan Prakoso ft. Fade2Black

“Semua impian kita bisa menjadi kenyataan, jika kita memiliki keberanian untuk
mengejanya” – Walt Disney

“Allah tidak akan membenani hamba melainkan sesuai kemampuannya” –

Al-Baqarah : 286

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada :

Allah SWT. *Alhamdulillahirobbil'alamiin*. Tanpa henti mengucapkan rasa syukur ini atas nikmat sehat, kelancaran, dan kemudahan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.

Kedua orang tua saya yang selalu memberikan kasih sayang, doa, semangat, dukungan, motivasi, dan segala pengorbanan kepada penulis selama kepenulisan skripsi.

Kakak saya yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.

Terkhusus untuk diriku sendiri yang sudah mau berjuang sampai sejauh ini, melawan *mood swing*, dan rasa malah sehingga karya ini dapat terselesaikan dengan lancar. *I love me*.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, terutama nikmat kesehatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selanjutnya, tidak lupa Shalawat serta Salam kepada Junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa risalahnya kepada umat manusia dan menjadi suri tauladan bagi kitasemua. Adapun judul penelitian yaitu **“Reputasi Perusahaan sebagai Pemediasi Pengaruh Kinerja Lingkungan dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan”**. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan S1 Jurusan Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa dalam kepenulisan skripsi ini mendapatkan dukungan, bimbingan, dorongan, serta semangat dari berbagai pihak dengan menyumbangkan do'a, pikiran, waktu, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis akan mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Mudofir, S.Ag., M.Pd., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
3. H. Khairul Imam, S.H.I., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Islam dan Akuntansi Syariah.

4. Fitri Laela Wijayati, S.E., M.Si., Ak., selaku Koordinator Program Studi Akuntansi Syariah.
5. Marita Kusuma Wardani, S.E., M.Si., AK. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Ronnawan Juniarmoko, S.Pd., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan perhatian, bimbingan, selama penulis menyelesaikan skripsi
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Terkhusus kepada orang tua penulis, Bapak Tsalits Sugino dan Ibu Yasri, terimakasih atas do'a, semangat, motivasi, dukungan, dan pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis.
9. Kakak lelakiku, Huda Fadhila, terimakasih atas doa yang selalu dipanjatkan dan ditujukan untuk penulis, serta dukungan kepada penulis selama penyusunan skripsi.
10. Sahabat-sahabatku, Adinda Rizqi Fejillya, Annisa Fitria Wardani, Atik Susilowati, dan Mely Esti Oktavia terimakasih atas semangat, bantuan, dan doa terbaik untuk penulis selama penyusunan skripsi.
11. Teman-teman Akuntansi Syariah angkatan 2018 terutama kelas A dan kelas C sudah menjadi penyemangat selain keluarga dan sahabat penulis.
12. Teman-teman Hevia Kost yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama penyusunan skripsi ini, utamanya teruntuk Refma Clara Maylinda Madriyanty.

13. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri yang telah percaya diri untuk mampu menyelesaikan skripsi, terimakasih sudah bekerja keras, terimakasih atas pengorbanan yang diberikan selama penyusunan skripsi.

Akhir kata, penulis berharap bahwa skripsi ini bermanfaat bagi khalayak yang membutuhkan. Penulis memohon maaf apabila dalam kepenulisan skripsi masih banyak kesalahan. Maka penulis bersedia menerima kritik dan saran dari semua pihak untuk penyempurnaan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 3 Oktober 2022



Hamida Rahma

ABSTRACT

This study aims to examine the company's reputation as a mediating effect of environmental performance and corporate social responsibility on firm value. The dependent variable in this study was firm value. While the independent variables in this study were environmental performance and corporate social responsibility. This study used a mediating variable, namely company reputation.

The population used in this study was manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2020. The data used was secondary data in the form of annual reports and PROPER rating results. The sampling technique used for this study was purposive sampling. The samples used were 39 companies with 4 years of observation equal to 156 research data. The method used in this study was the panel data regression method.

The results showed that environmental performance and corporate social responsibility had no effect on company reputation, environmental performance had no effect on firm value, corporate social responsibility had a negative effect on firm value, and company reputation had no effect on firm value. This study also showed that corporate reputation did not mediate environmental performance on firm value and that corporate reputation mediated corporate social responsibility on firm value.

Keywords: Environmental Performance, Corporate Social Responsibility, Company Reputation, Company Value

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji reputasi perusahaan sebagai pemediasi pengaruh kinerja lingkungan dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu nilai perusahaan. Sedangkan variabel independen dalam penelitian ini yaitu kinerja lingkungan dan *corporate social responsibility*. Penelitian ini menggunakan variabel mediasi yaitu reputasi perusahaan.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020. Data yang digunakan yaitu data sekunder berupa laporan tahunan dan hasil peringkat PROPER. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 39 perusahaan dengan tahun pengamatan sebanyak 4 tahun sama dengan 156 data penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi data panel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja lingkungan dan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan, kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, reputasi perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa reputasi perusahaan tidak memediasi kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan dan reputasi perusahaan memediasi *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : Kinerja Lingkungan, Corporate Social Responsibility, Reputasi Perusahaan, Nilai Perusahaan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMIMBING.....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN.....	iv
NOTA DINAS.....	v
PENGESAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRACT.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Rumusan Masalah.....	10
1.5. Tujuan Penelitian.....	10
1.6. Manfaat Penelitian.....	11
1.7. Jadwal Penelitian.....	12
1.8. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Kajian Teori.....	14
2.1.1. <i>Legitimacy Theory</i>	14
2.1.2. <i>Stakeholder Theory</i>	15
2.1.3. Nilai Perusahaan.....	16
2.1.4. Kinerja Lingkungan.....	21
2.1.5. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	23

2.1.6.	Reputasi Perusahaan	24
2.2.	Penelitian yang Relevan.....	26
2.3.	Kerangka Berpikir.....	30
2.4.	Hipotesis	33
2.4.1.	Kinerja Lingkungan dan Reputasi Perusahaan	33
2.4.2.	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan Reputasi Perusahaan..	34
2.4.3.	Kinerja Lingkungan dan Nilai Perusahaan	35
2.4.4.	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan Nilai Perusahaan	36
2.4.5.	Reputasi Perusahaan dan Nilai Perusahaan	37
2.4.6.	Kinerja Lingkungan, Reputasi Perusahaan, dan Nilai Perusahaan..	38
2.4.7.	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), Reputasi Perusahaan, dan Nilai Perusahaan	39
BAB III METODE PENELITIAN.....		41
3.1.	Waktu dan Wilayah Penelitian.....	41
3.2.	Jenis Penelitian.....	41
3.3.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.3.1.	Populasi.....	41
3.3.2.	Sampel	42
3.3.3.	Teknik Pengambilan Sampel	43
3.4.	Data dan Sumber Data	44
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6.	Variabel Penelitian.....	45
3.7.	Definisi Operasional Variabel.....	45
3.8.	Teknik Analisis Data.....	47
3.8.1.	Pemilihan Estimasi Regresi Data Panel.....	47
3.8.2.	Uji Ketepatan Model Regresi Data Panel	48
3.8.3.	Statistik Deskriptif	49
3.8.4.	Uji Asumsi Klasik.....	49
3.8.5.	Uji Ketepatan Model.....	51
3.8.6.	Analisis Regresi Data Panel.....	52
3.8.7.	Uji Hipotesis	53

3.8.8. Uji Sobel Test	53
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1. Gambaran Umum Penelitian.....	54
4.2. Pengujian dan Hasil Analisis Data.....	55
4.2.1. Estimasi Model Regresi Data Panel.....	55
4.2.2. Analisis Statistik Deskriptif	56
4.2.3. Uji Asumsi Klasik.....	59
4.2.4. Uji Ketepatan Model.....	63
4.2.5. Analisis Hasil Uji Regresi Data Panel	66
4.2.6. Uji Hipotesis	68
4.2.7. Uji <i>Sobel Test</i>	70
4.3. Pembahasan Hasil Analisis Data	71
4.3.1. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Reputasi Perusahaan	71
4.3.2. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Reputasi Perusahaan	73
4.3.3. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan	74
4.3.4. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan 75	
4.3.5. Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	77
4.3.6. Reputasi Perusahaan Memediasi Hubungan antara Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan	78
4.3.7. Reputasi Perusahaan Memediasi Hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	79
BAB V PENUTUP.....	81
5.1. Kesimpulan	81
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	82
5.3. Saran-Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

2.1.	Peringkat PROPER	22
2.2.	Penelitian yang Relevan	26
3.1.	Penjelasan Sampel.....	42
3.2.	Perusahaan Sampel.....	42
3.3.	Definisi Variabel dan Pengukurannya.....	45
3.4.	Kriteria Pengambilan Keputusan Uji <i>Durbin-Watson</i>	50
4.1.	Hasil Uji <i>Chow</i>	55
4.2.	Hasil Uji <i>Hausman</i>	56
4.3.	Hasil Uji Statistik Deskriptif	56
4.4.	Hasil Uji Multikolinearitas	62
4.5.	Hasil Uji Autokorelasi.....	62
4.6.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
4.7.	Hasil Uji F (Model 1)	64
4.8.	Hasil Uji F (Model 2)	64
4.9.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (Model 1)	65
4.10.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (Model 2)	65
4.11.	Hasil Uji Regresi Data Panel (Model 1).....	66
4.12.	Hasil Uji Regresi Data Panel (Model 2).....	67
4.13.	Hasil Uji T (Model 1).....	68
4.14.	Hasil Uji T (Model 2).....	69

DAFTAR GAMBAR

2.1.	Kerangka Berpikir	31
4.1.	Hasil Uji Normalitas (Sebelum Outlier).....	60
4.2.	Hasil Uji Normalitas (Seseudah Outlier)	61
4.3.	Hasil Uji <i>Sobel Test</i> (X1)	70
4.4.	Hasil Uji <i>Sobel Test</i> (X2)	71

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan merupakan suatu entitas ekonomi yang memiliki tujuan, yaitu tujuan jangka panjang maupun tujuan jangka pendek. Suatu entitas bisnis memiliki tujuan dalam jangka panjang seperti halnya untuk memaksimalkan nilai perusahaan dan membuat pemegang saham perusahaan lebih sejahtera. Sedangkan perusahaan yang memiliki tujuan jangka pendeknya itu dengan membuat laba perusahaan semakin tinggi dengan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan tersebut (Suwardika & Mustanda, 2017).

Nilai perusahaan dapat disebut dengan pandangan investor terhadap suatu entitas bisnis yang berkaitan dengan harga sahamnya. Selain itu, nilai perusahaan menjadi salah satu cara investor untuk mengukur tingkat keberhasilan dan kemakmuran suatu organisasi bisnis. Sehingga dijadikan untuk membuat keputusan dalam berinvestasi pada perusahaan tersebut. Semakin tinggi nilai perusahaannya maka dapat diartikan bahwa entitas bisnis tersebut dapat memakmurkan pemegang sahamnya yang di mana juga merupakan tujuan dari perusahaan (Zabetha et al., 2018).

Fenomena yang berkaitan dengan investasi berdasarkan data Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) yang diolah oleh Kementerian Perindustrian (Kemenperin) menyatakan bahwa investasi pada industri manufaktur merosot parah. Pada tahun 2016, investasi pada industri manufaktur mencapai Rp. 335,8 triliun. Namun, pada tahun 2017 mengalami penurunan

mencapai Rp. 274,8 triliun. Sedangkan pada tahun 2018, investasi pada industri manufaktur mengalami penurunan parah sebesar 17,69% mencapai Rp. 226,18 triliun. Kemenperin pun menyatakan bahwa pada beberapa tahun sebelumnya, investasi industri manufaktur tidak pernah mengalami penurunan (Stefanie, 2018).

Selain itu, fenomena yang berkaitan dengan harga saham yang mengalami penurunan terjadi pada beberapa perusahaan manufaktur. Pada Maret 2020, penurunan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) di posisi yang negatif. IHSG turun 1,3% (sebesar 51 poin) ke level 3.937 yang mengakibatkan beberapa perusahaan juga mengalami penurunan harga saham penutupan yang parah. Pada tahun 2020, PT Semen Indonesia Tbk (SGMR) mencatat penurunan harga saham penutupannya dari Rp. 12.225 per lembar sahamnya menjadi Rp. 6.575 per lembarnya. Begitu pula dengan PT Gudang Garam (GGRM) yang juga mengalami penurunan harga saham penutupan dari Rp. 53.250 menjadi Rp. 36.725 per lembar sahamnya. Selain itu, PT Indocement Tungal Perkasa Tbk (INTP) pada tahun 2020 mengalami penurunan harga saham penutupannya dari Rp. 19.775 menjadi Rp. 10.350 per lembar sahamnya (Idris, 2020).

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti halnya dengan kemampuan suatu perusahaan dalam meningkatkan kinerja lingkungan di sekitar lingkungan tersebut. Kinerja lingkungan dinilai dari Program Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan (PROPER) sebagai pemeringkatan kinerja lingkungan suatu entitas bisnis (Khanifah et al., 2020).

Fenomena yang berkaitan dengan harga saham dan permasalahan tentang lingkungan salah satunya terjadi pada PT. Semen Indonesia Tbk (SGMR) yang

terjerat kasus tentang gugatan izin lingkungan pabrik semen di Rembang, Jawa Tengah pada awal Oktober 2016 lalu. Akibat dari kasus tersebut, harga saham SGMR di Bursa Efek Indonesia menjadi anjlok dari Rp. 10.150 menjadi Rp. 10.075 per lembar sahamnya (Malik, 2016).

Selain itu, pada Maret 2017 harga saham SGMR juga mengalami penurunan yang diakibatkan oleh bergantung pada putusan Kajian Lembaga Hidup Strategis (KLHS) yang akan diberikan oleh PT. Semen Indonesia Tbk. Harga sahamnya turun sebesar 0,38% ke level 9.000 per tanggal 30 Maret 2017 pada pukul 10.20 WIB (Ika, 2017).

Menurut Reza Priyambada, seorang Analis Bina Artha Sekuritas, mengatakan bahwa apabila KLHS memberikan putusan untuk menutup PT. Semen Indonesia Tbk maka mengakibatkan produksinya juga akan menurun serta akan membuat harga saham pesaingnya yaitu PT. Indocement Tunggal Perkasa Tbk (INTP) akan meningkat. Padahal di hari yang sama pukul 10.49 WIB harga saham INTP terjadi penurunan sekitar 0.60% ke level 16.700 (Ika, 2017). Kedua perusahaan tersebut yaitu PT. Semen Indonesia Tbk dan PT. Indocement Tunggal Perkasa Tbk merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan mengikuti PROPER.

Adapun fenomena lain yang berkaitan dengan harga saham dan permasalahan lingkungan yaitu terjadi pada PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk (INKP) dan PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk (TKIM). Kedua perusahaan tersebut, harga sahamnya meningkat ketika Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) pada tanggal 16 Mei 2018 mengalami penurunan. Pada saat itu, IHSG

turun 1,38% dari 5.838,12 ke 5.759,11 pada pukul 13.30 WIB. Berbeda halnya dengan TKIM harga sahamnya justru meningkat sebesar 7,6% ke Rp. 11.300 per saham dan harga saham INKP naik sebesar 1,4% ke Rp. 14.400 per saham.

Kenaikan harga saham yang terjadi pada INKP dan TKIM diakibatkan dari dorongan pemerintah Cina yang ingin mengurangi secara besar-besaran terkait polusi yang dikeluarkan oleh perusahaan. Maka dilakukan dengan menutup beberapa entitas bisnis kertas pada tahun 2017. Sehingga berakibat bahwa pasokan *pulp* turun sebesar 40% di pasar global (Bareksa, 2018). PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk (INKP) dan PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk (TKIM) merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan mengikuti PROPER.

Beberapa peneliti yang telah melakukan penelitian mengenai pengaruh kinerja lingkungan pada nilai perusahaan mendapatkan hasil yang masih berbeda-beda. Aini & Faisal (2021), Ani (2021), Hasian & Suputra (2021), Rachmawati (2021), Wahidahwati & Ardini (2021), Budiharjo (2020), Harahap et al. (2018), dan Kurnia & Wirasedana (2018) dalam penelitiannya menghasilkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Khanifah et al. (2020) bahwa kinerja lingkungan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Arlita (2019), Hapsoro & Adyaksana (2020), Kristi & Yanto (2020), Pramitha & Sudana (2021), dan Septiani et al. (2019) menghasilkan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Salah satu upaya terbesar perusahaan yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan yaitu dengan mengungkapkan *corporate social responsibility* (CSR). Semua kegiatan operasional suatu perusahaan pasti akan menimbulkan masalah sosial dan lingkungan sehingga perusahaan menggunakan CSR sebagai tanggung jawab perusahaan untuk mengatasi permasalahan tersebut (Rosiana et al., 2013).

Penelitian yang berkaitan dengan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh Aisanafi & Hernindita (2022), Anjani & Astika (2018), Anto (2021), Murnita & Putra (2018), Pramitha & Sudana (2021), dan Putri & Wahidahwati (2018) menghasilkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Afifah et al. (2021), Alvionita et al. (2021), Astuti et al. (2020), dan Sabatini & Sudana (2019) menghasilkan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Inastri & Mimba (2017) dan Kristi & Yanto (2020) memiliki hasil yang berbeda yaitu CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berikutnya yaitu reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan sangat penting bagi kemakmuran bisnis yang dijalani perusahaan. Maka perusahaan harus mempertimbangkan dengan baik kinerja dan perilaku perusahaan yang dinilai oleh pemangku kepentingan. Hal tersebut harus dilakukan perusahaan untuk membangun dan mempertahankan reputasi perusahaan yang baik (Puspito, 2018).

Nilai perusahaan tidak hanya diperhatikan dalam aspek keuangan juga, namun dapat diperhatikan dengan aspek non keuangan. Sehingga dalam penelitian

ini bertujuan untuk menilai kinerja perusahaan dengan menggunakan aspek non keuangan yaitu dengan kinerja lingkungan dan reputasi perusahaan (Malagueño et al., 2018). Selain itu, pengungkapan CSR yang diterapkan oleh perusahaan menjadi salah satu cara yang membuat nilai perusahaan menjadi meningkat serta membuat investor lebih tertarik untuk melakukan investasi (Pramitha & Sudana, 2021).

Adapun penelitian yang berkaitan dengan kinerja lingkungan terhadap reputasi perusahaan yang dilakukan oleh Khanifah et al. (2020) menghasilkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Daddi et al., 2018) menghasilkan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

Selain itu, terdapat penelitian yang berkaitan dengan *corporate social responsibility* terhadap reputasi perusahaan seperti yang dilakukan oleh (Afifah et al., 2021; Kapita & Suardana, 2018; Yadav et al., 2018; Yusdantara & Rahanatha, 2015) menghasilkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aldama et al., 2021; Priyadi et al., 2020; Wicaksono & Subekti, 2019) yang menghasilkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

Penelitian yang berkaitan dengan reputasi perusahaan terhadap nilai perusahaan seperti yang dilakukan oleh (Afifah et al., 2021; Daromes et al., 2022) menghasilkan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda hasil dengan penelitian yang dilakukan oleh (Daromes &

Gunawan, 2020) bahwa reputasi perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pada penelitian yang membahas mengenai reputasi perusahaan sebagai variabel mediasi dilakukan oleh Khanifah et al. (2020) dan menghasilkan bahwa reputasi perusahaan mampu memediasi hubungan antara kinerja lingkungan dengan nilai perusahaan. Penelitian lain yang berkaitan dengan reputasi perusahaan sebagai mediasi pada hubungan CSR terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh Afifah et al. (2021) menghasilkan bahwa reputasi perusahaan tidak mampu memediasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Khanifah et al., 2020). Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu pada objek atau sampel yang digunakan dalam penelitian serta menambahkan variabel independen yaitu *corporate social responsibility* (CSR). Pada penelitian sebelumnya menggunakan sampel pada perusahaan sektor industri pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2015-2018. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020 dan mengikuti penilaian PROPER tahun 2017-2020.

Perusahaan manufaktur dipilih karena perusahaan manufaktur merupakan perusahaan dinilai rendah dalam pengelolaan lingkungannya oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). Menurut Sigit Reliantoro, Sekretaris Dirjen Pengendalian Pencemaran dan Kerusakan Lingkungan KLHK, menyatakan bahwa pada tahun 2019 total entitas bisnis yang mendaftarkan penilaian PROPER ketaatannya pada lingkungan masih rendah untuk dinilai.

KLHK juga mencatat bahwa perusahaan manufaktur terdapat 83 entitas yang dapat dinilai kategori hijau, namun hasilnya hanya 23 entitas yang dapat nilai hijau, dan satu entitas yang mendapatkan emas. Selain itu, perusahaan manufaktur hanya menyumbang sebanyak 130 inovasi dari 794 inovasi yang masuk dalam catatan KLHK (Nurcaya, 2020).

Berdasarkan uraian latar belakang serta perbedaan hasil penelitian terdahulu, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian mengenai nilai perusahaan dengan judul **“Reputasi Perusahaan sebagai Pemediasi Pengaruh Kinerja Lingkungan dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka identifikasi masalah yang dapat dibentuk yaitu sebagai berikut :

- 1.2.1 Kemenperin menyatakan bahwa investasi pada industri manufaktur yang sebelumnya mengalami kenaikan justru tiga tahun belakangan mengalami penurunan yang parah dari tahun 2016-2018.
- 1.2.2 Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) mengalami penurunan yang mengakibatkan beberapa perusahaan juga mengalami penurunan harga saham penutupan seperti PT Semen Indonesia Tbk (SGMR), PT Gudang Garam Tbk (GGRM), dan PT Indocement Tunggul Perkasa (INTP).
- 1.2.3 Harga saham PT Semen Indonesia Tbk (SGMR) turun karena terjerat gugatan atas izin lingkungan pada pembangunan pabrik di Rembang, Jawa

Tengah. Sehingga juga akan membuat harga saham perusahaan pesaing yaitu PT Indocement Tunggal Perkasa Tbk (INTP) menjadi meningkat.

