

BAB I

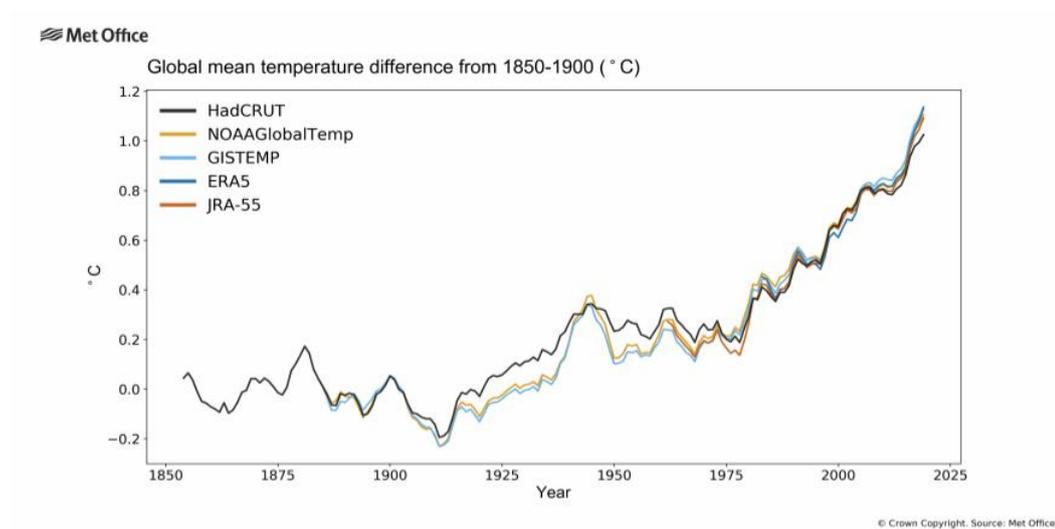
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap entitas bisnis pasti selalu berorientasi terhadap keuntungan. Keuntungan yang maksimal akan mampu menaikkan nilai perusahaan itu sendiri. Namun, dunia usaha saat ini mencoba mengubah persepsi masyarakat mengenai citra perusahaan yang hanya memaksimalkan profit saja. mengikuti perkembangan dunia usaha saat ini, perusahaan tidak lagi dituntut hanya untuk mengejar keuntungan, namun ikut memikul tanggung jawab terhadap lingkungan sekitar.

Isu lingkungan menjadi salah satu problematika yang mendapat banyak perhatian saat ini. Tidak dapat kita hindari bahwa aktivitas manusia ikut menyumbang berbagai masalah terhadap lingkungan. Mulai dari pencemaran lingkungan, kerusakan hutan sebagai paru-paru dunia, kelangkaan sumber daya alam hingga isu pemanasan global yang menjadi perhatian dan di antisipasi berbagai kalangan. Fenomena pemanasan global (*global warming*) merupakan sebuah fenomena alam yang disebabkan adanya penumpukan emisi gas rumah kaca (GRK) di lapisan atmosfer yang berpotensi merusak lapisan atmosfer tersebut dan memberikan efek seperti perubahan iklim terhadap bumi kita (Gabrielle & Toly, 2019). Menurut UU No. 32 tahun 2009 tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup (PPLH), perubahan iklim adalah berubahnya iklim yang diakibatkan secara langsung maupun tidak langsung dari aktivitas manusia sehingga

menyebabkan perubahan komposisi atmosfer secara global dan juga berubahnya keragaman iklim alami dengan perbandingan waktu tertentu. Melansir berita yang disampaikan Bestari (2021) melalui laman CNBC Indonesia dikatakan bahwa kondisi suhu di atmosfer bumi semakin mengkhawatirkan karena terjadi peningkatan komponen gas rumah kaca di atas rata-rata dari saat revolusi industri. Peningkatan ini terjadi bahkan kala hampir seluruh negara di dunia melakukan lockdown karena pandemi Covid-19 (CNBC Indonesia, 2021)