- 1.2.4 Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) mengalami penurunan, berbeda dengan PT Indah Kiat Paper & Pulp Tbk (INKP) dan PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk (TKIM) justru mengalami peningkatan. Hal tersebut diakibatkan oleh dorongan pemerintah Cina yang ingin mengurangi secara besar-besaran polusi yang dikeluarkan oleh perusahaan.
- 1.2.5 Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menilai rendah untuk perusahaan manufaktur karena perusahaan masih kurang taat dalam mengelola lingkungannya.
- 1.2.6 Perbedaan hasil penelitian terdahulu membuat peneliti tergerak untuk mengkaji ulang mengenai kinerja lingkungan, CSR, reputasi perusahaan, dan nilai perusahaan.

1.3. Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan masalah untuk membatasi penelitian agar peneliti lebih fokus pada penelitian yang dilakukan. Batasan masalah tersebut yaitu :

- 1.3.1. Objek penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020 dan mengikuti PROPER tahun 2017-2020.
- 1.3.2. Variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini yaitu nilai perusahaan. Sedangkan variabel independen yang digunakan yaitu kinerja

lingkungan dan *corporate social responsibility* (CSR), serta variabel mediasi menggunakan reputasi perusahaan.

1.4. Rumusan Masalah

- 1.4.1. Apakah kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan?
- 1.4.2. Apakah *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan?
- 1.4.3. Apakah kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
- 1.4.4. Apakah *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
- 1.4.5. Apakah reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
- 1.4.6. Apakah reputasi perusahaan mampu mediasi hubungan antara kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan?
- 1.4.7. Apakah reputasi perusahaan mampu mediasi hubungan antara *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan?

1.5. Tujuan Penelitian

- 1.5.1. Menguji pengaruh kinerja lingkungan terhadap reputasi perusahaan.
- 1.5.2. Menguji pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap reputasi perusahaan.
- 1.5.3. Menguji pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.
- 1.5.4. Menguji pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

- 1.5.5. Menguji reputasi perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- 1.5.6. Menguji pengaruh reputasi perusahaan memediasi kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.
- 1.5.7. Menguji pengaruh reputasi perusahaan memediasi *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis pada beberapa pihak yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu :

1.6.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat menjawab masalah-masalah mengenai reputasi perusahaan sebagai pemediasi pengaruh kinerja lingkungan dan *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Investor, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada investor sebagai pertimbangan dalam membuat keputusan berinvestasi dengan melihat nilai perusahaan khususnya pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat digunakan untuk menambah wawasan dan dapat digunakan untuk referensi pada penelitian selanjutnya, khususnya mengenai reputasi perusahaan sebagai pemediasi pengaruh kinerja lingkungan dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

1.7. Jadwal Penelitian

Terlampir.

1.8. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini berfungsi untuk memberikan gambaran informasi secara jelas mengenai penelitian ini pada setiap bab penelitian. Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan mengenai latar belakang penelitian ini dilakukan, rumusan masalah berupa pertanyaan, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan sebagai gambaran penelitian secara keseluruhan dari awal hingga akhir dalam penelitian yang dilakukan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memaparkan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan variabel penelitian dan hasil penelitian yang relevan. Berdasarkan teori dan hasil penelitian yang relevan maka terbentuklah kerangka berpikir serta perumusan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai metode-metode yang digunakan dalam penelitian. Metode ini meliputi uraian yang berkaitan waktu dan wilayah penelitian yang akan diturunkan untuk jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data. Selain itu berisi mengenai teknik pengamblan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan pembahasan mengenai hasil penelitian yang dilakukan sesuai dengan metode penelitian yang digunakan, serta uraian hasil yang dikaitkan dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan pada penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Teori

2.1.1. *Legitimacy Theory*

Ulya & Prastiwi (2014) menyatakan bahwa legitimasi ialah salah satu faktor yang penting bagi perusahaan dalam membangun suatu strategi perusahaan dalam upaya untuk memposisikan diri pada lingkungan masyarakat yang semakin lama semakin maju. Ketika perusahaan berada di posisi sebagian bagian dari masyarakat, maka operasi perusahaan pasti akan mempengaruhi masyarakat sekitar. Maka perusahaan dengan manajemennya untuk mencoba mendapatkan keselarasan antara tindakan atau operasional entitas dan nilai atau etika di masyarakat.

Masyarakat di sekitar perusahaan sangat berharap pada perusahaan bahwa akan lebih peduli dengan lingkungan sekitar dan norma sosial sehingga menjadikan teori legitimasi sebagai landasan perusahaan untuk beroperasi di sekitar lingkungan tersebut (Lingga & Wirakusuma, 2019). Menurut Kurnia & Wirasedana (2018) menyatakan bahwa minat investor akan meningkat apabila tanggung jawab sosial perusahaan pada lingkungan sehingga perusahaan memperoleh peringkat kinerja lingkungan yang baik. Oleh karena itu, perusahaan bisa mendapatkan legitimasi dari masyarakat.

Berdasarkan teori legitimasi, untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat maka dalam laporan tahunannya perusahaan harus mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaannya. Sehingga hal tersebut juga akan

meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, perusahaan akan dapat memiliki hubungan yang harmonis dengan masyarakat (Pramitha & Sudana, 2021).

2.1.2. Stakeholder Theory

Freeman (1984) dalam (Andayani, 2021) menyatakan bahwa perusahaan berpandangan bahwa perusahaan harus melihat dari posisi sebagai pemangku kepentingan terhadap perusahaan itu sendiri. Sehingga perusahaan pada saat beroperasi akan merasakan bahwa memiliki tanggung jawab kepada seluruh pemangku kepentingan.

Clarkson (1995) dalam (Andayani, 2021) juga menyatakan bahwa terdapat dua kategori dari pemangku kepentingan, yaitu pemangku kepentingan utama dan sekunder. Di mana pemangku kepentingan utama misalnya seperti pelanggan, karyawan, manajer, pemerintah, pemasok, dan kreditur. Sedangkan pemangku kepentingan sekunder seperti halnya pesaing, media, komunitas lokal, dan LSM (Lembaga Sosial Masyarakat).

Teori *stakeholders* berfokus pada hubungan yang terjalin antara suatu perusahaan dengan para pemangku kepentingan (Putra & Astika, 2019). Sehingga perusahaan juga harus memperhatikan pemangku kepentingan selain memperhatikan untuk memaksimalkan laba dan kesejahteraan para investor perusahaan (Lingga & Wirakusuma, 2019). Pemangku kepentingan sebagai pendukung terbesar atas keberlangsungan operasional perusahaan (Afifah et al., 2021).

Berdasarkan teori *stakeholder*, perusahaan harus melaksanakan tanggung jawabnya terhadap pemangku kepentingan dengan mengungkapkan tanggung

jawab sosialnya (Septinurika et al., 2020). Perusahaan yang mengungkapkan CSR-nya maka akan berpengaruh pada reputasi perusahaan yang nantinya akan menarik minat investor untuk melakukan investasi pada perusahaan (Humanitisri & Ghozali, 2018). Meningkatnya minat investor akibat dari naiknya reputasi perusahaan, hal tersebut juga akan berdampak pada nilai perusahaan yang meningkat (Bella & Suaryana, 2017).

Kesimpulan dari uraian di atas yaitu perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawab sosialnya pasti akan lebih menarik di mata investor. Sehingga investor akan mengambil keputusan untuk investasi. Hal ini dikarenakan bahwa investor merupakan salah satu pemangku kepentingan inti dari perusahaan untuk menjaga stabilitas keberlangsungan perusahaan. Semakin meningkat minat investor, maka semakin baik reputasi perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, maka akan meningkatkan nilai perusahaan yang ditandai oleh meningkatnya harga saham perusahaan.

2.1.3. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan itu sangat penting karena menjadi indikator oleh investor untuk melihat tingkat kemakmuran para pemegang saham pada perusahaan tersebut. Nilai perusahaan dikaitkan dengan harga saham yang merupakan indikator dalam menentukan keputusan investasi, *financing* (pendanaan), dan manajemen aset (Rosada & Idayati, 2017).

Menurut Anjani & Astika (2018) mengungkapkan bahwa dengan meningkatnya nilai perusahaan diiringi dengan meningkatnya kesejahteraan para pemegang saham. Sehingga akan mengakibatkan juga pada minat para investor

dalam membuat keputusan dalam berinvestasi pada perusahaan tersebut. Berkaitan dengan itu, maka nilai perusahaan merupakan hal terpenting dalam perusahaan untuk menjaga stabilitas operasional perusahaan.

Apabila nilai perusahaan dihitung dengan harga saham, maka untuk memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga saham. Jika harga saham berubah-ubah dan fluktuatif maka akan membuat sulit calon investor untuk melakukan analisis sebelum membuat keputusan untuk investasi. Sehingga investor harus membuat banyak pertimbangan dari berbagai informasi untuk memastikan dalam melakukan investasi pada perusahaan (Asrizon et al., 2021).

Melakukan maksimalisasi pada nilai perusahaan adalah suatu kegiatan yang penting untuk perusahaan, karena dengan melakukan maksimalisasi nilai perusahaan maka sama saja dengan memaksimalkan tujuan perusahaan yaitu memakmurkan para pemegang saham. Indikator pada pasar untuk menilai secara komprehensif dengan menganggap nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi pemegang saham. Oleh karena itu, perusahaan yang *go public*, melakukan jual-beli saham di bursa karena dianggap sebagai indikator dalam menghitung nilai perusahaan (Felicia & Karmudiandri, 2019).

Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan beberapa cara, yaitu sebagai berikut :

1. Tobin's Q

Nilai perusahaan dapat diukur dengan salah satunya menggunakan Tobin's Q. Tobin's Q adalah rasio nilai pasar ekuitas yang dihitung dengan nilai pasar

saham yang beredar ditambah dengan total utang perusahaan terhadap aset perusahaan (Sabatini & Sudana, 2019).

Menurut Chairunnisa (2019) rasio ini merupakan perhitungan yang lebih rasional karena dasar perhitungannya menggunakan unsur-unsur kewajiban. Indikator investor untuk melihat tingkat kemakmuran para pemegang saham pada perusahaan tersebut (Rosada & Idayati, 2017)

Nilai perusahaan yang diproksikan dengan Tobin's Q dirumuskan sebagai berikut (Khanifah et al., 2020) :

$$Tobin's\ Q = \frac{MVE + D}{TA}$$

Keterangan :

Tobin's Q = Nilai perusahaan

MVE = Nilai pasar ekuitas (jumlah saham yang beredar x *closing price*)

D = Nilai buku total hutang

TA = Total aktiva perusahaan

Rasio Tobin's Q merupakan salah satu indikator yang digunakan dalam pengukuran nilai perusahaan. Rasio ini menunjukkan performa manajemen perusahaan dalam mengelola asetnya (Sudiyatno & Puspitasari, 2010). Rasio ini juga mampu memberikan informasi yang terbaik karena dapat memaparkan berbagai fenomena kegiatan perusahaan (Mareta & Fitriyah, 2017).

Menurut Sudiyatno & Puspitasari (2010) hasil dari Tobin's Q diartikan sebagai berikut :

- a. $Q > 1$ = perusahaan dapat mengelola aset dengan baik (*overvalued*)

- b. $Q < 1$ = perusahaan gagal mengelola aset (*undervalued*)
- c. $Q = 1$ = perusahaan stabil dalam mengelola asetnya

2. *Price Book Value* (PBV)

Metode lain dalam menganalisis nilai perusahaan dengan menggunakan *price book value* (PBV). Menurut Fangestu et al. (2020) nilai perusahaan merupakan harga saham yang dibeli investor dari perusahaan dan nilai PBV digunakan pada penelitiannya menjadi indikator untuk menilai kinerja perusahaan di masa mendatang.

Sedangkan menurut Wira (2021) menyatakan bahwa PBV merupakan perbandingan antara harga saham biasa per saham dengan nilai buku per saham. Untuk mendapatkan nilai buku per saham dari perbandingan antara ekuitas pemegang saham dengan jumlah saham yang beredar.

Apabila nilai rasio PBV tinggi, maka pasar semakin percaya terhadap perusahaan. Apabila rasio PBV lebih dari satu, hal tersebut menandakan bahwa perusahaan memiliki harapan yang wajar di masa depan, begitu sebaliknya. Sehingga rumus PBV dinyatakan sebagai berikut (Akbar & Fahmi, 2020) :

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

$$\text{Nilai Buku Per Lembar Saham} = \frac{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$$

3. *Price Earning Ratio* (PER)

Price earning ratio (PER) merupakan salah satu cara untuk mencari nilai perusahaan. PER diukur berdasarkan besar perbandingan harga saham suatu perusahaan dengan laba atau keuntungan yang diperoleh para pemegang saham.

Bagi perusahaan, PER merupakan cerminan yang baik dalam menentukan harga saham perusahaan pada masa yang akan datang. Apabila nilai PER semakin tinggi, maka harga saham juga akan tinggi per lembar sahamnya (Lestari & Ghani, 2019).

Nilai *price earning ratio* (PER) merupakan perbandingan antara harga saham relatif pada *earning*-nya (Hanafi, 2016; Hanafi & Halim, 2016). Rasio ini menunjukkan bagaimana investor melihat harga saham terhadap kelipatan *earning*-nya (Hartono, 2017).

Perusahaan dengan prospek kinerjanya bagus, biasanya nilai PER juga akan tinggi. Begitu pula sebaliknya, apabila prospek kinerja perusahaan rendah, maka nilai PER juga akan rendah (Hanafi, 2016). Menurut investor, apabila nilai PER yang terlalu tinggi tidak menarik untuk digunakan sebagai landasan keputusan investasi karena kemungkinan harga saham tidak naik lagi. Hal tersebut menandakan bahwa investor akan menerima *capital gain* yang lebih kecil (Hanafi & Halim, 2016). *Price earning ratio* dirumuskan sebagai berikut :

$$PER = \frac{\text{Harga Pasar Per Saham}}{\text{Laba Per Lembar Saham}}$$

Penelitian ini untuk mengukur nilai perusahaan menggunakan Tobin's Q karena menurut Chairunnisa (2019) rasio ini merupakan perhitungan yang lebih rasional karena dasar perhitungannya menggunakan unsur-unsur kewajiban. Sedangkan menurut Herawaty (2008) dengan rasio ini dapat melihat mengenai pengelolaan sumber daya yang ekonomis pada perusahaan dengan efektif atau tidak. Sehingga rasio Tobin's Q ini merupakan salah satu indikator yang lebih teliti untuk mendapatkan nilai pada suatu perusahaan.

2.1.4. Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan menurut Zabetha et al. (2018) adalah suatu tanggung jawab entitas bisnis kepada pihak luar seperti para pemegang saham dan masyarakat di sekitar perusahaan. Sistem manajemen lingkungan diukur dengan kinerja lingkungan merupakan salah satu yang terpenting. Sedangkan menurut Putra (2017) kinerja lingkungan merupakan tingkat pengelolaan perusahaan pada aspek lingkungan dari seluruh aktivitas, produksi, dan jasanya serta seberapa banyak dampak pengelolaan terhadap lingkungan.

Kinerja perusahaan yang fokus terhadap cara pengelolaan lingkungannya disebut dengan kinerja lingkungan. Apabila suatu entitas memiliki kinerja lingkungan dapat digunakan sebagai salah satu indikator dalam investasi jangka panjang seperti menjaga reputasi perusahaan. Suatu entitas yang memiliki tingkat kepedulian pada lingkungan yang baik pasti kepercayaan masyarakat dan investor pasti juga akan meningkat. Hal tersebut juga akan berpengaruh pada kegiatan perusahaan dalam memproduksi (Hasian & Suputra, 2021).

Menurut Hasian & Suputra (2021) informasi yang berkaitan dengan kinerja lingkungan menjadi salah satu indikator yang dapat mempengaruhi minat calon investor dalam melakukan investasi terhadap perusahaan. Hal tersebut akan berdampak pula pada nilai perusahaan dan reputasi perusahaan. Menurut Harahap et al. (2018) menyatakan bahwa kinerja lingkungan merupakan tingkat perhatian perusahaan dan membuat pengelolaan lingkungan yang baik akibat dari kegiatan perusahaan setiap harinya.

Beberapa pendapat mengenai kinerja lingkungan di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja lingkungan merupakan salah satu indikator yang dapat mempengaruhi nilai dan reputasi perusahaan dengan melihat seberapa baik perusahaan dalam mengelola lingkungan di sekitar perusahaannya. Selain itu, kinerja lingkungan juga akan mempengaruhi calon investor dalam mengambil keputusan sebelum berinvestasi pada perusahaan.

Penilaian kinerja lingkungan di Indonesia diukur dengan melalui Program Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) yang dirilis oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH). KLH menggunakan indikator PROPER dalam menilai kepatuhan perusahaan dengan peraturan yang berlaku. PROPER diumumkan setiap tahunnya oleh KLH, sehingga perusahaan akan mendapatkan nilai keuntungan atau tidak tergantung kepatuhan perusahaan dalam mengelola lingkungannya (Khanifah et al., 2020).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Khanifah et al., 2020) sistem peringkat PROPER yang dikutip dalam situs Kementerian Lingkungan Hidup yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.1
Peringkat PROPER

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

Sumber : (Khanifah et al., 2020)

Penggunaan peringkat PROPER pada penelitian ini karena peringkat PROPER merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja

lingkungan di Indonesia. Selain itu, indikator pengukuran peringkat PROPER lebih relevan digunakan di Indonesia karena yang mengeluarkan dari pemerintah Indonesia sendiri yaitu Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan.

2.1.5. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan seperangkat prinsip mengenai tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat, kebijakan, program, dan dampaknya CSR itu sendiri terhadap masyarakat (Wood (1991) dalam Andayani (2021)).

Sedangkan menurut Andayani (2021) menyatakan bahwa media perusahaan yang digunakan sebagai sikap dan strategi perusahaan pada pemangku kepentingan disebut dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Etika bisnis perusahaan dilakukan dengan bertanggung jawab kepada lingkungan. Sehingga transparansi perusahaan kepada lingkungan sangat diinginkan oleh masyarakat.

Sholikhin & Lubis (2019) mengungkapkan bahwa berbagai kegiatan sosial yang diungkapkan di laporan tahunan perusahaan hal tersebut merupakan hal yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk menyebarluaskan suatu informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan disebut dengan *corporate social responsibility (CSR)*.

Rahayu & Damayanthi (2018) menyatakan bahwa perusahaan yang mengungkapkan informasi mengenai tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan ataupun laporan keberlanjutan secara terpisah merupakan definisi dari *corporate social responsibility (CSR)*. *Corporate Social Responsibility*

Disclosure Index (CSRDI) berdasarkan *Global Reporting Initiative* G4 digunakan dalam mengukur CSR (Damayanthi, 2019).

Menurut Damayanthi (2019) memilih standar GRI sebagai pengukuran CSR karena GRI lebih fokus pada standar pengungkapan mengenai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan dengan tujuan kualitas perusahaan dan laporan keberlanjutannya akan meningkat. GRI G4 mencakup 91 item pengungkapan seperti ekonomi, lingkungan, sosial, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab atas produk. Sehingga rumus dalam pengukuran CSR pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n}$$

Keterangan :

$CSRDI_j$ = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan

$\sum X_{ij}$ = Jumlah pengungkapan perusahaan

n = Item pengungkapan CSRDI

2.1.6. Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan merupakan salah satu konsep terkait dengan citra perusahaan dan penilaian eksternal yang berasal dari kinerja perusahaan masa lalu. Reputasi perusahaan dibangun oleh perusahaan selama beberapa tahun periode dan mewakili konsistensi atribut perusahaan (Bennet & Gabriel (2001) dalam Khanifah et al. (2020)). Karena banyak atribut pada perusahaan dan produk yang tidak terlihat oleh pandangan, maka reputasi merupakan suatu sinyal informasi untuk meningkatkan kepercayaan pada pengamat dalam layanan dan

produk perusahaan serta para calon pemegang saham suatu perusahaan (Fombrum & van Riel (1996) dalam Sholikhin & Lubis (2019)).

Menurut Sholikhin & Lubis (2019) menyatakan bahwa reputasi perusahaan merupakan suatu representasi yang kolektif dari suatu tindakan dan prospek di masa depan suatu perusahaan yang menjelaskan bagaimana penyedia sumber daya utama menafsirkan sebuah inisiatif perusahaan dan menilai kemampuannya untuk memberikan yang akan terjadi yang bernilai.

Reputasi perusahaan merupakan sinyal yang kredibel bagi para pemangku kepentingan sebab apabila suatu perusahaan tidak berperilaku sinkron dengan yang diperlukan reputasi perusahaan, itu akan kehilangan modal yang sudah diakumulasi aset ini. Kredibilitas reputasi suatu perusahaan berdasarkan kehancuran pada perusahaan (Sholikhin & Lubis, 2019).

Reputasi perusahaan didefinisikan sebagai suatu motivasi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengembangkan kegiatan dan bertanggung jawab terhadap keadaan sekitarnya. Reputasi perusahaan memiliki aspek penting dalam pengembangannya yaitu para pemegang saham perusahaan (Andayani, 2021). Pada penelitian ini, indikator dalam menghitung reputasi perusahaan sama dengan indikator yang digunakan oleh Khanifah et al. (2020) yaitu jumlah penghargaan yang diterima oleh perusahaan pada tahun periode penelitian.