Sumber: *World Meteorological Organization*

Gambar 1.1

Perubahan temperature secara global

Dari gambar di atas dapat dijelaskan bahwa suhu bumi mengalami kenaikan secara terus menerus sebagai akibat dari meningkatnya aktivitas manusia. *Intergovernmental Panel on Climate Change* atau IPCC (2019) melaporkan bahwa rata-rata suhu global akan mengalami kenaikan secara konsisten antara 0,1-0,3°C per decade. Perubahan iklim tidak hanya membawa pengaruh pada kenaikan suhu

di bumi, tetapi juga mampu membawa berbagai peristiwa ekstrem lainnya seperti kenaikan air laut, banjir, kekeringan hingga badai tropis yang dapat mengancam kelangsungan makhluk hidup. Beberapa peristiwa ekstrem tersebut tidak hanya membawa perubahan bagi kehidupan secara sosial, namun juga secara ekonomi.

Mengutip dari laporan *World Meteorological Organization* (WMO), curah hujan yang terus menerus melanda Amerika Serikat bagian tengah pada periode akhir 2018 hingga paruh pertama 2019 berdampak pada banjir berkepanjangan di Mississippi hingga tujuh bulan, dari periode 6 Januari hingga 4 Agustus. Total kerugian ekonomi akibat banjir di Amerika Serikat diperkirakan mencapai US\$ 20 miliar (World Meteorological Organization, 2020).

Di Indonesia sendiri terdapat kasus yang sampai saat ini masih menjadi perhatian, yaitu kasus semburan lumpur panas Lapindo Brantas. 29 Mei 2018 lalu tepat 12 tahun luapan lumpur lapindo menggenangi pemukiman. Penelitian yang dilakukan Wahana Lingkungan Hidup Jawa Timur tahun 2008-2016 menyebutkan adanya kandungan logam berat dan PAH (Polycyclic Aromatic Hydrocarbon) hingga 2.000 kali di atas ambang batas normal, di sekitar semburan lumpur lapindo. Kasus ini sudah bukan pencemaran tanah saja, melainkan menjadi pencemaran udara. Bau menyengat yang keluar dari semburan lumpur tersebut terbawa angin hingga dikeluhkan oleh warga sekitar dan mengharuskan pindah ke lokasi yang lebih jauh. Pada akhirnya, kasus semburan lumpur Lapindo Brantas dinyatakan sebagai bencana alam dan bukan bencana pengeboran. Bencana tersebut menyisakan kerusakan lingkungan dan penderitaan bagi masyarakat Porong di Sidoarjo (VOA Indonesia, 2018).

Semakin banyak pihak yang merasakan dampak negatif dari kerusakan lingkungan, semakin banyak respon positif untuk peduli terhadap lingkungan dari berbagai pihak dan berkomitmen untuk memperbaiki keadaan lingkungan. Respon dan komitmen yang diberikan dari berbagai pihak sangat beragam, mulai dari adanya Gerakan atau komunitas pecinta lingkungan, Pemerintah yang mulai mengeluarkan berbagai peraturan untuk melindungi lingkungan maupun pihak perusahaan yang ikut berusaha memikirkan bagaimana seharusnya mereka berperilaku dan menjalankan kegiatan ekonominya tanpa merusak lingkungan ataupun dengan menekan dampak negatif aktivitasnya terhadap lingkungan seefektif dan seefisien mungkin.

Masalah lingkungan ini menghadirkan sebuah konsep baru mengenai akuntansi, yaitu akuntansi sosial dan lingkungan (Suaryana, 2011). Akuntansi sosial dan lingkungan menekankan bahwa perusahaan tidak lagi hanya memberikan informasi mengenai pelaporan keuangan kepada para stakeholder, tetapi juga perlu menyampaikan informasi mengenai aktivitas sosial dan lingkungan. Selain itu, pertanggungjawaban perusahaan tidak lagi terbatas hanya pada pemegang saham, tetapi juga termasuk kepada pemangku kepentingan lain, seperti pemerintah, dan masyarakat umum (Anggraeni, 2015).

Akuntansi sosial dan lingkungan ini merupakan cikal bakal dari sebuah konsep yang kita kenal sebagai *Corporate Social Responsibility* yang disingkat menjadi CSR. CSR merupakan sebuah konsep akuntansi dimana perusahaan tidak hanya menyampaikan informasi mengenai pelaporan keuangan perusahaan, tetapi juga transparansi terhadap informasi dampak sosial dan lingkungan sebagai akibat

dari aktivitas perusahaan (Rakhiemah & Agustia, 2012). UU Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 menyatakan bahwa Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau/berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Green Accounting merupakan sebuah konsep akuntansi dimana perusahaan akan memasukkan biaya pemeliharaan lingkungan sebagai biaya lingkungan dalam beban usaha (Dewi & Edward Narayana, 2020). Pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup ikut memberikan dukungan kepada para pelaku usaha dengan mengadakan kegiatan PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan Dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup). Melalui PROPER, pemerintah akan memberikan penghargaan kepada perusahaan yang mampu menerapkan kinerja lingkungan secara optimal.

Dunia usaha saat ini tidak lagi hanya mengandalkan aspek laporan keuangan semata untuk menarik minat investor untuk menaikkan nilai perusahaan, tetapi juga dengan memenuhi aspek lainnya sesuai dengan konsep 3P yaitu, *profit, people and planet*. Publikasi laporan keuangan, CSR dan kinerja lingkungan perusahaan yang di publikasikan dapat memenuhi konsep *triple bottom line* (3P) dan mampu memberikan gambaran nilai sebuah perusahaan kepada para *shareholder* maupun *stakeholder*. Banyak peneliti yang telah membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Lingkungan mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap keberhasilan mengelola sebuah perusahaan yang di asosiasikan dengan laba perusahaan yang digambarkan dari harga saham di pasar (Hardiyansah et al., 2021). Nilai perusahaan

yang tinggi membuat investor berasumsi bahwa kinerja perusahaan telah dikelola secara baik dan perusahaan memiliki prospek yang menjanjikan.

Dewi & Edward Narayana (2020) telah melakukan penelitian pengaruh dari pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dan menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ardiyanto & Haryanto (2017) dan juga penelitian oleh Adhitya et al., (2016) yang memberikan hasil serupa yaitu *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Rosiana, E. G., Juliarsa, G., & Sari (2015) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak memberikan hasil yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Di dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Anggraeni (2015) menyatakan bahwa kinerja lingkungan tidak memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan, kecuali perusahaan-perusahaan yang memperoleh peringkat EMAS dari PROPER. Sejalan dengan penelitian oleh Ethika et al., (2019) yang mengungkapkan bahwa kinerja lingkungan berdampak negatif terhadap perusahaan. Hal ini berbanding terbalik dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Saputra & Mahyuni (2018) menyatakan bahwa kinerja lingkungan dipercaya memberikan sinyal positif bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Penelitian oleh Gabrielle & Toly (2019) mendukung pendapat tersebut dengan memberikan pengungkapan hasil penelitian serupa, yaitu adanya pengaruh yang signifikan dari kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.

Perbedaan hasil dari penelitian-penelitian terdahulu menarik minat penulis untuk mengangkat kembali topik tersebut. Oleh sebab itu, penulis akan melakukan penelitian yang berjudul “PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi empiris pada perusahaan sektor pertanian, pertambangan, dan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang penelitian, maka penulis mengidentifikasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Masih banyak perusahaan yang kurang memperhatikan dampak dari aktivitasnya terhadap lingkungan
2. Masih banyak perusahaan yang berorientasi pada profit sehingga menjadi acuh terhadap kondisi sosial dan lingkungannya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah diidentifikasi oleh penulis, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah Kinerja Lingkungan yang diukur menurut peringkat PROPER memberikan hasil yang signifikan terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* dan kinerja lingkungan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk mendeskripsikan bagaimana pengaruh dari pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan kinerja perusahaan terhadap nilai perusahaan berdasarkan data-data yang diperoleh dari perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2020.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan
3. Untuk mengetahui pengaruh corporate social responsibility dan kinerja lingkungan secara simultan terhadap nilai perusahaan

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi bagi penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian mengenai topik corporate social responsibility ataupun mengenai ekonomi dan lingkungan

1.5.2 Kegunaan Praktis

Dengan adanya penelitian ini, perusahaan dapat memperoleh gambaran bahwa tidak hanya *profit* yang dapat mempengaruhi perusahaan, namun *people* dan

planet pun dapat mempengaruhi sebuah perusahaan, sehingga perusahaan dapat lebih berhati-hati dalam melaksanakan aktivitasnya.