2.2. Penelitian yang Relevan

Tabel 2.2
Penelitian yang Relevan

Peneliti, Tahun			
No	Penelitian, dan Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Pratiwi & Setyoningsih, 2017 Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> sebagai Variabel Intervening	Variabel independen : kinerja lingkungan Variabel dependen : nilai perusahaan Variabel mediasi : CSR disclosure	Kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. CSR Disclosure mampu memediasi hubungan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.
2.	Permana et al., 2018 Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening	Variabel independen : kinerja lingkungan Variabel dependen : nilai perusahaan Variabel mediasi : kinerja keuangan	Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kinerja keuangan mampu memediasi pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.
3.	Astuti et al., 2020 <i>Intervening Profitabilitas: Corporate Social Responsibility</i> terhadap	Variabel independen : CSR Variabel dependen : nilai perusahaan	CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. CSR berpengaruh positif

Peneliti, Tahun			
No	Penelitian, dan Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	Nilai Perusahaan	Variabel mediasi : profitabilitas	terhadap profitabilitas. Profitabilitas mampu memediasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan
4.	Khanifah et al., 2020 <i>Environmental Performance and Firm Value: Testing the Role of Firm Reputation in Emerging Countries</i>	Variabel independen: kinerja lingkungan Variabel dependen: nilai perusahaan Variabel mediasi: reputasi perusahaan	Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap repurasi perusahaan. Kinerja lingkungan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Reputasi perusahaan mampu memediasi hubungan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan
5.	Kristi & Yanto, 2020 <i>The Effect of Financial and Non-Financial Factors on Firm Value</i>	Varibel independen: ukuran perusahaan, profitabilitas, rasio aktivitas, leverage, likuiditas, CSRD, dan kinerja lingkungan	Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan rasio aktifitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Leverage dan likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. CSRD dan

Peneliti, Tahun			
No	Penelitian, dan Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
			kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
6.	Pramitha & Sudana, 2021 <i>Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Kinerja Lingkungan, dan Nilai Perusahaan</i>	Variabel independen: pengungkapan CSR dan kinerja lingkungan Variabel dependen: nilai perusahaan	Kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
7.	Afifah et al., 2021 <i>Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Reputasi Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan</i>	Variabel independen: CSR Variabel dependen: nilai perusahaan: Variabel mediasi: reputasi perusahaan	CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Reputasi perusahaan tidak mampu memediasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan.
8.	Aini & Faisal, 2021 <i>The Effect of Environmental</i>	Variabel independen: kinerja lingkungan Variabel dependen:	Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai

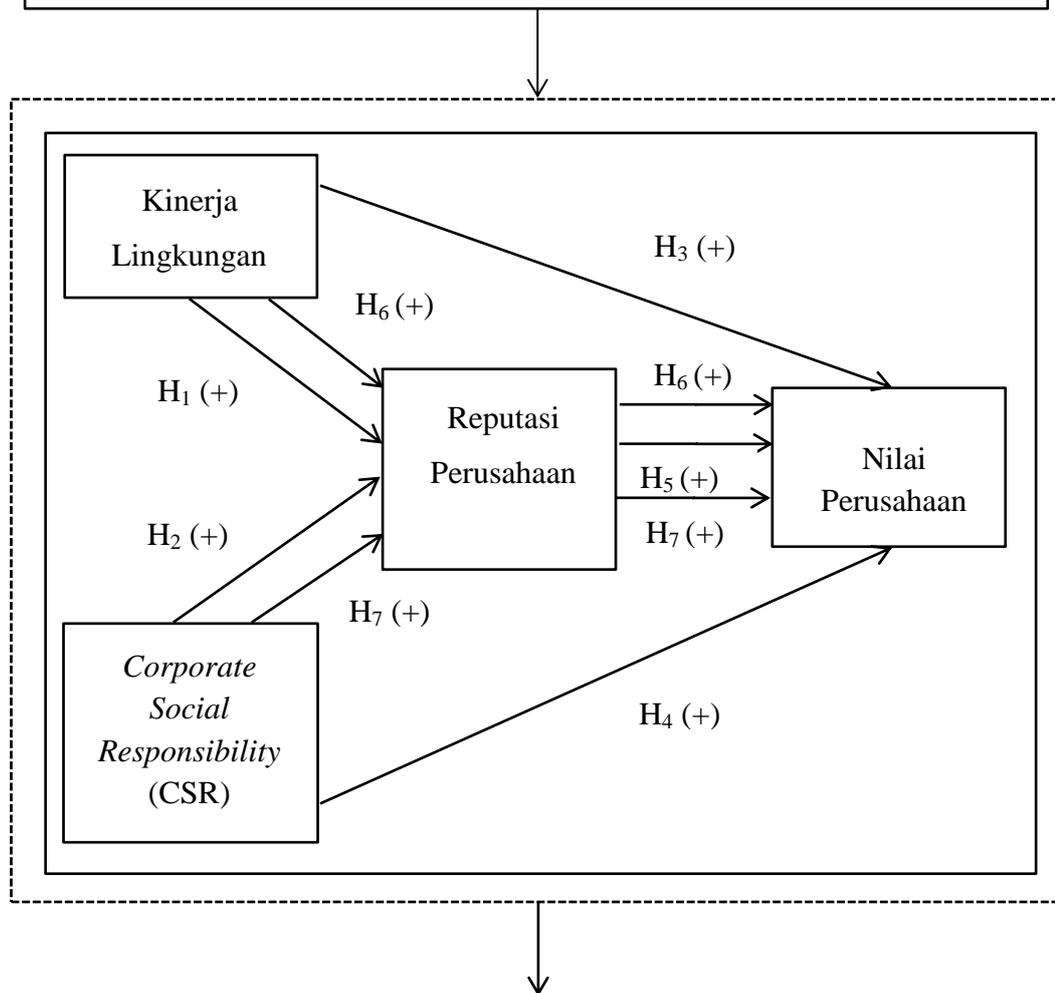
Peneliti, Tahun			
No	Penelitian, dan Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	<i>Performance on Firm Value Using Financial Performance as Mediator Variable</i>	nilai perusahaan Variabel mediasi: kinerja keuangan	perusahaan. Kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kinerja keuangan tidak mampu memediasi hubungan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.
9.	Hasian & Suputra, 2021 <i>The Effect of Profitability and Environmental Performance on Firm Value in Customer Goods Sector Listed on Indonesia Stock Exchange 2017-2019</i>	Variabel independen: profitabilitas dan kinerja lingkungan Variabel dependen: nilai perusahaan	Profitabilitas dan kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

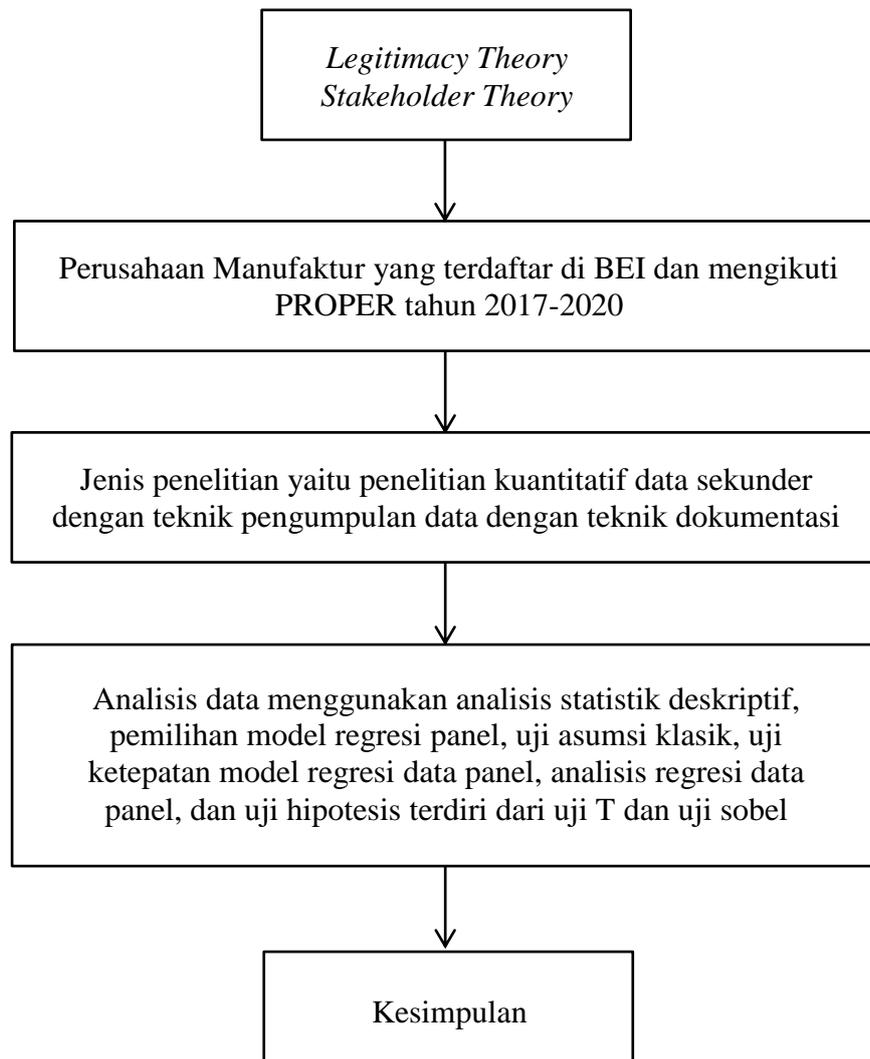
2.3. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir pada penelitian ini digunakan untuk membantu menganalisis permasalahan yang akan diselesaikan. Kerangka berpikir dalam penelitian ini menjelaskan mengenai hubungan variabel independen dengan variabel dependen, serta hubungan variabel mediasi pada variabel independen dan variabel dependen. Pada penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah kinerja lingkungan dan *Corporate Social Responsibility*, variabel dependen yang digunakan yaitu nilai perusahaan, serta variabel mediasi yang digunakan adalah reputasi perusahaan. Sehingga kerangka berpikir pada penelitian ini digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

Nilai perusahaan dapat disebut dengan pandangan investor terhadap suatu entitas bisnis yang berkaitan dengan harga sahamnya. Selain itu, nilai perusahaan menjadi salah satu cara investor untuk mengukur tingkat keberhasilan dan kemakmuran suatu organisasi bisnis. Sehingga dijadikan untuk membuat keputusan dalam berinvestasi pada perusahaan tersebut. Semakin tinggi nilai perusahaannya maka dapat diartikan bahwa entitas bisnis tersebut dapat memakmurkan pemegang sahamnya yang di mana juga merupakan tujuan dari perusahaan. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu kinerja lingkungan, *corporate social responsibility* (CSR), dan reputasi perusahaan





2.4. Hipotesis

2.4.1. Kinerja Lingkungan dan Reputasi Perusahaan

Rasa tanggung jawab terhadap kelestarian lingkungan dan masyarakat harus dimiliki oleh setiap perusahaan dalam menjalankan segala aktivitasnya. Perusahaan yang fokus pada kinerja lingkungan akan meningkatkan citra perusahaan di masa yang akan datang sehingga akan mempengaruhi peningkatan kinerja keuangan (Butler (2011) dalam Khanifah et al. (2020).

Menurut Khanifah et al. (2020) menyatakan bahwa apabila pengelolaan lingkungan dilakukan dengan baik oleh perusahaan, maka sesuai dengan teori legitimasi bahwa perusahaan akan mendapatkan legitimasi sosial dari masyarakat. Perusahaan yang dianggap oleh pemerintah dan masyarakat di mana perusahaan tersebut yang ramah lingkungan sehingga mendapatkan legitimasi sosial, maka reputasi perusahaan juga akan meningkat.

Masyarakat di sekitar perusahaan sangat berharap pada perusahaan bahwa akan lebih peduli dengan lingkungan sekitar dan norma sosial sehingga menjadikan teori legitimasi sebagai landasan perusahaan untuk beroperasi di sekitar lingkungan tersebut (Lingga & Wirakusuma, 2019)

Penelitian yang dilakukan oleh Khanifah et al. (2020) menghasilkan bahwa kinerja lingkungan yang diprosikan dengan peringkat PROPER berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, perusahaan yang memperhatikan lingkungan pada operasionalnya maka akan mendapatkan legitimasi dari masyarakat yang juga menandakan bahwa reputasi perusahaan

akan menjadi baik di mata masyarakat. Sehingga hipotesis yang dirumuskan yaitu sebagai berikut :

H1 : Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan.

2.4.2. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Reputasi Perusahaan

Perusahaan akan melakukan berbagai cara yang berkaitan dengan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat sekitar untuk mendapatkan citra yang baik di mata para pemangku kepentingan. Sesuai dengan teori *stakeholder*, bahwa dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan pada laporan tahunan merupakan salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk mempererat hubungan antara perusahaan dengan pemangku kepentingan. Maka dari itu akan membuat citra perusahaan semakin membaik, sehingga akan membuat reputasi perusahaan juga akan meningkat (Afifah et al., 2021).

Menurut Humanitisri & Ghozali (2018) menyatakan bahwa sesuai dengan teori *stakeholder* bahwa perusahaan yang mengungkapkan CSR akan mendapatkan kesan dan dukungan yang positif dari pemangku kepentingan sehingga akan meningkatkan reputasi perusahaan. Apabila perusahaan mengungkapkan CSR lebih banyak, maka akan membuat reputasi perusahaan akan meningkat.

Teori tersebut didukung oleh penelitian sebelumnya yaitu Afifah et al. (2021), Andayani (2021), dan Humanitisri & Ghozali (2018) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa

perusahaan yang mengungkapkan CSR lebih baik akan mendapatkan kesan positif dari pemangku kepentingan. Maka akan membuat reputasi perusahaan juga akan meningkat sehingga, sesuai dengan teori *stakeholder*.

Berdasarkan penjabaran tersebut, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 : *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan.

2.4.3. Kinerja Lingkungan dan Nilai Perusahaan

Berdasarkan teori legitimasi, legitimasi merupakan faktor penting perusahaan dalam memposisikan diri pada lingkungan masyarakat. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik pasti akan menjaga kelangsungan operasional perusahaan tersebut. Selain itu, perusahaan yang meningkatkan pengelolaan lingkungannya akan berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal tersebut karena masyarakat sebagai konsumen akan membeikan kepercayaan pada legitimasi tersebut (Ulya & Prastiwi, 2014).

Menurut Pramitha & Sudana (2021) mengungkapkan bahwa kinerja lingkungan perusahaan itu baik pasti akan membuat calon investor tertarik untuk menanamkan dananya pada perusahaan sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Sedangkan Khanifah et al. (2020) berpendapat bahwa meningkatnya minat investor maka akan membuat harga saham juga meningkat. Harga saham yang meningkat menunjukkan bahwa pemegang saham menjadi lebih sejahtera serta menunjukkan bahwa nilai perusahaan juga meningkat.

Beberapa pendapat tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu mengenai kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Seperti yang dilakukan oleh Aini & Faisal (2021), Ani (2021), Hasian & Suputra (2021) dan Kurnia & Wirasedana (2018) bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, peneliti menyimpulkan bahwa dengan dasar teori legitimasi bahwa perusahaan yang memperhatikan kinerja lingkungan akan mendapatkan legitimasi dari masyarakat sehingga akan meningkatkan daya tarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Semakin meningkat minat investor, maka nilai perusahaan juga akan meningkat.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti merumuskan hipotesis yaitu sebagai berikut :

H3 : Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.4.4. *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan Nilai Perusahaan

Menurut Kristi & Yanto (2020) menyatakan bahwa pada saat ini banyak perusahaan baru yang turut mengambil kesempatan agar perusahaan tersebut memenangkan pasar sehingga dalam hal ini perkembangan bisnis menjadi semakin pesat. Maka dari itu, perusahaan harus turut memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungannya untuk menjaga kelangsungan bisnis yang dijalaninya (Elkington (1998) dalam Kristi & Yanto(2020)).

Pramitha & Sudana (2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan perlu diungkapkan untuk mendapatkan legitimasi oleh masyarakat dan menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat. Selain itu, adanya legitimasi tersebut bermanfaat bagi para pemangku

kepentingan, karena perusahaan selain bertujuan untuk meningkatkan laba, perusahaan juga harus memperhatikan pemangku kepentingan yang memiliki andil besar dalam menjaga lingkungan. Maka dari itu, strategi perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan dan menarik minat investor maka perusahaan harus mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan di setiap periodenya

Teori ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Damayanthi (2019), Kristi & Yanto (2020), Murnita & Putra (2018), dan Pramitha & Sudana (2021) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H4 : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.4.5. Reputasi Perusahaan dan Nilai Perusahaan

Reputasi perusahaan adalah gambaran yang ditangkap oleh publik tentang suatu perusahaan, tentang bagaimana kualitas produk, layanan, karakteristik pekerjaan, strategi, dan prospek mereka dibandingkan dengan pesaing. Reputasi perusahaan yang baik memiliki nilai strategis bagi pemiliknya. Efek selanjutnya adalah perusahaan akan memiliki daya saing yang unggul dibandingkan dengan pesaingnya dan juga dapat memperoleh keuntungan yang lebih tinggi. Perusahaan dengan reputasi yang baik akan cenderung mempertahankan kinerjanya meskipun situasi krisis (Daromes & Gunawan, 2020).

Reputasi perusahaan merupakan salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk memperoleh dukungan dari berbagai pihak. Sesuai dengan teori

stakeholder bahwa reputasi perusahaan merupakan hal terpenting bagi pemangku kepentingan untuk menilai baik buruknya perusahaan. Semakin baik reputasi perusahaan maka akan membuat para pemangku kepentingan merasa lebih puas kepada perusahaan dan juga akan mendorong nilai perusahaan semakin meningkat (Afifah et al., 2021). Perusahaan yang membuat reputasinya dengan baik maka merupakan salah satu upaya yang penting untuk dilakukan karena dapat menciptakan nilai perusahaan yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan (Daromes & Gunawan, 2020).

Sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Afifah et al. (2021) dan Daromes et al. (2022) menyatakan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H5 : Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.4.6. Kinerja Lingkungan, Reputasi Perusahaan, dan Nilai Perusahaan

Kinerja lingkungan merupakan kinerja perusahaan dengan tingkat kepeduliannya pada lingkungan. Kinerja lingkungan yang diprosikan dengan peringkat PROPER. Apabila perusahaan meraih peringkat PROPER yang baik maka perusahaan akan mendapatkan penghargaan dari pihak eksternal. Sesuai dengan teori legitimasi, di mana perusahaan yang mendapatkan penghargaan tersebut pasti juga akan mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Penghargaan tersebut yang diungkapkan secara sukarela oleh perusahaan pada laporan tahunannya, maka akan membuat reputasi perusahaan semakin meningkat. Reputasi perusahaan yang meningkat, pasti akan membuat minat investor untuk

menanamkan dananya pada perusahaan juga meningkat. Sehingga dengan meningkatnya minat investor akan membuat harga saham meningkat. Kemudian juga akan berpengaruh pada nilai perusahaan menjadi meningkat akibat dari harga saham yang naik (Retno & Priantinah (2012) dalam Khanifah et al. (2020)).

Penelitian yang dilakukan oleh (Khanifah et al., 2020) menghasilkan bahwa reputasi perusahaan dapat memediasi hubungan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis yang dirumuskan pada penelitian ini yaitu:

H6 : Reputasi perusahaan memediasi hubungan antara kinerja lingkungan dan nilai perusahaan.

2.4.7. *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Reputasi Perusahaan, dan Nilai Perusahaan

Menurut Bella & Suaryana (2017) perusahaan yang mengungkapkan informasi-informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab sosialnya maka akan meningkatkan citra perusahaan dan juga berdampak pada nilai perusahaan. Sesuai dengan teori *stakeholder*, di mana pemangku kepentingan akan memberikan dukungan dan memberikan kesan positif kepada perusahaan yang mengungkapkan CSR-nya pada laporan tahunannya. Dengan begitu perusahaan akan mendapatkan citra yang baik di mata pemangku kepentingan dan akan membuat investor lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan. Minat investor yang meningkat, maka akan membuat harga saham perusahaan tersebut juga akan turut meningkat (Humanitisri & Ghozali, 2018). Meningkatkan harga saham perusahaan, maka nilai perusahaan juga akan meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Afifah et al. (2021) menghasilkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan dan reputasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa reputasi perusahaan dapat memediasi hubungan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti akan merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H7 : Reputasi perusahaan memediasi hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Wilayah Penelitian

Waktu penelitian yang dilakukan sejak bulan November dengan penelitian selesai. Waktu tersebut merupakan waktu yang digunakan dalam melakukan penyusunan skripsi yang menjadi salah satu syarat akhir dalam mendapatkan gelar sarjana. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan mengikuti PROPER pada tahun penelitian.

3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data-data berupa angka dan analisisnya menggunakan statistik (Sugiyono, 2017). Alasan menggunakan penelitian kuantitatif dalam penelitian ini karena data yang digunakan dalam penelitian berupa data angka di setiap variabelnya. Setelah data diolah dianalisis menggunakan statistik.

3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi merupakan suatu wilayah secara umum yang terdiri dari subjek atau objek yang memiliki kualitas dan karakteristik yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya peneliti menarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 2017-2020 secara berturut-turut dan tercatat 151 perusahaan.