1.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

1.6.1 Landasan teori

Stakeholder theory menyatakan bahwa perusahaan tidak lagi hanya bertanggung jawab menyampaikan informasi kepada pemegang saham, tetapi juga kepada *stakeholders* lainnya seperti kreditur, pemerintah, analis, masyarakat, alam, dan lingkungan sebagai salah satu akses menuju keberlanjutan (Tauringana & Chithambo, 2015).

Legitimacy theory menjelaskan bahwa suatu entitas merupakan bagian dari komunitas sosial (Anggraeni, 2015). Teori ini menegaskan bahwa keberlangsungan sebuah perusahaan tidak hanya bergantung pada shareholder saja, tetapi juga dari adanya penerimaan masyarakat dan lingkungan sekitar. Suaryana (2011) menyatakan bahwa suatu entitas akan beroperasi sesuai dengan nilai dan norma yang di terima oleh masyarakat sekitar perusahaan sebagai usaha memperoleh legitimasi.

Berdasarkan kedua teori tersebut, salah satu cara untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat sekitar adalah dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan. Kewajiban pelaksanaan CSR tercantum dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) Nomor 40 Tahun 2007 pasal 74 yang berbunyi: “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab

Sosial dan Lingkungan.”. CSR merupakan sebuah bentuk publikasi dari pertanggungjawaban perusahaan terhadap sosial dan lingkungan (Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2013-2017, 2019).

Selain itu, pernyataan mengenai CSR juga tertulis dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (Revisi 2009) paragraf kedubelas: “Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan”.

Corporate Social Responsibility berkaitan dengan etika dan moral yang secara signifikan mampu mempengaruhi penilaian stakeholder perusahaan (Mukhtaruddin et al., 2019). CSR mampu melindungi kepentingan perusahaan itu sendiri, yaitu dengan diperolehnya legitimasi public, maka perusahaan dapat beroperasi lebih lancar.

Selain pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Kinerja Lingkungan perusahaan yang baik merupakan cara lain agar dapat memperoleh legitimasi dari publik. Kinerja lingkungan berkaitan dengan keberhasilan manajemen dalam mengelola dampak dari aktivitas perusahaan terhadap lingkungan. Perusahaan yang menunjukkan kinerja lingkungan mereka dan memberikan informasi positif

yang akan mendapatkan legitimasi publik dan memberikan perhatian bagi para investor sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan (Anggraeni, 2015). Hardiyansah et al., (2021) menyatakan bahwa perusahaan harus lebih memerhatikan lingkungan, karena keberlanjutan sebuah perusahaan bergantung pada kemampuan perusahaan mengatur kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan.

Publikasi CSR dan Kinerja lingkungan yang baik diyakini mampu menambah nilai bagi perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap kemampuan manajemen untuk mengelola perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham (Adhitya et al., 2016).

1.6.2 Studi Empiris

Penulis menggunakan penelitian-penelitian terdahulu sebagai bahan referensi dan studi literatur untuk menunjang konsep dalam penelitian ini. Beberapa penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini digambarkan dalam tabel sebagai berikut ini:

Tabel 1.1

Tabel Hasil Studi Empiris

No.	Penulis	Judul	Hasil
1	Putu Purnama Dewi & I Putu Edward Narayana (2020)	Implementasi <i>Green Accounting</i> , Profitabilitas dan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Nilai Perusahaan	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi <i>Green Accounting</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Begitu juga dengan profitabilitas dan <i>Corporate Social Responsibility</i> yang juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