3.3.2. Sampel

Sampel merupakan beberapa bagian dari total populasi serta mempunyai karakteristik populasi tersebut. Sampel yang digunakan digunakan dari populasi harus representatif (Sugiyono, 2017). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3.1
Penjelasan Sampel

No	Penjelasan Sampel	Jumlah Sampel
1	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesiatahun 2017-2020	151
2	Perusahaan manufaktur yang tidak mengikuti peringkat PROPER tahun 2017-2020	(99)
3	Perusahaan yang tidak menyajikan laporan tahunan yang lengkap sesuai dengan indikator variabel penelitian selama 2017-2020	(13)
Total perusahaan yang masuk sampel		39
Periode pengamatan yang digunakan dalam penelitian		4
Total data akhir yang digunakan dalam penelitian		156

Sumber : www.saham.net dan www.idx.co.id , diolah 2022

Total populasi yang diperoleh sebanyak 151 perusahaan namun hanya diperoleh 39 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel dalam penelitian dengan periode penelitian 4 tahun sehingga menghasilkan jumlah data sebanyak 156 lapora tahunan (*annual report*) perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020.

Tabel 3.2
Perusahaan Sampel

No.	Kode Saham	Nama Perusahaan
1.	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk
2.	AUTO	Astra Otoparts Tbk
3.	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
4.	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
5.	CTBN	Citra Tubindo Tbk
6.	DLTA	Delta Djakarta Tbk
7.	GGRM	Gudang Garam Tbk

No.	Kode Saham	Nama Perusahaan
8.	GJTL	Gajah Tunggal Tbk
9.	HMSA	H. M. Sampoerna Tbk
10.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
11.	IKBI	Sumi Indo Kabel Tbk
12.	INAI	Indal Aluminium Industry Tbk
13.	INDR	Indo-Rama Synthetics Tbk
14.	INDS	Indospring Tbk
15.	INKP	Indah Kiat Pulp & Paper Tbk
16.	INRU	Toba Pulp Lestari Tbk
17.	INTP	Indocement Tunggul Perkasa Tbk
18.	ISSP	Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk
19.	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk
20.	KAEP	Kimia Farma (Persero) Tbk
21.	KINO	Kino Indonesia Tbk
22.	KLBF	Kalbe Farma Tbk
23.	MAIN	Malindo Feedmill Tbk
24.	MBTO	Martina Berto Tbk
25.	MERK	Merck Tbk
26.	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
27.	MRAT	Mustika Ratu Tbk
28.	MYOR	Mayora Indonesia Tbk
29.	PTSN	Sat Nusapersada Tbk
30.	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk
31.	SMBR	Semen Baturaja (Persero) Tbk
32.	SMCB	Semen Bangun Indonesia Tbk
33.	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk
34.	TFCO	Tifico Fiber Indonesia Tbk
35.	TIRT	Tirta Mahakam Resources Tbk
36.	ULTJ	Ultrajaya Milk Industri & Trading Company Tbk
37.	UNIC	Unggul Indah Cahaya Tbk
38.	UNVR	Unilever Indonesia Tbk
39.	VOKS	Voksel Electric Tbk

Sumber : Data Sekunder, diolah 2022

3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengamilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*.

Menurut Sugiyono (2017) teknik ini merupakan metode yang digunakan untuk menentukan sampel dengan menggunakan kriteria yang ditentukan oleh peneliti.

Kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020.
2. Perusahaan manufaktur yang mengikuti peringkat PROPER tahun 2017-2020.
3. Perusahaan yang menyajikan laporan tahunan yang lengkap sesuai dengan indikator penelitian selama tahun 2017-2020.

3.4. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan dan hasil peringkat PROPER. Menurut Sugiyono (2014) mendefinisikan data sekunder yaitu data yang dikumpulkan dengan cara tidak langsung dari sumber. Sumber data diperoleh dari seperti laporan tahunan perusahaan manufaktur tahun 2017-2020 dari www.idx.co.id, hasil peringkat PROPER diperoleh dari <http://proper.menlhk.go.id>, www.globalreporting.org, dan *website* resmi perusahaan yang termasuk dalam sampel.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian yaitu teknik dokumentasi yang dilakukan dengan mengumpulkan laporan tahunan (*annual report*) perusahaan, mengumpulkan hasil peringkat PROPER, dan data lainnya yang diperoleh dari artikel jurnal atau sumber yang terdapat pembahasan yang relevan dengan penelitian.

3.6. Variabel Penelitian

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel independen (Sugiyono, 2017). Variabel dependen dalam penelitian yaitu nilai perusahaan.

Variabel independen diartikan sebagai variabel bebas atau variabel yang mempengaruhi variabel dependen (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan yaitu kinerja lingkungan dan *corporate social responsibility* (CSR).

Variabel *intervening* atau variabel mediasi merupakan variabel yang terletak di antara variabel independen serta variabel dependen, sehingga dalam hal ini variabel independen secara tidak langsung mempengaruhi berubahnya variabel dependen melalui variabel dependen (Sugiyono, 2017). Reputasi perusahaan digunakan dalam penelitian sebagai variabel *intervening* (mediasi).

3.7. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.3
Definisi Variabel dan Pengukurannya

No.	Variabel	Definisi	Pengukuran
1.	Nilai Perusahaan (Y)	Indikator investor untuk melihat tingkat kemakmuran para pemegang saham pada perusahaan tersebut (Rosada & Idayati, 2017)	$Tobin's Q = \frac{MVE + D}{TA}$ (Khanifah et al., 2020) Keterangan : Tobin's Q = Nilai perusahaan MVE = Nilai pasar ekuitas (jumlah saham yang beredar x <i>closing price</i>) D = Nilai buku total hutang

		TA = Total aktiva perusahaan
2.	Kinerja Lingkungan(X1)	<p>Kinerja lingkungan merupakan tingkat perhatian perusahaan dan membuat pengelolaan lingkungan yang baik akibat dari kegiatan perusahaan setiap harinya (Harahap et al., 2018)</p> <p>Emas = 5. Hijau = 4. Biru = 3. Merah = 2. Hitam = 1 (Khanifah et al., 2020)</p>
3.	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) (X2)	<p>Informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan ataupun laporan keberlanjutan secara terpisah (Rahayu & Damayanthi, 2018)</p> $CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n}$ <p>(Damayanthi, 2019)</p> <p>Keterangan :</p> <p>CSRDI_j = <i>Corporate Social Responsibility Index</i> perusahaan</p> <p>$\sum X_{ij}$ = Jumlah pengungkapan perusahaan</p> <p>n = Item pengungkapan CSRDI</p>
4.	Reputasi Perusahaan (M)	<p>Reputasi perusahaan merupakan suatu representasi yang kolektif dari suatu tindakan dan prospek di masa dpan suatu perusahaan (Sholikhin & Lubis, 2019)</p> <p>Jumlah penghargaan yang diperoleh perusahaan selama satu periode (Khanifah et al., 2020).</p>

3.8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan regresi data panel. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan bantuan program Eviews 12 dengan pendekatan yang terdiri dari *Common Effect Model*, *Fixed Effect Model* Dan *Random Effect Model* . Penelitian ini di uji dengan beberapa uji statistik, yaitu sebagai berikut:

3.8.1. Pemilihan Estimasi Regresi Data Panel

1. *Common Effect Model* (CEM)

Common Effect Model yaitu salah satu pendekatan dalam menentukan model data panel yang paling sederhana karena terdiri dari gabungan antara data *time series* dan *cross section*. Model ini tidak ditekankan dimensi waktu ataupun individu, yang kemudian diasumsikan bahwa perilaku data perusahaan sama dalam berbagai kurun waktu. Metode ini dapat dipakai dalam pendekatan *Ordinary Least Square* (OLS) untuk memperkirakan model data panel (Ghozali & Ratmono, 2017).

2. *Fixed Effect Model*

Fixed Effects Model beranggapan perbedaan masing-masing individu dapat difasilitasi menurut perbedaan interseptiya. Untuk memperkirakan data panel *Fixed Effects Model* dapat memakai teknik variabel *dummy* untuk menemukan perbedaan intersep pada masing-masing perusahaan, perbedaan intersep dapat terjadi akibat perbedaan budaya kerja, manajerial, dan insentif. Oleh karena itu, model estimasi tersebut dikenal dengan teknik *Least Squares Dummy Variabel* (LSDV) (Ghozali & Ratmono, 2017).

3. *Random Effect Model*

Random Effect Model adalah metode yang akan mengestimasi data panel di mana variabel gangguan (residual) mungkin saling berhubungan antar waktu dan antar individu. Model ini berasumsi bahwa error term akan selalu ada dan mungkin berkorelasi sepanjang *time series* dan *cross section*. Pendekatan model ini menggunakan *Generalized Least Square* (Ghozali & Ratmono, 2017).

3.8.2. Uji Ketepatan Model Regresi Data Panel

Ghozali & Ratmono (2017), untuk memilih model regresi data panel yang terbaik bisa dengan melakukan beberapa tahapan pengujian, diantaranya yaitu sebagai berikut :

1. Uji *Chow*

Uji *chow* merupakan tes untuk memilih antara *Common Effect Model* (CEM), dan *Fixed Effect Model* (FEM). Uji ini digunakan untuk mengetahui perbandingan nilai probabilitas F dengan signifikan. Jika nilai probability $F < 0,05$ maka model yang terpilih adalah model FEM dibandingkan dengan CEM. Sebaliknya apabila nilai probability $F > 0,05$ maka model terpilih yaitu model CEM yang lebih baik daripada model FEM.

2. Uji *Hausman*

Uji *hausman* merupakan tes yang digunakan untuk memilih model yang paling tepat antara *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM). Uji ini digunakan untuk mengetahui perbandingan antara nilai probability chi-square dan signifikan. Jika nilai probabilitas *chi-square* $< 0,05$ maka model yang terpilih adalah model FEM dibandingkan dengan REM. Sebaliknya jika nilai

probabilitas $chi-square > 0,05$ maka model REM yang terpilih dibandingkan model FEM.

3. Uji *Lagrange Multiplier*

Uji *Lagrange Multiplier* (LM) merupakan tes yang dilakukan untuk mengetahui model mana yang paling tepat antara *Common Effect Model* (CEM), dan *Random Effect Model* (REM). Uji ini digunakan jika pada tahap uji chow yang terpilih *Common Effect Model* (CEM). Apabila $LM < chi-square$ maka yang digunakan adalah model CEM.

3.8.3. Statistik Deskriptif

Ghozali (2018) statistik deskriptif adalah statistik yang memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi). Statistik deskriptif mendeskripsikan data menjadi sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami. Hal-hal yang termasuk dalam statistik deskriptif antara lain yaitu penyajian data dalam bentuk tabel, grafik, diagram lingkaran, dan lain sebagainya. Penelitian ini menyajikan pengujian statistik deskriptif tentang *leverage*, ukuran perusahaan, profitabilitas, dewan komisaris independen, komite audit dan kualitas audit.

3.8.4. Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali & Ratmono (2017), untuk memilih model regresi data panel yang terbaik bisa dengan melakukan beberapa tahapan pengujian, diantaranya yaitu sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Penelitian ini menggunakan uji statistik dengan uji *Jarque-Bera* (JB Test). Normalitas dapat dilihat dari nilai probabilitas J-B. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai probabilitas J-B $> 0,05$ (Ghozali & Ratmono, 2017).

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen (Ghozali dan Ratmono, 2017). Gejala multikolinearitas dapat diketahui dari nilai koefisien korelasi. Apabila koefisien korelasi di antara masing-masing variabel bebas lebih dari 0,80 maka terdapat indikasi multikolinearitas (Ghozali & Ratmono, 2017).

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) dalam suatu model regresi linier. Jika terjadi korelasi, maka terdapat masalah autokorelasi. Cara untuk mendeteksi autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* (Ghozali & Ratmono, 2017).

Tabel 3.4
Kriteria Pengambilan Keputusan Uji *Durbin-Watson*

Hipotesis awal (H0)	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_L$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$d_L \leq d \leq d_U$

Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4 - d_L < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tidak ada keputusan	$4 - d_U \leq d \leq 4 - d_L$
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif	Tidak tolak	$d_U \leq d \leq 4 - d_U$

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu data pengamatan ke data pengamatan yang lain. Salah satu cara dalam mendeteksi problem heteroskedastisitas pada model regresi yaitu dengan menggunakan uji *Glejser*. Data dikatakan bebas dari masalah heteroskedastisitas apabila probabilitas $> 0,05$ (Ghozali & Ratmono, 2017).

3.8.5. Uji Ketepatan Model

3.3.1. Uji F

Pengujian ini pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen (Ghozali & Ratmono, 2017).

Terdapat ketentuan-ketentuan dalam uji F, sebagai berikut:

- a. Jika probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b. Jika probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.3.2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur besarnya pengaruh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki rentang nilai antara 0-1. Semakin besar nilai koefisien

determinasi (R^2), maka semakin baik. Hal tersebut bisa terjadi karena variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali & Ratmono, 2017).

3.8.6. Analisis Regresi Data Panel

Data panel merupakan jenis data yang dikumpulkan secara *cross section* dan *time series* yang diikuti pada periode waktu tertentu. Teknik data panel yang berupa penggabungan jenis data *cross section* dan *time series* (Ghozali & Ratmono, 2017). Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan dari hubungan antara 2 (dua) variabel atau lebih, serta menunjukkan arah dari hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Model persamaan data panel adalah gabungan dari data *cross section* dan data *time series* adalah sebagai berikut :

Model 1:

$$NP = a + \beta_1 KL + \beta_2 CSR + \beta_3 RP + e$$

Model 2:

$$RP = a + \beta_1 KL + \beta_2 CSR + e$$

Keterangan:

$\beta_1 - \beta_3$: koefisien regresi data panel

NP : nilai perusahaan

KL : kinerja lingkungan

CSR : *corporate social responsibility*

RP : reputasi perusahaan

e : eror/kesalahan

3.8.7. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan uji yang dilakukan sebagai alat dalam pengambilan keputusan menurut hasil analisis data. Uji statistik t yaitu uji yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh atas variabel sebagian independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji t dilakukan dengan pengujian hipotesa. Jika nilai signifikan $t > 0,05$ atau nilai $t\text{-hitung} < t\text{-table}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga variabel independen tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikan $t < 0,05$ atau nilai $t\text{-hitung} > t\text{-table}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga variabel independen tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali & Ratmono, 2017).

3.8.8. Uji Sobel Test

Sobel test adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan melalui suatu variabel mediasi secara signifikan, variabel tersebut diuji apakah mampu berperan sebagai mediator dalam hubungan tersebut. Dalam hubungan tersebut, metode uji *sobel test* menggunakan variabel M sebagai mediator hubungan dari A ke B. Hal ini digunakan untuk menguji seberapa besar peran variabel dalam memediasi pengaruh A terhadap B yang digunakan dengan uji *sobel test*. Aplikasi yang digunakan dalam mediasi ini adalah *calculator sobel test online*. Untuk mengetahui uji sobel test ini maka harus menggunakan:

- a. Jika nilai z (*sobel test statistics*) $> 1,96$ maka disimpulkan bahwa variabel tersebut berhasil memediasi.
- b. Jika z (*sobel test statistics*) $< 1,96$ maka disimpulkan bahwa variabel tersebut tidak berhasil memediasi (Bimo, 2017).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan reputasi perusahaan sebagai pemediasi pengaruh kinerja lingkungan dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Populasi pada penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2020 secara berturut-turut sehingga memperoleh total populasi sebanyak 151 perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu *purposive sampling* untuk menentukan sampel yang sesuai dengan kriteria peneliti. Dari populasi yang berjumlah 151 perusahaan, sampel yang dapat memenuhi kriteria peneliti hanya berjumlah 39 perusahaan dengan total data pada penelitian ini sebanyak 156.

Variabel yang digunakan penelitian ini yaitu nilai perusahaan sebagai variabel dependen, kinerja lingkungan dan *corporate social responsibility* sebagai variabel independen, serta reputasi perusahaan sebagai variabel mediasi. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu regresi data panel dibantu dengan program Eviews 12. Analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, pemilihan model regresi panel, uji asumsi klasik, uji ketepatan model regresi data panel, analisis regresi data panel, dan uji hipotesis terdiri dari uji T dan uji *sobel test*.

4.2. Pengujian dan Hasil Analisis Data

4.2.1. Estimasi Model Regresi Data Panel

Uji pemilihan model dilakukan untuk memilih model yang tepat di antara tiga model, yaitu *common effect*, *fixed effect*, dan *random effect* kemudian dilanjutkan dengan melakukan analisis regresi data panel.

1. Uji *Chow*

Penentuan model estimasi antara *Common Effect Model* (CEM) dan *Fixed Effect Model* (FEM) dalam membentuk regresi maka digunakan uji *Chow* dengan hasil uji sebagai berikut :

Tabel 4.1
Hasil Uji *Chow*

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	5.674945	(32,96)	0.0000
Cross-section Chi-square	140.161125	32	0.0000

Sumber: Output Eviews 12, 2022

Berdasarkan hasil dari uji *chow* pada tabel 4.1, diketahui nilai probabilitas adalah sebesar 0,0000. Karena nilai probabilitas $0,0000 < 0,05$ maka model estimasi yang digunakan adalah *fixed effect model* (FEM).

2. Uji *Hausman*

Penentuan model estimasi antara *Fixed Effect Model* (FEM) dan *Random Effect Model* (REM) dalam membentuk regresi maka digunakan uji *hausman* dengan hasil uji sebagai berikut :

Tabel 4.2
Hasil Uji *Hausman*

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	11.312077	3	0.0102

Sumber: Output Eviews 12, 2022

Berdasarkan hasil dari uji *hausman* pada tabel 4.2, diketahui nilai probabilitas sebesar 0,0102. Karena nilai probabilitas $0,0102 < 0,05$ maka model estimasi yang digunakan adalah *fixed effect model (FEM)*.

4.2.2. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif ialah suatu pengolahan data guna menjelaskan data dengan tabel yang terdiri dari nilai terendah (*minimum*), nilai tertinggi (*maximum*), nilai rata-rata (*mean*), dan nilai standar deviasi. Analisis statistik deskriptif menjelaskan mengenai variabel penelitian yaitu kinerja lingkungan, *corporate social responsibility*, reputasi perusahaan, dan nilai perusahaan.

Tabel 4.3
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	KL	CSR	RP	NP
Mean	3.022727	0.124126	7.515152	1.601547
Median	3.000000	0.098901	6.000000	1.043107
Maximum	4.000000	0.450549	24.000000	7.778475
Minimum	2.000000	0.032967	1.000000	0.284471
Std. Dev.	0.453416	0.087804	6.061372	1.261048
Skewness	0.095536	1.534190	0.797651	1.872565
Kurtosis	4.879250	4.875120	2.629681	7.349870
Jarque-Bera Probability	19.62449 0.000055	71.12067 0.000000	14.75170 0.000626	181.2105 0.000000

Sum	399.0000	16.38460	992.0000	211.4041
Sum Sq. Dev.	26.93182	1.009958	4812.970	208.3218
Observations	132	132	132	132

Sumber : Output Eviews 12, 2022

Berdasarkan tabel 4.3 dengan jumlah sampel penelitian ini sebanyak 132 sampel dari 33 perusahaan dengan 4 tahun pengamatan yaitu 2017-2020.

Interpretasi tabel di atas yaitu sebagai berikut :

1. Kinerja Lingkungan (X1)

Kinerja lingkungan merupakan tingkat perhatian perusahaan dan membuat pengelolaan lingkungan yang baik akibat dari kegiatan perusahaan setiap harinya. Berdasarkan tabel 4.3 nilai kinerja lingkungan yang terendah 2,000000 hal ini berarti bahwa PT Gajah Tunggal Tbk 2018, PT Sumi Indo Kabel Tbk 2017-2018, PT Indal Alumunium Industry Tbk 2019, PT Kino Indonesia 2019, PT Martina Beto Tbk 2017-2018, PT Mustika Ratu Tbk, PT Unggul Indah Cahaya Tbk 2019 memiliki nilai kinerja lingkungan yang rendah. Nilai tertinggi kinerja lingkungan sebesar 4,000000 artinya PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk 2017-2019, PT Indocement Tunggal Perkasa Tbk 2018-2019, PT Kalbe Farma Tbk 2018-2020, PT Semen Baturaja (Persero) Tbk 2018, PT Semen Bangun Indonesia Tbk 2017-2018 dan 2020, serta PT Semen Indonesia (Persero) Tbk 2017-2019 memiliki nilai kinerja lingkungan yang tinggi. Sedangkan nilai rata-rata pada kinerja lingkungan sebesar 3,022727 dan nilai standar deviasi sebesar 0,453416. Dalam hal ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata kinerja lingkungan lebih besar daripada nilai standar deviasi yang artinya data penelitian sudah bervariasi.

2. *Corporate Social Responsibility* (X2)

Corporate social responsibility merupakan informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan ataupun laporan keberlanjutan secara terpisah. Berdasarkan tabel 4.3 nilai *corporate social responsibility* yang terendah 0,032967 hal ini berarti bahwa PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk 2017, PT Gudang Daram Tbk 2017, dan PT Tifico Fiber Indonesia Tbk 2017-2018 memiliki nilai *corporate social responsibility* yang rendah. Nilai tertinggi *corporate social responsibility* sebesar 0,450549 artinya PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk memiliki nilai *corporate social responsibility* yang tinggi. Sedangkan nilai rata-rata pada *corporate social responsibility* sebesar 0,124126 dan nilai standar deviasi sebesar 0,087804. Dalam hal ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata *corporate social responsibility* lebih besar daripada nilai standar deviasi yang artinya data penelitian sudah bervariasi.

3. Reputasi Perusahaan (Z)

Reputasi perusahaan merupakan suatu representasi yang kolektif dari suatu tindakan dan prospek di masa depan suatu perusahaan. Berdasarkan tabel 4.3 nilai reputasi perusahaan yang terendah 1,000000 hal ini berarti bahwa PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk 2018-2020, PT Gudang Garam Tbk, PT Sumi Indo Kabel Tbk 2017-2018, PT Indo-Rama Synthetics Tbk 2018-2020, PT Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk 2020, PT Tifico Fiber Indonesia Tbk 2020, PT Tirta Mahakam Resources Tbl 2017-2019, PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company 2020, dan PT Unggul Indah Cahaya Tbk 2019 memiliki nilai reputasi perusahaan yang rendah. Nilai tertinggi reputasi perusahaan sebesar 24,0000 artinya PT Kalbe

Farma Tbk 2017 memiliki nilai reputasi perusahaan yang tinggi. Sedangkan nilai rata-rata pada reputasi perusahaan sebesar 7,515152 dan nilai standar deviasi sebesar 6,061372. Dalam hal ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata reputasi perusahaan lebih besar daripada nilai standar deviasi yang artinya data penelitian sudah bervariasi.

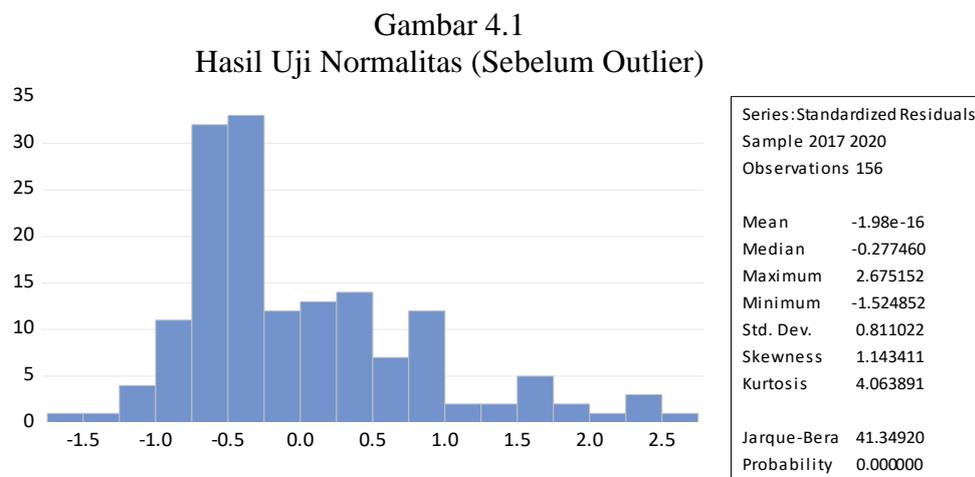
4. Nilai Perusahaan (Y)

Nilai perusahaan merupakan indikator investor untuk melihat tingkat kemakmuran para pemegang saham pada perusahaan. Berdasarkan tabel 4.3 terendah variabel nilai perusahaan 0,284471 hal ini berarti bahwa PT Satnusa Persada Tbk 2017 memiliki nilai yang terendah. Nilai tertinggi variabel nilai perusahaan sebesar 7,778475 artinya PT Semen Indonesia (Persero) Tbk 2017 memiliki nilai yang tertinggi. Sedangkan nilai rata-rata pada variabel nilai perusahaan sebesar 1,601547 dan nilai standar deviasi sebesar 1,261048. Dalam hal ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel nilai perusahaan lebih besar daripada nilai standar deviasi yang artinya data penelitian sudah bervariasi.

4.2.3. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

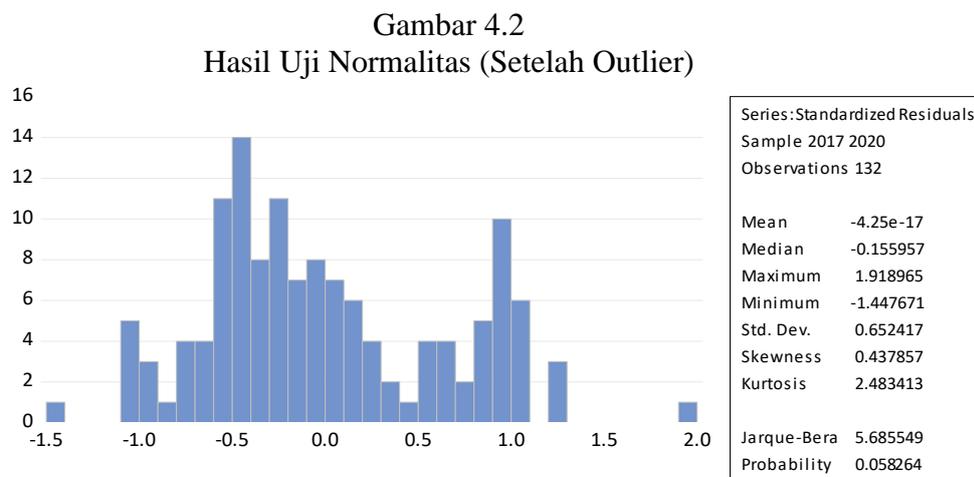
Uji normalitas terhadap residual dalam penelitian ini menggunakan uji *Jarque-Bera* (JB Test) dengan tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Data dapat dikatakan terdistribusi normal apabila nilai probabilitas hasil uji normalitas lebih dari tingkat signifikan yaitu 0,05.



Sumber: Output Eviews 12, 2022

Berdasarkan gambar 4.1 menunjukkan hasil uji normalitas memperoleh nilai probabilitas sebesar $0,000000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini tidak terdistribusi dengan normal. Oleh karena itu, peneliti melakukan outlier untuk menormalkan data. Perusahaan yang di outlier dalam penelitian ini sejumlah 6 perusahaan. Menurut Yaziz et al. (2019) outlier merupakan suatu pengamatan yang tidak mengikuti sebagian besar pola dan terletak jauh dari pusat data. Deteksi outlier ini menggunakan *box plot* merupakan salah satu cara dalam statistik deskriptif untuk menggambarkan secara data numeris melalui 5 ukuran yaitu :

1. Nilai pengamatan terkecil
2. Kuartil terendah atau pertama yang memotong 25% dari data terendah.
3. Median atau nilai tengah.
4. Kuartil tertinggi atau ketiga yang memotong 25% dari data tertinggi.
5. Nilai observasi terbesar.



Sumber: Output Eviews 12, 2022

Berdasarkan gambar 4.2 hasil uji normalitas menunjukkan bahwa pengujian dengan *Jarque-Bera* diperoleh nilai probabilitas sebesar $0,058264 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas dilihat dari nilai hubungan antarvariabel yang ada dalam matriks korelasi. Menurut Winarno (2017) apabila antar variabel independen terdapat korelasi diatas 0,8 maka terindikasi terjadinya multikolinearitas. Namun, pada model regresi seharusnya tidak terjadi multikolinearitas karena menyebabkan hasil riset menjadi bias, terutama dalam pengambilan keputusan pengaruh antar variabel. Penelitian ini menggunakan variabel mediasi adanya interaksi antara variabel independen dengan variabel mediasi jika hasil tersebut memiliki interaksi maka hasil penelitian tidak menjadi bias. Berikut ini merupakan hasil uji multikolinearitas :

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinearitas

	KL	CSR	RP
KL	1.000000	0.270826	0.073813
CSR	0.270826	1.000000	0.018682
RP	0.073813	0.018682	1.000000

Sumber: Output Eviews 12, 2022

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa variabel independen tidak terjadi multikolinearitas. Dikarenakan bahwa hasil uji multikolinearitas nilai korelasi antar variabel independen kurang dari 0,8.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah terdapat korelasi kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) dalam suatu model regresi linear. Jika terjadi korelasi, maka terdapat masalah autokorelasi. Cara mendeteksi autokorelasi dapat dilakukan dengan menguji *Durbin-Watson*.

Tabel 4.5
Hasil Uji Autokorelasi

Root MSE	8.600989	R-squared	0.677990
Mean dependent var	10.49242	Adjusted R-squared	0.565120
S.D. dependent var	15.21475	S.E. of regression	10.03343
Akaike info criterion	7.671934	Sum squared resid	9764.966
Schwarz criterion	8.436314	Log likelihood	-471.3477
Hannan-Quinn criter.	7.982543	F-statistic	6.006836
Durbin-Watson stat	1.649182	Prob(F-statistic)	0.000000

Sumber: Outpur Eviews 12, 2022

Berdasarkan tabel 4.6, diketahui bahwa nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,649182. Nilai dU sebesar 1,5770 dan nilai 4-dU sebesar 2,4230. Dapat dilihat

dari nilai statistik *Durbin-Watson* terletak di antara 1 dan 3 yaitu $1,5770 < 1,649182 < 2,4230$, maka model ini tidak terjadi masalah autokorelasi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian menggunakan uji *glejser*, dengan membandingkan nilai probabilitas (0,05). Tabel di bawah ini merupakan hasil uji heteroskedastisitas :

Tabel 4.6
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.715386	4.212782	-0.169813	0.8655
KL	1.160219	1.224048	0.947854	0.3456
CSR	-0.741398	6.740972	-0.109984	0.9127
NP	0.151844	0.394008	0.385382	0.7008
RP	-0.005491	0.045333	-0.121122	0.9039

Sumber: Output Eviews 12, 2022

Berdasarkan tabel 4.5, dapat disimpulkan bahwa nilai probabilitas masing-masing variabel $> 0,005$. Maka variabel tersebut tidak mengalami heteroskedastisitas.

4.2.4. Uji Ketepatan Model

1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk menguji apakah pengaruh variabel independen secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Berikut hasil dari pengujian uji F yaitu:

Tabel 4.7
Hasil Uji F (Model 1)

Root MSE	0.989273	R-squared	0.832735
Mean dependent var	2.189752	Adjusted R-squared	0.771754
S.D. dependent var	2.428094	S.E. of regression	1.160025
Akaike info criterion	3.361762	Sum squared resid	129.1832
Schwarz criterion	4.147980	Log likelihood	-185.8763
Hannan-Quinn criter.	3.681245	F-statistic	13.65546
Durbin-Watson stat	1.506082	Prob(F-statistic)	0.000000

Sumber: Output Eviews 12, 2022

Berdasarkan tabel 4.7, diketahui bahwa nilai probabilitas pada penelitian ini sebesar $0,000000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa kinerja lingkungan, *corporate social responsibility*, dan reputasi perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 4.8
Hasil Uji F (Model 2)

Root MSE	8.600989	R-squared	0.677990
Mean dependent var	10.49242	Adjusted R-squared	0.565120
S.D. dependent var	15.21475	S.E. of regression	10.03343
Akaike info criterion	7.671934	Sum squared resid	9764.966
Schwarz criterion	8.436314	Log likelihood	-471.3477
Hannan-Quinn criter.	7.982543	F-statistic	6.006836
Durbin-Watson stat	1.649182	Prob(F-statistic)	0.000000

Sumber: Output Eviews 12, 2022

Berdasarkan tabel 4.8, diketahui bahwa nilai probabilitas pada penelitian ini sebesar $0,000000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa kinerja lingkungan dan *corporate social responsibility* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan.

2. Uji Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi dilakukan karena terdapat lebih dari satu variabel independen dapat dilihat dari *Adjusted R-Squared*. Di bawah ini merupakan hasil dari uji koefisien determinasi :

Tabel 4.9
Hasil Uji Koefisien Determinasi (Model 1)

Root MSE	0.989273	R-squared	0.832735
Mean dependent var	2.189752	Adjusted R-squared	0.771754
S.D. dependent var	2.428094	S.E. of regression	1.160025
Akaike info criterion	3.361762	Sum squared resid	129.1832
Schwarz criterion	4.147980	Log likelihood	-185.8763
Hannan-Quinn criter.	3.681245	F-statistic	13.65546
Durbin-Watson stat	1.506082	Prob(F-statistic)	0.000000

Sumber: Output Eviews 12, 2022

Berdasarkan tabel 4.9, diketahui bahwa nilai *Adjusted R-Squared* untuk nilai perusahaan sebesar $R^2 = 0,771754$. Nilai tersebut dapat diartikan kinerja lingkungan, *corporate social responsibility*, dan reputasi perusahaan secara simultan mempengaruhi nilai perusahaan sebesar 77,17%, sisanya sebesar 22,83% dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi (Model 2)

Root MSE	8.600989	R-squared	0.677990
Mean dependent var	10.49242	Adjusted R-squared	0.565120
S.D. dependent var	15.21475	S.E. of regression	10.03343
Akaike info criterion	7.671934	Sum squared resid	9764.966
Schwarz criterion	8.436314	Log likelihood	-471.3477
Hannan-Quinn criter.	7.982543	F-statistic	6.006836
Durbin-Watson stat	1.649182	Prob(F-statistic)	0.000000

Sumber: Output Eviews 12, 2022

Berdasarkan tabel 4.10, diketahui bahwa nilai *Adjusted R-Squared* untuk reputasi perusahaan sebesar $R^2 = 0,565120$. Nilai tersebut dapat diartikan kinerja lingkungan dan *corporate social responsibility* secara simultan mempengaruhi reputasi perusahaan sebesar 56,51%, sisanya sebesar 43,49% dipengaruhi oleh faktor lain.

4.2.5. Analisis Hasil Uji Regresi Data Panel

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui persamaan yang telah diestimasi. Berikut ini merupakan hasil uji regresi data panel pada penelitian ini :

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Data Panel (Model 1)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.057252	1.045698	2.923648	0.0043
KL	-0.016242	0.317067	-0.051226	0.9593
CSR	-5.580766	1.650640	-3.380972	0.0010
RP	0.002916	0.011739	0.248398	0.8044

Sumber: Output Eviews 12, 2022

Berdasarkan pada tabel pengujian di atas, maka dapat dirumuskan model regresi sebagai berikut :

$$NP = 3,057252 - 0,016242KL - 5,580766CSR + 0,002916RP + 0,167265$$

Analisis dari regresi data panel adalah sebagai berikut :

1. Nilai konstan sebesar 3,057252 yang menunjukkan bahwa kinerja lingkungan, *corporate social responsibility*, dan reputasi perusahaan bernilai konstan atau tetap maka tingkat nilai perusahaan bernilai 3,057252 satuan.

2. Variabel kinerja lingkungan memiliki nilai koefisien sebesar -0,016242, artinya jika variabel kinerja lingkungan mengalami peningkatan satu satuan, maka terjadi penurunan pada nilai perusahaan sebesar 0,016242 satuan.
3. Variabel *corporate social responsibility* memiliki nilai koefisien sebesar -5,580766, artinya jika variabel *corporate social responsibility* mengalami peningkatan satu satuan, maka dapat menurunkan nilai perusahaan sebesar 5,580766 satuan.
4. Variabel reputasi perusahaan memiliki nilai koefisien sebesar 0,002916, artinya jika variabel reputasi perusahaan mengalami peningkatan satu satuan, maka dapat meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,002916 satuan.

Tabel 4.12

Hasil Uji Regresi Data Panel (Model 2)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	11.17601	8.973111	1.245500	0.2159
KL	-0.661634	2.741594	-0.241332	0.8098
CSR	8.961064	14.24789	0.628940	0.5309

Sumber: Output Eviews 12, 2022

Berdasarkan pada tabel pengujian di atas, maka dapat dirumuskan model regresi sebagai berikut :

$$RP = 11,17601 - 0,661634KL + 8,961064CSR + 0,32201$$

Analisis dari regresi data panel adalah sebagai berikut :

1. Nilai konstan sebesar 11,17601 yang menunjukkan bahwa kinerja lingkungan dan *corporate social responsibility* bernilai konstan atau tetap maka tingkat reputasi perusahaan bernilai 11,17601 satuan.

2. Variabel kinerja lingkungan memiliki nilai koefisien sebesar -0,661634, artinya jika variabel kinerja lingkungan mengalami peningkatan satu satuan, maka terjadi penurunan pada reputasi perusahaan sebesar 0,661634satuan.
3. Variabel *corporate social responsibility* memiliki nilai koefisien sebesar 8,961064, artinya jika variabel *corporate social responsibility* mengalami peningkatan satu satuan, maka dapat meningkatkan reputasi perusahaan sebesar 8,961064 satuan.

4.2.6. Uji Hipotesis

Uji T adalah suatu pengujian untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Tabel berikut ini merupakan hasil pengujian secara parsial yaitu :

Tabel 4.13
Hasil Uji T (Model 1)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.057252	1.045698	2.923648	0.0043
KL	-0.016242	0.317067	-0.051226	0.9593
CSR	-5.580766	1.650640	-3.380972	0.0010
RP	0.002916	0.011739	0.248398	0.8044

Sumber: Output Eviews 12, 2022

Berdasarkan tabel 4.13, dapat diketahui mengenai pengaruh variabel independen terhadap nilai perusahaan yaitu sebagai berikut :

- a. Variabel kinerja lingkungan memiliki nilai koefisien sebesar -0,016242 dan memiliki nilai probabilitas sebesar $0,9593 > 0,05$, sehingga kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan atau hipotesis ditolak.

- b. Variabel *corporate social responsibility* memiliki nilai koefisien sebesar -5,580766 dan memiliki nilai probabilitas $0,0010 < 0,05$, sehingga *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan atau hipotesis ditolak.
- c. Variabel reputasi perusahaan memiliki nilai koefisien sebesar 0,002916 dan memiliki nilai probabilitas $0,8044 > 0,05$, sehingga reputasi perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan atau hipotesis ditolak.

Tabel 4.14
Hasil Uji T (Model 2)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	11.17601	8.973111	1.245500	0.2159
KL	-0.661634	2.741594	-0.241332	0.8098
CSR	8.961064	14.24789	0.628940	0.5309

Sumber: Output Eviews 12, 2022

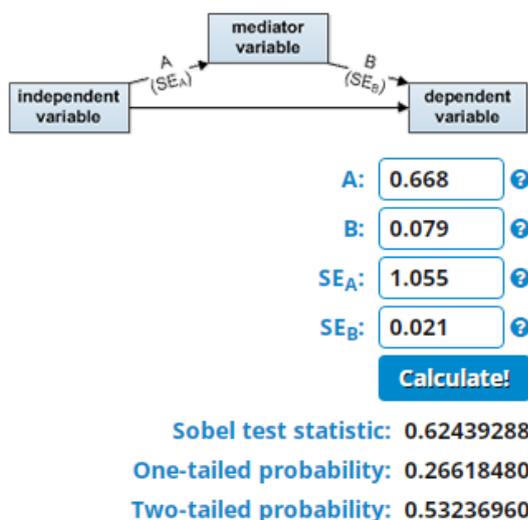
Berdasarkan tabel 4.14, dapat diketahui mengenai pengaruh variabel independen terhadap reputasi perusahaan yaitu sebagai berikut :

- a. Variabel kinerja lingkungan memiliki nilai koefisien sebesar -0,661634 dan memiliki nilai probabilitas sebesar $0,8098 > 0,05$, sehingga kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan atau hipotesis ditolak.
- b. Variabel *corporate social responsibility* memiliki nilai koefisien sebesar -8,961064 dan memiliki nilai probabilitas $0,5309 < 0,05$, sehingga *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan atau hipotesis ditolak.

4.2.7. Uji Sobel Test

Sobel test merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan melalui suatu variabel ediasi secara signifikan. Variabel tersebut diuji apakah mampu berperan sebagai mediator dalam hubungan tersebut. Apakah nilai z (*sobel test statistic*) $> 1,96$ maka hipotesis yang diusulkan adalah reputasi perusahaan berhasil memediasi. Namun, apabila nilai z (*sobel test statistic*) $< 1,96$ maka hipotesis yang diusulkan adalah reputasi perusahaan tidak berhasil memediasi. Berikut ini merupakan uji sobel test yaitu :

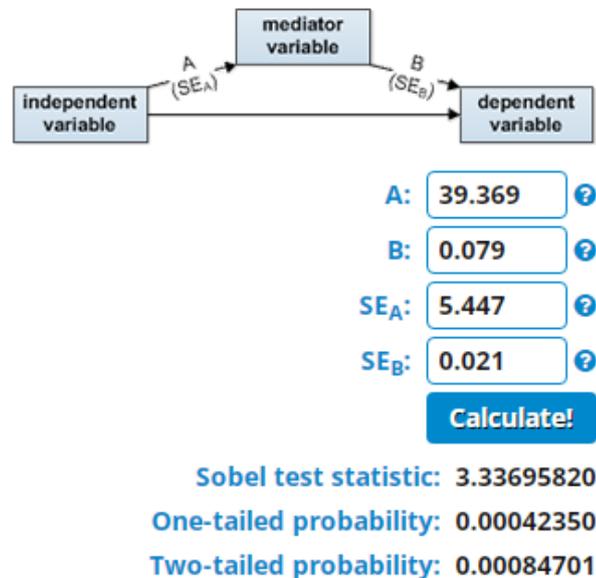
Gambar 4.3
Hasil Uji *Sobel Test* (X1)



Sumber: Output *Calculator Sobel Test Online*, 2022

Berdasarkan hasil gambar 4.3, menunjukkan bahwa nilai *sobel test statistic* adalah sebesar 0,62439288 yang menunjukkan bahwa $0,62439288 < 1,96$. Maka dapat disimpulkan bahwa reputasi perusahaan tidak memediasi kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Hasil uji *sobel test* pada penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis ditolak atau tidak terdukung.

Gambar 4.4
Hasil Uji *Sobel Test* (X2)



Sumber: Output *Calculator Sobel Test Online*, 2022

Berdasarkan hasil gambar 4.4, menunjukkan bahwa nilai *sobel test statistic* adalah sebesar 3,33695820 yang menunjukkan bahwa $3,33695820 > 1,96$. Maka dapat disimpulkan bahwa reputasi perusahaan memediasi *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hasil uji *sobel test* pada penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima atau terdukung.

4.3. Pembahasan Hasil Analisis Data

4.3.1. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Reputasi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian dari pengujian dapat diketahui bahwa nilai koefisien variabel kinerja lingkungan sebesar -0,661634 dan tingkat nilai probabilitas sebesar 0,8098, artinya bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa

Efek Indonesia periode 2017-2020. Dapat diartikan bahwa hipotesis pertama ditolak.

Variabel kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan dapat diamati dalam tabulasi data yaitu pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk tahun 2017 memiliki kinerja lingkungan senilai 4 dan memiliki reputasi perusahaan sebanyak 15 sedangkan pada PT Kino Indonesia Tbk tahun 2018 memiliki kinerja lingkungan senilai 2 dan memiliki reputasi perusahaan sebanyak 18. Selain itu, dapat dilihat pada PT Indo-Rama Synthetics Tbk tahun 2018 memiliki nilai kinerja lingkungan 3 dan memiliki reputasi perusahaan sebanyak 1 sedangkan PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk tahun 2020 memiliki kinerja lingkungan senilai 3 dan memiliki reputasi perusahaan sebanyak 22. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan kinerja lingkungan dengan baik maupun buruk tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

Menurut Daddi et al. (2018) menyatakan bahwa kinerja lingkungan sangat sulit dikomunikasikan yang melibatkan teknis, tidak selalu terukur atau nyata oleh pemangku kepentingan, yang mungkin tidak dapat menghargainya, dan dipengaruhi oleh ketidakpastian atau diperdebatkan oleh media. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Daddi et al. (2018) di mana penelitiannya menunjukkan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

4.3.2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Reputasi Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan nilai koefisien pada hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap reputasi perusahaan sebesar 8,961064. Sedangkan untuk nilai *p-value* pada penelitian ini sebesar 0,5309, yang artinya bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Dapat diartikan bahwa hipotesis kedua ditolak.

Variabel CSR tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan dapat diamati dalam tabulasi data pada penelitian ini yaitu pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk tahun 2020 nilai CSR sebesar 0,450549 dan memiliki reputasi perusahaan sebanyak 22 sedangkan pada PT Kalbe Farma Tbk tahun 2017 nilai CSR sebesar 0,208791 dan memiliki reputasi perusahaan sebanyak 24. Selain itu, dapat dilihat pada PT Asahimas Flat Glass Tbk tahun 2020 memiliki nilai CSR sebesar 0,054945 dan memiliki reputasi perusahaan sebanyak 9 sedangkan PT Campina Ice Cream Industry Tbk tahun 2017 memiliki nilai CSR sebesar 0,054945 dan memiliki reputasi perusahaan sebanyak 10. Hal ini menunjukkan bahwa suatu entitas yang mengungkapkan tanggungjawab sosial perusahaannya pada laporan tahunannya dengan baik maupun tidak, hal tersebut tidak akan berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

Menurut Wicaksono & Subekti (2019) menyatakan bahwa tidak hanya dengan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya untuk membuat reputasi suatu perusahaan menjadi meningkat. Sehingga dalam meningkatkan reputasi dapat dilakukan dengan cara lain. Karena dengan semakin baik dan semakin lengkap

perusahaan dalam mengungkapkan CSR-nya, ternyata masih belum bisa memberikan kesan baik dari pemangku kepentingan dan belum bisa membuat reputasi perusahaan semakin meningkat.

Berdasarkan hasil tersebut, maka penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Aldama et al. (2021), Priyadi et al. (2020), dan Wicaksono & Subekti (2019) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

4.3.3. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian dari pengujian dapat diketahui bahwa nilai koefisien variabel kinerja lingkungan sebesar $-0,016242$ dan tingkat nilai probabilitas sebesar $0,9593$, artinya bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020. Dapat diartikan bahwa hipotesis ketiga ditolak. Variabel kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dapat diamati dalam tabulasi data penelitian ini yaitu pada PT Kalbe Farma Tbk tahun 2019 kinerja lingkungannya senilai 4 dan memiliki nilai perusahaan sebesar $3,922917$ sedangkan pada PT Martina Beto Tbk tahun 2017 nilai kinerja lingkungannya 2 dan memiliki nilai perusahaan sebesar $4,898001$. Selain itu, dapat dilihat pada PT Kimia Farma (Persero) Tbk tahun 2019 memiliki nilai kinerja lingkungan 3 dan memiliki nilai perusahaan sebesar $0,974368$ sedangkan PT Semen Baturaja (Persero) Tbk 2017 memiliki nilai kinerja lingkungan 3 dan memiliki nilai perusahaan sebesar $7,778475$. Hal ini menunjukkan bahwa suatu

perusahaan walaupun telah melakukan kinerja lingkungan dengan baik maupun buruk maka tidak akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan yang melakukan telah pengelolaan lingkungan yang baik, belum bisa membuat investor tambah percaya untuk terus melakukan investasi pada perusahaan. Tidak semua investor fokus pada kinerja lingkungan dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi. Hal tersebut bisa juga dikarenakan oleh perilaku yang hanya untuk menguntungkan diri investor sendiri dengan melihat bidang ekonominya saja, sehingga penjelasan penting tentang kinerja lingkungan tidak diperhatikan oleh investor (Pramitha & Sudana, 2021).

Menurut Retno & Wahidahwati (2017) menyatakan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan perusahaan harus mengeluarkan biaya lebih untuk dapat memenuhi aspek ketaatan yang sudah ditetapkan PROPER. Adanya biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk meningkatkan kinerja lingkungan yang cukup besar sehingga menambah biaya yang tidak sedikit pada kinerja finansial perusahaan yang dapat mengakibatkan profitabilitas menjadi turun sehingga tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Retno & Wahidahwati (2017), Arlita (2019), Hapsoro & Adyaksana (2020), Kristi & Yanto (2020), dan Pramitha & Sudana (2021), di mana hasilnya menunjukkan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.3.4. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian dari pengujian dapat diketahui bahwa nilai koefisien variabel *corporate social responsibility* sebesar -5,580766 dan tingkat

nilai probabilitas sebesar 0,0010, artinya bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020. Dapat diartikan bahwa hipotesis keempat ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwa apabila perusahaan tidak mengungkapkan tanggungjawab sosialnya pada laporan tahunan dengan baik maka akan meningkatkan nilai perusahaan, begitu sebaliknya.

Variabel *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dapat diamati dalam tabulasi data penelitian ini yaitu pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk tahun 2020 nilai CSR sebesar 0,450549 dan memiliki nilai perusahaan sebesar 1,222238 sedangkan pada PT Kimia Farma (Persero) Tbk tahun 2017 nilai CSR sebesar 0,153846 dan memiliki nilai perusahaan sebesar 3,037890. Selain itu, dapat dilihat pada PT Semen Indonesia (Persero) Tbk tahun 2020 memiliki nilai CSR sebesar 0,395604 dan memiliki nilai perusahaan sebesar 1,464893 sedangkan PT Ultrajaya Milk Industri & Trading Company Tbk tahun 2020 memiliki nilai CSR sebesar 0,054945 dan memiliki nilai perusahaan sebesar 2,354259. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak perusahaan mengungkapkan CSR maka akan menurunkan nilai perusahaan dan sebaliknya. Hal ini terjadi karena perusahaan belum dapat menyampaikan pengungkapan CSR secara tepat kepada investor sehingga investor juga belum menangkap sebagai sesuatu yang penting.

Perusahaan yang telah mengungkapkan CSR dan mendapatkan legitimasi dari masyarakat hal tersebut belum bisa membuat nilai perusahaan menjadi meningkat, begitu sebaliknya. Ketika perusahaan melakukan aktifitas CSR dan

mengungkapkan CSR hal ini berarti bahwa perusahaan harus mengeluarkan biaya lebih, sehingga dalam jangka pendek investor menganggapnya rugi (Sabatini & Sudana, 2019). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Afifah et al. (2021), Alvionita et al. (2021), Ramona (2017), dan Sabatini & Sudana (2019) di mana dalam penelitiannya menyebutkan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

4.3.5. Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian dari pengujian dapat diketahui bahwa nilai koefisien variabel reputasi perusahaan sebesar 0,002916 dan tingkat nilai probabilitas sebesar 0,8044, artinya bahwa reputasi perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020. Dapat diartikan bahwa hipotesis kelima ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang memiliki reputasi perusahaan dengan memiliki penghargaan yang banyak tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Variabel reputasi perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dapat diamati dalam tabulasi data penelitian ini yaitu pada PT Mayora Indah Tbk Tbk tahun 2019 memiliki nilai reputasi perusahaan sebanyak 9 dan memiliki nilai perusahaan sebesar 2,887569 sedangkan pada PT Gudang Garam Tbk tahun 2018 nilai reputasi perusahaan sebanyak 1 dan memiliki nilai perusahaan sebesar 2,953906. Selain itu, dapat dilihat pada PT Gajah Tunggal Tbk tahun 2019 nilai reputasi perusahaan sebanyak 15 dan memiliki nilai perusahaan sebesar 0,777418 sedangkan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk tahun 2017 nilai reputasi

perusahaan sebanyak 15 dan memiliki nilai perusahaan sebesar 3,639720. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki reputasi perusahaan yang tinggi maupun rendah tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena reputasi perusahaan yang telah dibangun oleh perusahaan akan berdampak positif bagi pemangku kepentingan dalam menyikapi harga saham perusahaan, namun tidak berpengaruh besar terhadap nilai perusahaan yang diprosikan melalui harga saham yang ditawarkan. Selain membangun reputasi, diperlukan mekanisme lain untuk mendukung pembentukan nilai perusahaan (Daromes & Gunawan, 2020). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Daromes & Gunawan (2020), di mana penelitiannya menunjukkan bahwa reputasi perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.3.6. Reputasi Perusahaan Memediasi Hubungan antara Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian dari pengujian di atas diketahui bahwa nilai *sobel test statistics* kinerja lingkungan sebesar $0,62439288 < 1,96$. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi perusahaan tidak dapat memediasi kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan, yang berarti bahwa hipotesis keenam ditolak.

Variabel reputasi perusahaan tidak dapat memediasi kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan dapat diamati dalam tabulasi data penelitian ini yaitu pada PT Indocement Tunggul Perkasa tahun 2018 kinerja lingkungannya senilai 4,

reputasi perusahaan sebanyak 18, dan memiliki nilai perusahaan sebesar 2,608472 sedangkan pada PT Kalbe Farma tahun 2020 kinerja lingkungannya senilai 4, nilai reputasi perusahaan sebanyak 18, dan memiliki nilai perusahaan sebesar 3,264457. Selain itu, dapat dilihat pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk tahun 2018 kinerja lingkungannya mendapatkan nilai 4, nilai reputasi perusahaan sebanyak 15 dan memiliki nilai perusahaan sebesar 3,639720 sedangkan PT Semen Bangun Indonesia Tbk tahun 2017 kinerja lingkungannya mendapatkan nilai 4, nilai reputasi perusahaan sebanyak 13, dan memiliki nilai perusahaan sebesar 0,953852. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun perusahaan telah melakukan kinerja lingkungannya dengan baik sehingga memperoleh peringkat 4, perusahaan masih mengalami fluktuatif pada jumlah penghargaannya dan nilai perusahaan. Banyaknya penghargaan yang diperoleh perusahaan dari berbagai pihak berdampak pada meningkatnya kepercayaan pemangku kepentingan terhadap perusahaan dan akan mempengaruhi tinggi rendahnya nilai suatu perusahaan. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khanifah et al. (2020), di mana dalam penelitiannya menjelaskan bahwa reputasi perusahaan dapat memediasi kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.

4.3.7. Reputasi Perusahaan Memediasi Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian dari pengujian di atas diketahui bahwa nilai *sobel test statistics* kinerja lingkungan sebesar $3,33695820 > 1,96$. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi perusahaan dapat memediasi kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan, yang berarti bahwa hipotesis ketujuh diterima.

Menurut Bella & Suaryana (2017) perusahaan yang mengungkapkan informasi-informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab sosialnya maka akan meningkatkan citra perusahaan dan juga berdampak pada nilai perusahaan. Sesuai dengan teori *stakeholder*, di mana pemangku kepentingan akan memberikan dukungan dan memberikan kesan positif kepada perusahaan yang mengungkapkan CSR-nya pada laporan tahunannya. Dengan begitu perusahaan akan mendapatkan citra yang baik di mata pemangku kepentingan dan akan membuat investor lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan. Minat investor yang meningkat, maka akan membuat harga saham perusahaan tersebut juga akan turut meningkat (Humanitisri & Ghozali, 2018). Meningkatkan harga saham perusahaan, maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Afifah et al. (2021), di mana dalam penelitiannya menyatakan bahwa reputasi perusahaan tidak dapat memediasi CSR terhadap nilai perusahaan.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan reputasi sebagai pemediasi pengaruh kinerja lingkungan dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Tobin's Q digunakan pada penelitian ini sebagai proksi pada variabel nilai perusahaan. Penelitian ini dilakukan di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020. Total sampel yang diperoleh sebanyak 33 perusahaan dengan 4 tahun periode, sehingga memperoleh 132 data yang diolah pada penelitian ini. Teknik analisis yang digunakan yaitu regresi data panel dan uji *sobel* yang dibantu dengan menggunakan aplikasi Eviews 12. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan mengikuti PROPER 2017-2020.
2. Variabel *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan mengikuti PROPER 2017-2020.
3. Variabel kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan mengikuti PROPER 2017-2020.

4. Variabel *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan mengikuti PROPER 2017-2020.
5. Variabel reputasi perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan mengikuti PROPER 2017-2020.
6. Variabel reputasi perusahaan tidak memediasi kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan mengikuti PROPER 2017-2020.
7. Variabel reputasi perusahaan dapat memediasi *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan mengikuti PROPER 2017-2020.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian pasti ini memiliki keterbatasan walaupun sudah dilakukan dengan sesuai prosedur yang ada. Maka adapun keterbatasan pada penelitian yaitu masih minimnya penelitian yang menggunakan reputasi perusahaan sebagai variabel mediasi dalam penelitian yang berkaitan.

5.3. Saran-Saran

Bedasarkan uraian hasil penelitian yang telah dilakukan dan keterbatasan yang ada, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dilakukan yaitu sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Diharapkan perusahaan mampu mempertahankan nilai perusahaan dan meminimalisir adanya faktor yang dapat menjatuhkan nilai perusahaan tersebut. Dapat dilakukan dengan lebih memperhatikan kinerja lingkungan dan *corporate social responsibility* yang nantinya pasti akan meningkatkan nilai perusahaan dan reputasi perusahaan.

2. Bagi investor

Diharapkan para investor juga melihat faktor kinerja lingkungan, tanggungjawab sosial perusahaan, dan reputasi perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi. Karena dengan melihat faktor tersebut merupakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya untuk mengubah indikator pengukuran kinerja lingkungan dengan pengukuran lain misalnya menggunakan ISO 14001. Mengubah populasi atau menambah periode penelitian agar memperoleh hasil yang lebih akurat. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat menambah variabel independen seperti struktur kepemilikan dan beberapa faktor keuangan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., Astuti, S. W. W., & Irawan, D. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Reputasi Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 346–364. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4644>
- Aini, N., & Faisal, N. T. (2021). The Effect Of Environmental Performance On Firm Value Using Financial Performance As Mediator Variable. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 4(3), 390–395.
- Aisanafi, Y., & Hernindita, D. (2022). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Gender Diversity sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Siber*, 1(3), 723–738.
- Akbar, F., & Fahmi, I. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Likuiditas terhadap Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(1), 62–81. <https://doi.org/10.46821/ekobis.v1i1.1>
- Aldama, R. A., Herwiyanti, A., & Srejekki, K. (2021). Peran Mediasi Reputasi pada Hubungan Pengungkapan CSR terhadap Profitabilitas Bank di ASEAN dari Perspektif Green Banking. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 23(1), 49–64. <https://doi.org/10.34208/jba.v23i1.775>
- Alvionita, C., Semmaila, B., & Nur, A. N. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kinerja Lingkungan dan Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan BUMN yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 4(1), 15.
- Andayani, W. (2021). Disclosure of Corporate Social Responsibility, Company Performance, and Corporate Reputation as the Mediating Role: Indonesian Context. *Journal of Accounting and Investment*, 22(3), 581–601. <https://doi.org/10.18196/jai.v22i3.12190>
- Ani, D. A. (2021). The Effect of Environmental Performance On The Value of The Company With Financial Performance as an Intervening Variable. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 16–29. <http://jurnal.unw.ac.id:1254/index.php/jibaku%0AThe>
- Anjani, N., & Astika, I. B. P. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan dengan Likuiditas Perusahaan sebagai Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 24(2), 899–928. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v24.i02.p04>
- Anto, L. O. (2021). Profitability, Firm Size, Corporate Social Responsibility Disclosure, and Firm Value. *Archives of Business Research*, 9(9), 76–96.

<https://doi.org/10.14738/abr.99.10902>

- Arlita, I. G. A. D. (2019). The Effect of Environmental Performance on Firm Value with Good Corporate Governance as a Moderator. *The International Journal of Business & Management*, 7(8), 170–175. <https://doi.org/10.24940/theijbm/2019/v7/i8/bm1908-042>
- Asrizon, R., Asmeri, R., & Ardiany, Y. (2021). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Pengungkapan Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan. *Pareso Jurnal*, 3(2), 227–246.
- Astuti, T. N., Mursalim, M., & Kalsum, U. (2020). Intervening Profitabilitas : Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(4), 607–618.
- Bareksa. (2018). *IHSG Anjlok Tapi Saham TKIM dan INKP Tetap Meroket, Kenapa*. www.bareksa.com. <https://www.bareksa.com/berita/pasar-modal/2018-05-16/ihsg-anjlok-tapi-saham-tkim-dan-inkp-tetap-meroket-kenapa/amp>
- Bella, L. K. G., & Suaryana, I. G. . A. (2017). Pengaruh IOS dan Pengungkapan CSR Pada Nilai Perusahaan Dengan Pertumbuhan Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19(1), 508–535.
- Bimo, S. (2017). *Uji Mediasi dengan Sobel Test*. Statistikaolahdata.Com.
- Budiharjo, R. (2020). Effect of Environmental Performance, Good Corporate Governance and Leverage on Firm Value. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(8), 455–464. www.ajhssr.com
- Chairunnisa, R. (2019). Likuiditas, Aktivitas, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Automotive yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ekonomi Manajemen & Bisnis*, 20(2), 149–160. <https://journal.unimal.ac.id/emabis/article/view/363>
- Daddi, T., Iraldo, F., Testa, F., & De Giacomo, M. R. (2018). The Influence of Managerial Satisfaction on Corporate Environmental Performance and Reputation. *Business Strategy and the Environment*, 28(1), 15–24. <https://doi.org/10.1002/bse.2177>
- Damayanthi, I. G. A. E. (2019). Fenomena Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 14(2), 208–218. <https://doi.org/10.24843/jiab.2019.v14.i02.p06>
- Daromes, F. E., & Gunawan, S. R. (2020). Joint Impact of Philanthropy and Corporate Reputation on Firm Value. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 12(1), 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/jda.v12i1.21747>

- Daromes, F. E., Jao, R., Lukman, & Wiasal, R. (2022). An Investigation of How Firm Size Affects Firm Value through Corporate Reputation. *AK*, 13(2), 187–200. <https://doi.org/10.26740/jaj.v13n2.p.187-200>
- Fangestu, F., Putra, Y. A., Jenny, Cindy, Liawardi, L., & Afiezan, H. A. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan, Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (GCG) Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan Yang Ada Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2014-2018. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), 777–793. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/442>
- Felicia, & Karmudiandri, A. (2019). Pengaruh Corporate Governance Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 21(2), 195–204. <https://doi.org/10.34208/jba.v21i2.623>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika (Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Eviews 10)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafi, M. M. (2016). *Manajemen Keuangan* (2nd ed.). BPFE-Yogyakarta.
- Hanafi, M. M., & Halim, A. (2016). *Analisis Laporan Keuangan* (5th ed.). UPP STIM YKPN.
- Hapsoro, D., & Adyaksana, R. I. (2020). Apakah Pengungkapan Informasi Lingkungan Memoderasi Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Biaya Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan? *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 41–52. <https://doi.org/10.17509/jrak.v8i1.19739>
- Harahap, C. D., Juliana, I., & Lindayani, F. F. (2018). The Impact of Environmental Performance and Profitability on Firm Value. *Indonesian Management and Accounting Research*, 17(1), 53–70. <https://doi.org/10.25105/imar.v17i1.4665>
- Hartono, J. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (11th ed.). BPFE-Yogyakarta.
- Hasian, G. M., & Suputra, I. D. G. D. (2021). The Effect of Profitability and Environmental Performance on Firm Value in Consumer Goods Sector Listed on Indonesian Stock Exchange 2017-2019. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(4), 60–64. <https://www.ajhssr.com/wp-content/uploads/2021/04/I21546064.pdf>
- Herawaty, V. (2008). Peran Praktek Corporate Governance Sebagai Moderating Variable dari Pengaruh Earnings Management Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 10(2), 97–108.

<https://doi.org/https://doi.org/10.9744/jak.10.2.PP.%2097-108>

- Humanitisri, N., & Ghozali, I. (2018). Perusahaan sebagai Variabel Mediasi, dan Visibilitas sebagai Variabel Moderasi dalam Hubungan antara CSR dengan Reputasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2016). *Diponegoro Journal of Accounting*, 7(4), 1–13.
- Idris, M. (2020). *7 Saham Perusahaan Ini Ambles Parah di Tengah Wabah Corona*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2020/03/24/180447526/7-saham-perusahaan-ini-ambles-parah-di-tengah-wabah-corona?page=all>
- Ika, A. (2017). *Bergantung Putusan KLHS, Saham Semen Indonesia Dibuka Turun*. Www.Money.Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2017/03/30/110334226/bergantung.putusan.klhs.saham.semen.indonesia.dibuka.turun.?page=all>
- Inastri, M. A., & Mimba, N. P. S. H. (2017). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 21(2), 1400–1429. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJA.2017.v21.i02.p20>
- Intiative, G. R. (2016). *Indikator Pengungkapan Informasi CSR*. Global Reporting Initiative. <https://www.globalreporting.org>
- Kapita, N. M. Y., & Suardana, K. A. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Pada Reputasi Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 24(2), 1190–1219. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v24.i02.p14>
- Khanifah, K., Udin, U., Hadi, N., & Alfiana, F. (2020). Environmental Performance and Firm Value: Testing the Role of Firm Reputation in Emerging Countries. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 10(1), 96–103. <https://doi.org/10.32479/ijeep.8490>
- Kristi, N. M., & Yanto, H. (2020). The Effect of Financial and Non-Financial Factors on Firm Value. *Accounting Analysis Journal*, 9(2), 131–137. <https://doi.org/10.15294/aaaj.v8i2.37518>
- Kurnia, A. D., & Wirasedana, P. (2018). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Komponen Good Corporate Governance pada Nilai Perusahaan yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi*, 24(3), 1737–1767. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v24.i03.p04>
- Lestari, S. P., & Ghani, R. G. Al. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Humaniora*, 4(2), 50–63.

- Lingga, V. P., & Wirakusuma, M. G. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 8(4), 413–442. <https://doi.org/10.24843/eeb.2019.v08.i04.p05>
- Lingga, W., & Suaryana, I. G. N. A. (2017). Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Kinerja Lingkungan Pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20(2), 1419–1445. <https://doi.org/10.24843/EJA.2017.v20.i02.p20>
- Malagueño, R., Lopez-valeiras, E., & Gomez-conde, J. (2018). Balanced scorecard in SMEs : effects on innovation and financial performance. *Small Business Economics*, 51(1), 221–244. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9921-3>
- Malik, D. (2016). *Kasus Pabrik Rembang Bikin Loyo Harga Saham Semen Indonesia*. www.viva.co.id. <https://www.viva.co.id/arsip/840726-kasus-pabrik-rembang-bikin-loyo-harga-saham-semen-indonesia>
- Mareta, A., & Fitriyah, F. K. (2017). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Kepemilikan Asing terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Mengikuti PROPER dan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015). *Profesionalisme Akuntan Menuju Sustainable Business Practice*, 449–471. <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/8564>
- Murnita, P. E. M., & Putra, I. M. P. D. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23(2), 1470–1494. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v23.i02.p25>
- Nurcaya, I. A. H. (2020). *Pengelolaan Lingkungan, KLHK Soroti Sektor Manufaktur*. www.ekonomi.bisnis.com. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200209/257/1199097/pengelolaan-lingkungan-klhk-soroti-sektor-manufaktur>
- Permana, A. R., Fidiana, & Sapari. (2018). Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 7(9), 1–21.
- Pramitha, I. A., & Sudana, I. P. (2021). Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Kinerja Lingkungan dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 31(3), 615–634. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i03.p08>
- Pratiwi, M. W., & Setyoningsih, S. (2017). Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Disclosure sebagai Variabel Intervening. *Media Riset Akuntansi*, 4(2), 24–46.
- Priyadi, A., Dahlan, K. S. S., & Marta, R. F. (2020). Pengaruh CSR UMKM

Terhadap Reputasi Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan Dimediasi Citra Merek. *Journal of Business & Applied Management*, 13(2), 1–12.

- Puspito, H. (2018). *Corporate Reputation, Seberapa Pentingkah?* Www.Wartaekonomi.Co.Id.
[https://www.wartaekonomi.co.id/read170815/corporate-reputation-seberapa-#:~:text=Merangkum berbagai definisi tersebut dapat,waktu dibandingkan dengan pesaing terdekatnya.](https://www.wartaekonomi.co.id/read170815/corporate-reputation-seberapa-#:~:text=Merangkum%20berbagai%20definisi%20tersebut%20dapat,waktu%20dibandingkan%20dengan%20pesaing%20terdekatnya.)
- Putra, I. B. A., & Astika, I. B. P. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Likuiditas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 26(1), 30–57.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v26.i01.p02>
- Putra, Y. P. (2017). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Intervening. *BALANCE Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 227–236. <https://doi.org/10.32502/jab.v2i2.1175>
- Putri, B. S., & Wahidahwati. (2018). Pengaruh GCG dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 7(12), 1–23.
<http://jurnal.mahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/229>
- Rachmawati, S. (2021). Green Strategy Moderate the Effect of Carbon Emission Disclosure and Environmental Performance on Firm Value. *International Journal of Contemporary Accounting*, 3(2), 133–152.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25105/ijca.v3i2.12439>
- Rahayu, N. M. M., & Damayanthi, I. G. A. E. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kinerja pada Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Asing sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 24(1), 30–57. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v24.i01.p02>
- Ramona, S. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi*, 3(1).
- Retno, D., & Wahidahwati. (2017). Pengaruh CSR dan Environmental Performance terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(11), 1–24.
- Rosada, F. L. A., & Idayati, F. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(1), 2460–0585.
- Rosiana, G. A. M. E., Juliarsa, G., & Sari, M. M. R. (2013). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 5(5), 723–738.

- Sabatini, K., & Sudana, I. P. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 14(1), 56–69. <https://doi.org/10.24843/jiab.2019.v14.i01.p06>
- Septiani, E., Holiawati, & Ruhayat, E. (2019). Environmental Performance, Intellectual Capital, Praktik Penghindaran Pajak Dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 21(1), 61–70. <https://doi.org/10.34208/jba.v21i1.426>
- Septinurika, H., Tanjung, A. R., & Basri, Y. M. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi*, 9(1), 26–37.
- Sholikhin, A., & Lubis, T. A. (2019). Kinerja Perusahaan Tinjauan Reputasi Perusahaan dan CSR. In *Kemampuan Koneksi Matematis (Tinjauan Terhadap Pendekatan Pembelajaran Savi)* (Vol. 53, Issue 9). Salim Media Indonesia.
- Stefanie, C. (2018). *Investasi Industri Manufaktur Anjlok 17 Persen pada 2018*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20181220115217-92-355153/investasi-industri-manufaktur-anjlok-17-persen-pada-2018>
- Sudiyatno, B., & Puspitasari, E. (2010). Tobin's Q Dan Altman Z- Score Sebagai Indikator Pengukuran Kinerja Perusahaan (Tobin's Q and Altman Z-Score as Indicators of Performance Measurement Company). *Kajian Akuntansi*, 2(1), 9–21.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti. *Jurnal Manajemen UNUD*, 6(3), 1248–1277.
- Ulya, M., & Prastiwi, A. (2014). Pengaruh Corporate Governance Terhadap Kinerja Ekonomi dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 3(3), 1–14.
- Wahidahwati, W., & Ardini, L. (2021). Corporate Governance and Environmental Performance: How They Affect Firm Value. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 953–962. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.0953>
- Wicaksono, D. P., & Subekti, I. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Yang Dimediasi Oleh Reputasi

Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 53(9), 1689–1699.
www.journal.uta45jakarta.ac.id

Winarno. (2017). *Analisis Ekonometrika dan Statistik dengan Eviews* (Edisi Ke 5). UPP STIM YKPN.

Wira, V. (2021). The Effects of Financial Performance toward Firm Value on Tourism, Hotel and Restaurant, and Transportation Sectors Listed on Indonesia Stock Exchange. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 9(1), 141. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v9i1.1903>

Yadav, R. S., Dash, S. S., Chakraborty, S., & Kumar, M. (2018). Perceived CSR and Corporate Reputation: The Mediating Role of Employee Trust. *Vikalpa The Journal for Decision Makers*, 43(3), 139–151. <https://doi.org/10.1177/0256090918794823>

Yaziz, Kusnandar, D., & Rizki, S. W. (2019). Analisis Regresi Robust Estimasi-M dengan Menggunakan Pembobotan Bisquare Tukey dan Welsch dalam Mengatasi Data Outlier. *Buletin Ilmiah Mat, Sat, Dan Terapannya (Bimaster)*, 08(4), 799–804.

Yusdantara, I. K., & Rahanatha, G. B. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Reputasi Perusahaan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan (Studi pada PT. Coca Cola Amatil Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(4), 813–831.

Zabetha, O., Tanjung, A. R., & Savitri, E. (2018). Pengaruh Corporate Governance, Kinerja Lingkungan dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Periode 2012-2014). *Jurnal Ekonomi*, 26(1), 1–15. <file:///C:/Users/User/Downloads/fvm939e.pdf>

No.	Kegiatan	Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal												
2	Konsultasi												
3	Pendaftaran Semprop												
4	Ujian Semprop												
5	Revisi Proposal												
6	Pengumpulan Data			x	x			x	x		x	x	
7	Analisis Data											x	x
8	Penulisan Naskah Akhir Skripsi												
9	Pendaftaran Munaqosah												
10	Munaqasah												
11	Revisi Skripsi												

No.	Kegiatan	September				Oktober				November			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal												
2	Konsultasi	x	x			x							
3	Pendaftaran Semprop												
4	Ujian Semprop												
5	Revisi Proposal												
6	Pengumpulan Data												
7	Analisis Data	x	x										
8	Penulisan Naskah Akhir Skripsi		x	x	x		x	x	x				
9	Pendaftaran Munaqosah					x							
10	Munaqasah									x			
11	Revisi Skripsi										x	x	x

Lampiran 2

Data Perusahaan

No.	Kode Saham	Nama Perusahaan
1.	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk
2.	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
3.	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
4.	CTBN	Citra Tubindo Tbk
5.	DLTA	Delta Djakarta Tbk
6.	GGRM	Gudang Garam Tbk
7.	GJTL	Gajah Tunggal Tbk
8.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
9.	IKBI	Sumi Indo Kabel Tbk
10.	INAI	Indal Alumunium Industry Tbk
11.	INDR	Indo-Rama Synthetics Tbk
12.	INDS	Indospring Tbk
13.	INKP	Indah Kiat Pulp & Paper Tbk
14.	INRU	Toba Pulp Lestari Tbk
15.	INTP	Indocement Tunggal Perkasa Tbk
16.	ISSP	Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk
17.	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk
18.	KAEF	Kimia Farma (Persero) Tbk
19.	KINO	Kino Indonesia Tbk
20.	KLBF	Kalbe Farma Tbk
21.	MAIN	Malindo Feedmill Tbk
22.	MBTO	Martina Berto Tbk
23.	MRAT	Mustika Ratu Tbk
24.	MYOR	Mayora Indonesia Tbk
25.	PTSN	Sat Nusapersada Tbk
26.	SMBR	Semen Baturaja (Persero) Tbk
27.	SMCB	Semen Bangun Indonesia Tbk
28.	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk
29.	TFCO	Tifico Fiber Indonesia Tbk
30.	TIRT	Tirta Mahakam Resources Tbk
31.	ULTJ	Ultrajaya Milk Industri & Trading Company Tbk
32.	UNIC	Unggul Indah Cahaya Tbk
33.	VOKS	Voksel Electric Tbk

Lampiran 3

Tabulasi Data Penelitian

Kode Saham	Tahun	Kinerja Lingkungan (X1)	<i>Corporate Social Responsibility</i> (X2)	Reputasi Perusahaan (M)	Tobin's Q (Y)
AMFG	2017	3	0.2837	10	0.8510
	2018	3	0.2545	9	0.7634
	2019	3	0.2600	15	0.7801
	2020	3	0.2597	9	0.7792
CAMP	2017	3	2.0220	10	6.0660
	2018	3	0.7153	13	2.1459
	2019	3	0.7343	16	2.2030
	2020	3	0.5835	13	1.7504
CEKA	2017	3	0.3152	3	0.9455
	2018	3	0.2881	1	0.8644
	2019	3	0.3004	1	0.9012
	2020	3	0.2929	1	0.8788
CTBN	2017	3	0.7375	6	2.2126
	2018	3	0.6308	2	1.8925
	2019	3	0.4879	2	1.4638
	2020	3	0.5464	2	1.6391
DLTA	2017	3	0.9624	6	2.8872
	2018	3	1.0158	3	3.0475
	2019	3	1.3223	8	3.9670
	2020	3	1.0141	8	3.0423
GGRM	2017	3	0.9278	1	2.7833
	2018	3	0.9846	1	2.9539
	2019	3	0.4440	1	1.3319
	2020	3	0.4202	1	1.2605
GJTL	2017	3	0.2725	15	0.8176
	2018	2	0.4072	12	0.8143
	2019	3	0.2591	15	0.7774
	2020	3	0.2476	12	0.7428
ICBP	2017	4	0.9099	15	3.6397
	2018	4	0.9713	13	3.8853
	2019	4	0.9175	10	3.6701

Kode Saham	Tahun	Kinerja Lingkungan (X1)	Corporate Social Responsibility (X2)	Reputasi Perusahaan (M)	Tobin's Q (Y)
	2020	3	0.5307	9	1.5922
IKBI	2017	2	0.2671	1	0.5342
	2018	2	0.2763	1	0.5526
	2019	3	0.1452	2	0.4357
	2020	3	0.1682	2	0.5045
INAI	2017	3	0.3229	4	0.9688
	2018	3	0.3164	3	0.9492
	2019	2	0.4833	3	0.9666
	2020	3	0.3071	3	0.9214
INDR	2017	3	0.2381	2	0.7142
	2018	3	0.2995	1	0.8986
	2019	3	0.2196	1	0.6589
	2020	3	0.2308	1	0.6924
INDS	2017	3	0.1529	6	0.4587
	2018	3	0.2343	6	0.7030
	2019	3	0.2083	8	0.6250
	2020	3	0.1858	6	0.5573
INKP	2017	3	0.2881	5	0.8642
	2018	3	0.3559	5	1.0677
	2019	3	0.2951	7	0.8853
	2020	3	0.3291	6	0.9872
INRU	2017	3	0.2015	3	0.6046
	2018	3	0.2362	3	0.7086
	2019	3	0.2837	3	0.8510
	2020	3	0.2827	7	0.8482
INTP	2017	3	0.9829	16	2.9487
	2018	4	0.6521	18	2.6085
	2019	4	0.6737	10	2.6947
	2020	3	0.7126	17	2.1377
ISSP	2017	3	0.2262	3	0.6787
	2018	3	0.2147	2	0.6440
	2019	3	0.3349	2	1.0047
	2020	3	0.2134	1	0.6403
JPFA	2017	3	0.4125	8	1.2374
	2018	3	0.5500	10	1.6501

Kode Saham	Tahun	Kinerja Lingkungan (X1)	<i>Corporate Social Responsibility</i> (X2)	Reputasi Perusahaan (M)	Tobin's Q (Y)
	2019	3	0.4201	13	1.2602
	2020	3	0.4074	22	1.2222
KAEF	2017	3	1.0126	21	3.0379
	2018	3	0.7239	22	2.1716
	2019	3	0.3248	17	0.9744
	2020	3	0.6465	20	1.9394
KINO	2017	3	0.4336	16	1.3007
	2018	3	0.5016	13	1.5047
	2019	2	0.7339	18	1.4679
	2020	3	0.4163	23	1.2490
KLBF	2017	3	1.6438	24	4.9314
	2018	4	1.0209	19	4.0836
	2019	4	0.9807	14	3.9229
	2020	4	0.8161	18	3.2645
MAIN	2017	3	0.3656	8	1.0969
	2018	3	0.4203	6	1.2609
	2019	3	0.3433	9	1.0298
	2020	3	0.2985	11	0.8954
MBTO	2017	2	2.4490	8	4.8980
	2018	2	0.3722	3	0.7443
	2019	3	0.2574	4	0.7723
	2020	3	0.1790	2	0.5370
MRAT	2017	2	0.2200	2	0.4399
	2018	2	0.2154	5	0.4308
	2019	2	0.2155	3	0.4310
	2020	2	0.2588	8	0.5175
MYOR	2017	3	1.1783	13	3.5349
	2018	3	1.2815	8	3.8444
	2019	3	0.9625	9	2.8876
	2020	3	1.1646	4	3.4938
PTSN	2017	3	0.0948	4	0.2845
	2018	3	0.3090	5	0.9271
	2019	3	0.2298	7	0.6895
	2020	3	0.1881	3	0.5644
SMBR	2017	3	2.5928	12	7.7785

Kode Saham	Tahun	Kinerja Lingkungan (X1)	Corporate Social Responsibility (X2)	Reputasi Perusahaan (M)	Tobin's Q (Y)
	2018	4	0.8778	8	3.5114
	2019	3	0.3865	14	1.1594
	2020	3	0.7499	11	2.2498
SMCB	2017	4	0.2385	13	0.9539
	2018	4	0.3575	15	1.4301
	2019	3	0.3684	11	1.1053
	2020	4	0.2641	4	1.0564
SMGR	2017	4	0.3944	16	1.5776
	2018	4	0.4234	10	1.6935
	2019	4	0.3605	13	1.4421
	2020	3	0.4883	17	1.4649
TFCO	2017	3	0.3198	3	0.9593
	2018	3	0.2577	3	0.7731
	2019	3	0.2008	2	0.6025
	2020	3	0.1998	1	0.5995
TIRT	2017	3	0.3202	1	0.9607
	2018	3	0.3244	1	0.9732
	2019	3	0.3399	1	1.0198
	2020	3	0.7065	2	2.1196
ULTJ	2017	3	1.0244	2	3.0731
	2018	3	0.9826	2	2.9479
	2019	3	1.0271	2	3.0814
	2020	3	0.7848	1	2.3543
UNIC	2017	3	0.2415	3	0.7245
	2018	3	0.2444	2	0.7331
	2019	2	0.3406	1	0.6813
	2020	3	0.2357	2	0.7070
VOKS	2017	3	0.4095	5	1.2286
	2018	3	0.3768	5	1.1304
	2019	3	0.3951	3	1.1853
	2020	3	0.3183	5	0.9549

Lampiran 4

91 Item Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

No.	Indikator
Kategori Ekonomi	
Aspek Kinerja Ekonomi	
EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
Aspek Keberadaan di Pasar	
EC5	Rasio upah standar pegawai pemula menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan
Aspek Dampak Ekonomi Tidak Langsung	
EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besar dampaknya
Aspek Praktik Pengadaan	
EC9	Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan
Kategori Lingkungan	
Aspek Baham	
EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
EN2	Presentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
Aspek Energi	

EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
EN4	Konsumsi energi di luar organisasi
EN5	Intensitas energi
EN6	Pengurangan konsumsi energi
EN7	Pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa
Aspek Air	
EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
Aspek Keanekaragaman Hayati	
EN11	Lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola di alam, atau yang berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
EN14	Jumlah total spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
Aspek Emisi	
EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (cakupan 1)
EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung (cakupan 2)
EN17	Emisi GRK tidak langsung lainnya (cakupan 3)
EN18	Intensitas emisi GRK
EN19	Pengurangan emisi GRK
EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
EN21	Nox, Sox, dan emisi udara signifikan lainnya
Aspek Efluen dan Limbah	

EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi basel lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari air pembuangan dan limpasan dari organisasi
Aspek Produk dan Jasa	
EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa
EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori
Aspek Kepatuhan	
EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter karena ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan hidup
Aspek Transportasi	
EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan baeang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja
Aspek Lain-Lain	
EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
Aspek Asesmen Pemasok atas Lingkungan	
EN32	Persentase panapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan,

	ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
Kategori Sosial	
Aspek Kepegawaian	
LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan <i>turnover</i> karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah
LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau buruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan menurut gender
Aspek Hubungan Industrial	
LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
Aspek Kesehatan dan Keselamatan Kerja	
LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
LA7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
Aspek Pelatihan dan Pendidikan	
LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan
LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu

	merek mengelola purn abakti
LA11	Persentase karyawan yang menerima revidu kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
Aspek Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	
LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
Aspek Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-Laki	
LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
Aspek Asesmen Pemasok atas Praktik Ketenagakerjaan	
LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Aspek Mekanisme Pengaduan Masalah Ketenagakerjaan	
LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
Kategori Hak Asasi Manusia	
Aspek Investasi	
HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak HAM atau penapisan berdasarkan HAM
HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur HAM terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan operasi, termasuk presentase karyawan yang dilatih
Aspek Non-Diskriminasi	
HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang diambil
Aspek Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Sama	

HR4	Operasi dan pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerjasama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
Aspek Pekerja Anak	
HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
Aspek Pekerja Paksa atau Wajib Kerja	
HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
Aspek Praktik Pengamanan	
HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur HAM di organisasi yang relevan dengan operasi
Aspek Hak Adat	
HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
Aspek Asesmen	
HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan revidu atau asesmen dampak HAM
HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria HAM
HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap HAM dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Aspek Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia	
HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap HAM yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
Kategori Masyarakat	
Aspek Masyarakat Lokal	
SO1	Persentase operasi dengan melibatkan masyarakat lokal, asesmen

	dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
Aspek Anti-Korupsi	
SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
Aspek Kebijakan Publik	
SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima / penerima manfaat
Aspek Anti Persaingan	
SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya
Aspek Kepatuhan	
SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
Aspek Asesmen Pemasok atas Dampak pada Masyarakat	
SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria dampak terhadap masyarakat
SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Aspek Mekanisme Pengaduan Dampak terhadap Masyarakat	
SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
Kategori Tanggung Jawab atas Produk	
Aspek Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan	
PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan yang dampaknya

	terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil
Aspek Pelabelan Produk dan Jasa	
PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
PR4	Jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil
PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
Aspek Komunikasi Pemasaran	
PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
Aspek Privasi Pelanggan	
PR7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil
PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
Aspek Kepatuhan	
PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa

Sumber : www.globalreporting.org (Global Reporting Initiative, 2016)

Lampiran 5

Keterangan Kriteria Kinerja Lingkungan

Peringkat	Keterangan
Emas	Telah secara konsisten memunjukkan keunggulan lingkungan dalam proses produksi atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika, dan bertanggungjawab terhadap masyarakat.
Hijau	Telah melakukan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumber daya yang efisien melalui upaya 4R (<i>reduce, reuse, recycle, recovery</i>) dan melakukan tanggungjawab sosial yang baik.
Biru	Telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sebagaimana diatur dalam perundang-undangan.
Merah	Pengelolaan lingkungan hidup tidak dilakukan dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.
Hitam	Sengaja melakukan perbuatan atau kelalaian yang mengakibatkan pencemaran atau kerusakan lingkungan atau pelanggaran terhadap peraturan Undang-Undang.

Lampiran 6

Tabulasi Data *Corporate Social Responsibility*

EN29	<p>Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter karena ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan perturan lingkungan hidup</p> <p>Pada tahun 2018 ini, Perseroan mematuhi beberapa peraturan dan perijinan lingkungan dengan baik. Perseroan tidak mendapatkan sanksi moneter atau non-moneter atas pelanggaran hukum atau pelanggaran lingkungan yang dikenakan.</p>
EN32	<p>Persentase panapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan</p> <p>Bahan Baku Perseroan melakukan pembelian bahan baku yang berasal dari supplier internal dan eksternal. Sebagian dari bahan-bahan nabati merupakan hasil budidaya tanaman di Kampong Djamoe Organik (KADO). Berikut adalah persentase pasokan yang didapat dari dalam negeri dan luar negeri berdasarkan kelompok bahan baku:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Bahan baku nabati : 100% didapat dari tanaman dalam negeri. b. Bahan baku kimia : sekitar 97% berasal dari luar negeri dan sisanya sekitar 3% dari dalam negeri. c. Bahan baku kemas : sekitar 23% berasal dari luar negeri dan sisanya sekitar 77% didapat dari dalam negeri. Bahan baku kemas yang berasal dari luar negeri tersebut sebagian diimpor langsung oleh Perseroan dan sebagian lagi dibeli dari agen lokal. <p>Perseroan tidak memiliki ketergantungan yang besar terhadap supplier tertentu.</p>
EN34	<p>Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi</p> <p>Upaya Perseroan mengelola kualitas lingkungan sejauh ini berjalan baik. Sepanjang tahun 2018, tidak terdapat laporan pengaduan lingkungan. Jika ada keluhan atau insiden lingkungan yang dilaporkan melalui mekanisme pengaduan, Perseroan akan menangani dengan segera sesuai dengan <i>Standard Operating Procedure (SOP)</i> pengaduan yang telah ditetapkan Perseroan.</p>
LA1	<p>Jumlah total dan ingkat perekrutan karyawan baru dan <i>turnover</i></p>

	<p>karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah</p> <p>Perpindahan Karyawan Tahun 2017 Employee Turn Over Year 2017</p> <table border="1" data-bbox="448 465 820 871"> <thead> <tr> <th>Bulan Month</th> <th>Jumlah Pegawai Total Employee</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Januari</td><td>8</td></tr> <tr><td>Februari</td><td>13</td></tr> <tr><td>Maret</td><td>9</td></tr> <tr><td>April</td><td>7</td></tr> <tr><td>Mei</td><td>8</td></tr> <tr><td>Juni</td><td>8</td></tr> <tr><td>Juli</td><td>7</td></tr> <tr><td>Agustus</td><td>9</td></tr> <tr><td>September</td><td>6</td></tr> <tr><td>Oktober</td><td>6</td></tr> <tr><td>November</td><td>13</td></tr> <tr><td>Desember</td><td>7</td></tr> <tr><td>Total</td><td>101</td></tr> </tbody> </table> <p>Perpindahan karyawan selama tahun 2017 tidak terlalu besar, sebagian besar dari departemen produksi dan pemasaran.</p>	Bulan Month	Jumlah Pegawai Total Employee	Januari	8	Februari	13	Maret	9	April	7	Mei	8	Juni	8	Juli	7	Agustus	9	September	6	Oktober	6	November	13	Desember	7	Total	101
Bulan Month	Jumlah Pegawai Total Employee																												
Januari	8																												
Februari	13																												
Maret	9																												
April	7																												
Mei	8																												
Juni	8																												
Juli	7																												
Agustus	9																												
September	6																												
Oktober	6																												
November	13																												
Desember	7																												
Total	101																												
LA3	<p>Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan menurut gender</p> <p>Perseroan juga menjamin karyawan perempuan untuk dapat kembali bekerja setelah mengambil cuti melahirkan. Pada tahun 2018, retensi pegawai yang kembali bekerja setelah mengambil cuti melahirkan sebesar 100%.</p>																												
LA6	<p>Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender</p> <p>Jumlah Tingkat Kecelakaan Kerja Tahun 2017 Working Accident Rate Year 2017</p> <table border="1" data-bbox="467 1547 847 1906"> <thead> <tr> <th>Bulan Month</th> <th>Jumlah Pegawai Total Employee</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Januari</td><td>5</td></tr> <tr><td>February</td><td>0</td></tr> <tr><td>Maret</td><td>1</td></tr> <tr><td>April</td><td>3</td></tr> <tr><td>Mei</td><td>0</td></tr> <tr><td>Juni</td><td>0</td></tr> <tr><td>Juli</td><td>1</td></tr> <tr><td>Agustus</td><td>0</td></tr> <tr><td>September</td><td>2</td></tr> <tr><td>Oktober</td><td>0</td></tr> <tr><td>November</td><td>2</td></tr> </tbody> </table> <p>Dengan menjalankan program SMK3 Perseroan berusaha seoptimal mungkin menurunkan kecelakaan kerja dengan penerapan prosedur dan standar yang ketat.</p>	Bulan Month	Jumlah Pegawai Total Employee	Januari	5	February	0	Maret	1	April	3	Mei	0	Juni	0	Juli	1	Agustus	0	September	2	Oktober	0	November	2				
Bulan Month	Jumlah Pegawai Total Employee																												
Januari	5																												
February	0																												
Maret	1																												
April	3																												
Mei	0																												
Juni	0																												
Juli	1																												
Agustus	0																												
September	2																												
Oktober	0																												
November	2																												

LA8	<p>Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja</p> <p>Dalam menjalankan Praktik Ketenagakerjaan Perseroan selalu berpegang pada Undang-Undang Ketenagakerjaan dan peraturan pelaksanaannya. Hak dan kewajiban karyawan Perseroan diatur dalam Perjanjian Kerja Bersama (PKB) antara Perseroan dengan Serikat Pekerja. PKB tersebut mempunyai batas waktu dan selalu diperbaharui oleh Serikat Pekerja dan Perseroan dan disahkan oleh Direktur Jenderal Pembinaan Hubungan Industrial dan Jaminan Sosial Tenaga Kerja. Hubungan yang harmonis antara Perseroan dan Serikat Pekerja juga selalu ditingkatkan dengan menanamkan hubungan asas kemitraan, kedewasaan dan saling percaya.</p>																				
LA9	<p>Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan</p> <p>Training and Development Program PT Martina Berto Tbk Tahun 2017</p> <table border="1" data-bbox="424 1146 1318 1285"> <thead> <tr> <th>No</th> <th>Category</th> <th>No of Employee</th> <th>Training Hours</th> <th>Investment</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.</td> <td>General</td> <td>23</td> <td>184</td> <td>Rp 695.000</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Functional</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>3.</td> <td>ALL</td> <td>23</td> <td>184</td> <td>Rp 695.000</td> </tr> </tbody> </table> <p>Pelatihan-pelatihan diberikan kepada karyawan pada setiap level baik pelatihan umum maupun fungsional. Pelatihan umum bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan kesadaran, dengan materi wajib meliputi ISO, GMP, SMK3, Halal. Sedangkan pelatihan fungsional bertujuan untuk meningkatkan kompetensi karyawan sesuai dengan kebutuhan bagian/departemennya.</p> <p>Traning was given to employees on each level both general and functional training. General training aimed to give the knowledge and awareness with mandatory material such as: ISO, Good Manufacturing Practice, OHSAS, Halal procedure. Whereas functional training aimed to improve the competencies of employee as needed by their department or section.</p>	No	Category	No of Employee	Training Hours	Investment	1.	General	23	184	Rp 695.000	2	Functional	0	0	0	3.	ALL	23	184	Rp 695.000
No	Category	No of Employee	Training Hours	Investment																	
1.	General	23	184	Rp 695.000																	
2	Functional	0	0	0																	
3.	ALL	23	184	Rp 695.000																	
LA12	<p>Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya</p>																				

	<p>JUMLAH KARYAWAN DAN DESKRIPSI SEBARAN TINGKAT PENDIDIKAN DAN USIA KARYAWAN</p> <p>Jumlah Karyawan Per 31 Desember 2018 jumlah karyawan Perseroan tercatat sebanyak 2.841 orang atau sedikit naik dibandingkan dengan tahun 2017 yang berjumlah 2.710 orang.</p> <p>NUMBER OF EMPLOYEES AND EDUCATION AND AGE COMPOSITION</p> <p>Number of Employee As of December 31, 2018, the total number of employees of the Company was 2,841 employees or slightly increased compared with 2,710 employees in 2017.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="448 472 820 857"> <p>Komposisi Karyawan Berdasarkan Pendidikan (%) <i>Employees Composition based on Education (%)</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Tingkat Pendidikan</th> <th>Persentase (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Pasca Sarjana (Post Graduate)</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Sarjana (Bachelor)</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>Diploma</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>SLTA (High School)</td> <td>76%</td> </tr> <tr> <td>SLTP (Middle School)</td> <td>4%</td> </tr> </tbody> </table> </div> <div data-bbox="852 472 1224 857"> <p>Komposisi Karyawan Berdasarkan Usia (%) <i>Employees Composition based on Age (%)</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Usia / Year Old</th> <th>Persentase (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><25 Tahun / Year Old</td> <td>12%</td> </tr> <tr> <td>25 - 34 Tahun / Year Old</td> <td>36%</td> </tr> <tr> <td>35 - 44 Tahun / Year Old</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>>45 Tahun / Year Old</td> <td>25%</td> </tr> </tbody> </table> </div> </div>	Tingkat Pendidikan	Persentase (%)	Pasca Sarjana (Post Graduate)	1%	Sarjana (Bachelor)	11%	Diploma	8%	SLTA (High School)	76%	SLTP (Middle School)	4%	Usia / Year Old	Persentase (%)	<25 Tahun / Year Old	12%	25 - 34 Tahun / Year Old	36%	35 - 44 Tahun / Year Old	27%	>45 Tahun / Year Old	25%
Tingkat Pendidikan	Persentase (%)																						
Pasca Sarjana (Post Graduate)	1%																						
Sarjana (Bachelor)	11%																						
Diploma	8%																						
SLTA (High School)	76%																						
SLTP (Middle School)	4%																						
Usia / Year Old	Persentase (%)																						
<25 Tahun / Year Old	12%																						
25 - 34 Tahun / Year Old	36%																						
35 - 44 Tahun / Year Old	27%																						
>45 Tahun / Year Old	25%																						
<p>SO1</p>	<p>Persentase operasi dengan melibatkan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan</p> <p>PENGEMBANGAN SOSIAL DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT</p> <p>Dalam kontribusi CSR, Perseroan bekerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan dimulai dari proses pemetaan kebutuhan hingga pelaksanaan program. Selain itu, Perseroan berusaha untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif yang bertujuan sebagai investasi jangka panjang yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara lebih baik, yang tidak hanya memberi solusi secara jangka pendek tapi dapat dikelola secara jangka panjang dengan melibatkan partisipasi pengelolaan dari pihak-pihak terkait. Untuk itu, Perseroan secara terus menerus melaksanakan program dan inisiatif khusus yang sebelumnya telah didiskusikan dan dievaluasi secara seksama.</p> <hr style="border: 1px solid gray; margin: 20px 0;"/> <hr style="border: 1px solid red; margin: 20px 0;"/> <p>Memberdayakan individu atau kelompok komunitas pada masyarakat dengan memberikan keterampilan menjadi salah satu cara Perseroan untuk mengembangkan dan memberdayakan masyarakat agar menjadi lebih mandiri.</p>																						

Lampiran 7

Hasil Eviews 12

Hasil Uji *Chow*

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	5.674945	(32,96)	0.0000
Cross-section Chi-square	140.161125	32	0.0000

Hasil Uji *Hausman*

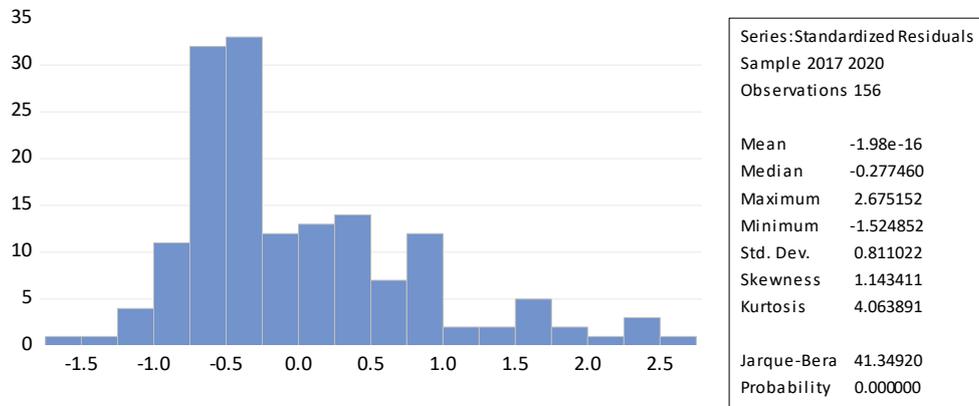
Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	11.312077	3	0.0102

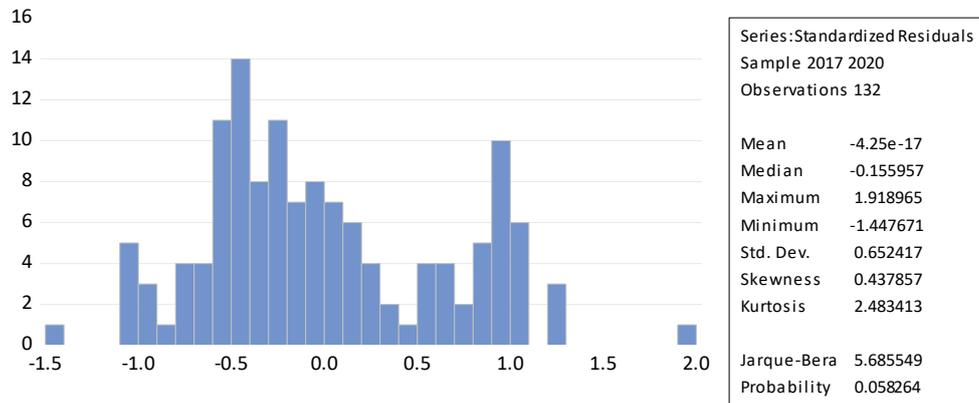
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	KL	CSR	RP	NP
Mean	3.022727	0.124126	7.515152	1.601547
Median	3.000000	0.098901	6.000000	1.043107
Maximum	4.000000	0.450549	24.00000	7.778475
Minimum	2.000000	0.032967	1.000000	0.284471
Std. Dev.	0.453416	0.087804	6.061372	1.261048
Skewness	0.095536	1.534190	0.797651	1.872565
Kurtosis	4.879250	4.875120	2.629681	7.349870
Jarque-Bera Probability	19.62449 0.000055	71.12067 0.000000	14.75170 0.000626	181.2105 0.000000
Sum	399.0000	16.38460	992.0000	211.4041
Sum Sq. Dev.	26.93182	1.009958	4812.970	208.3218
Observations	132	132	132	132

Hasil Uji Normalitas (Sebelum Outlier)



Hasil Uji Normalitas (Setelah Outlier)



Hasil Uji Multikolinearitas

	KL	CSR	RP
KL	1.000000	0.270826	0.073813
CSR	0.270826	1.000000	0.018682
RP	0.073813	0.018682	1.000000

Hasil Uji Autokolerasi

Root MSE	8.600989	R-squared	0.677990
Mean dependent var	10.49242	Adjusted R-squared	0.565120
S.D. dependent var	15.21475	S.E. of regression	10.03343
Akaike info criterion	7.671934	Sum squared resid	9764.966
Schwarz criterion	8.436314	Log likelihood	-471.3477
Hannan-Quinn criter.	7.982543	F-statistic	6.006836
Durbin-Watson stat	1.649182	Prob(F-statistic)	0.000000

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.715386	4.212782	-0.169813	0.8655
KL	1.160219	1.224048	0.947854	0.3456
CSR	-0.741398	6.740972	-0.109984	0.9127
NP	0.151844	0.394008	0.385382	0.7008
RP	-0.005491	0.045333	-0.121122	0.9039

Hasil Uji F (Model 1)

Root MSE	0.989273	R-squared	0.832735
Mean dependent var	2.189752	Adjusted R-squared	0.771754
S.D. dependent var	2.428094	S.E. of regression	1.160025
Akaike info criterion	3.361762	Sum squared resid	129.1832
Schwarz criterion	4.147980	Log likelihood	-185.8763
Hannan-Quinn criter.	3.681245	F-statistic	13.65546
Durbin-Watson stat	1.506082	Prob(F-statistic)	0.000000

Hasil Uji F (Model 2)

Root MSE	8.600989	R-squared	0.677990
Mean dependent var	10.49242	Adjusted R-squared	0.565120
S.D. dependent var	15.21475	S.E. of regression	10.03343
Akaike info criterion	7.671934	Sum squared resid	9764.966
Schwarz criterion	8.436314	Log likelihood	-471.3477
Hannan-Quinn criter.	7.982543	F-statistic	6.006836
Durbin-Watson stat	1.649182	Prob(F-statistic)	0.000000

Hasil Uji Koefisien Determinasi (Model 1)

Root MSE	0.989273	R-squared	0.832735
Mean dependent var	2.189752	Adjusted R-squared	0.771754
S.D. dependent var	2.428094	S.E. of regression	1.160025
Akaike info criterion	3.361762	Sum squared resid	129.1832
Schwarz criterion	4.147980	Log likelihood	-185.8763
Hannan-Quinn criter.	3.681245	F-statistic	13.65546
Durbin-Watson stat	1.506082	Prob(F-statistic)	0.000000

Hasil Uji Koefisien Determinasi (Model 2)

Root MSE	8.600989	R-squared	0.677990
Mean dependent var	10.49242	Adjusted R-squared	0.565120
S.D. dependent var	15.21475	S.E. of regression	10.03343
Akaike info criterion	7.671934	Sum squared resid	9764.966
Schwarz criterion	8.436314	Log likelihood	-471.3477
Hannan-Quinn criter.	7.982543	F-statistic	6.006836
Durbin-Watson stat	1.649182	Prob(F-statistic)	0.000000

Hasil Uji Regresi Data Panel (Model 1)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.057252	1.045698	2.923648	0.0043
KL	-0.016242	0.317067	-0.051226	0.9593
CSR	-5.580766	1.650640	-3.380972	0.0010
RP	0.002916	0.011739	0.248398	0.8044

Hasil Uji Regresi Data Panel (Model 2)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	11.17601	8.973111	1.245500	0.2159
KL	-0.661634	2.741594	-0.241332	0.8098
CSR	8.961064	14.24789	0.628940	0.5309

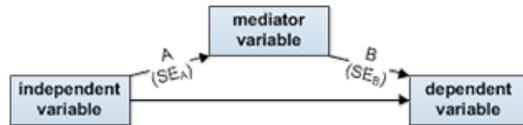
Hasil Uji T (Model 1)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.057252	1.045698	2.923648	0.0043
KL	-0.016242	0.317067	-0.051226	0.9593
CSR	-5.580766	1.650640	-3.380972	0.0010
RP	0.002916	0.011739	0.248398	0.8044

Hasil Uji T (Model 2)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	11.17601	8.973111	1.245500	0.2159
KL	-0.661634	2.741594	-0.241332	0.8098
CSR	8.961064	14.24789	0.628940	0.5309

Hasil Uji Sobel Test (X1)

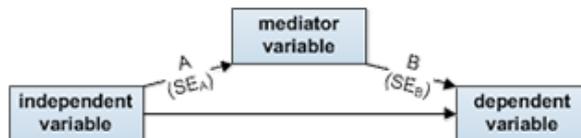
A: ?B: ?SE_A: ?SE_B: ?**Calculate!**

Sobel test statistic: 0.62439288

One-tailed probability: 0.26618480

Two-tailed probability: 0.53236960

Hasil Uji Sobel Test (X2)

A: ?B: ?SE_A: ?SE_B: ?**Calculate!**

Sobel test statistic: 3.33695820

One-tailed probability: 0.00042350

Two-tailed probability: 0.00084701

Lampiran 8**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Hamida Rahma

Tempat, Tanggal Lahir : Wonogiri, 12 September 1999

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Jalan Bangka 18A 02/01 Tamanarum,
Kec. Ponorogo, Kab. Ponorogo,
Jawa Timur

No. HP : 0838-4625-2515

Email : hamidarahma17@gmail.com

Riwayat Pendidikan :

1. SDN 2 Mangkujayan Ponorogo 2006-2012
2. SMP N 1 Ponorogo 2012-2015
3. SMA N 1 Ponorogo 2015-2018
4. UIN Raden Mas Said Surakarta 2018-2022

Lampiran 9

Bukti Plagiasi Turnitin

The screenshot displays a Turnitin Originality Report for a document titled "SKRIPSI_HAMIDA RAHMA". The report shows a total similarity index of 21%, broken down into four categories: Internet Sources (19%), Publications (12%), and Student Papers (9%). The report also lists five primary sources with their respective similarity percentages.

Category	Value
Similarity Index	21%
Internet Sources	19%
Publications	12%
Student Papers	9%

Rank	Source	Similarity
1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	2%
2	123dok.com Internet Source	1%
3	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	1%
4	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
5	docobook.com Internet Source	1%