2	Gabrielle & Agus Arianto Tolly (2019)	<i>The Effect of Greenhouse Gas Emissions Disclosure and Environmental Performance on Firm Value: Indonesia Evidence</i>	Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa pengungkapan emisi Gas Rumah Kaca dan kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu penelitian ini mengungkapkan bahwa kinerja lingkungan dapat memoderasi hubungan antara pengungkapan emisi gas rumah kaca dan nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan <i>Debt to Equity Ratio</i> (DER) dan <i>Net Operating Income</i> (NOI) sebagai variable control dan menunjukkan bahwa keduanya memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, namun ukuran perusahaan yang juga digunakan sebagai variabel kontrol memberikan efek negatif terhadap nilai perusahaan
3	Katia Nahda & D. Agus Harjito (2011)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Corporate Governance</i> sebagai Variabel Moderasi	Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan good corporate governance dapat memoderasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan.
4	Evelyn Stacia & Juniarti (2015)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan di Sektor Pertambangan	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa market share berpengaruh

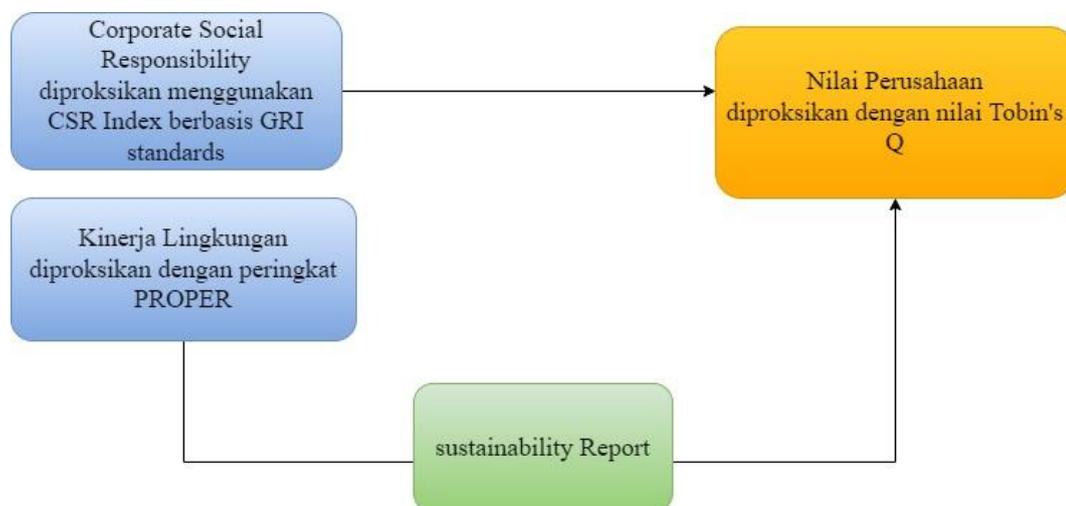
			signifikan terhadap perusahaan, namun <i>Debt to Equity Ratio</i> (DER) tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.
5	I Putu Adhi Saputra & Luh Putu Mahyuni (2018)	Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan	Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan kepemilikan public memberikan pengaruh positif terhadap kinerja lingkungan, dan kinerja lingkungan berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan

1.6.3 Kerangka Konseptual

Corporate Social Responsibility merupakan suatu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap stakeholder dalam bentuk publikasi informasi ekonomi, sosial dan lingkungan sebagai akibat dari aktivitas perusahaan. Penerapan CSR secara konsisten mampu mendorong perolehan legitimasi sosial. Perusahaan yang mampu memperoleh legitimasi dari publik akan lebih mudah mencapai *sustainability* yang dapat menambah nilai suatu perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Edward Narayana (2020) yang menemukan bahwa semakin baik penyampaian CSR maka nilai perusahaan ikut meningkat. Nahda & Harjito (2011) pun ikut mengemukakan hal serupa yaitu adanya pengaruh positif dari penerapan CSR terhadap nilai perusahaan.

Kinerja lingkungan merujuk pada kemampuan manajemen untuk meminimalisir efek negatif yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan terhadap lingkungan. Perusahaan yang menerapkan kinerja lingkungan secara maksimal

membuat publik percaya bahwa perusahaan telah berkomitmen untuk ikut memelihara lingkungan. hal ini jua akan menjadi poin plus dalam meningkatkan nilai perusahaan. Gabrielle & Toly (2019) mengemukakan bahwa kinerja lingkungan akan mampu menaikkan nilai perusahaan karena kinerja lingkungan dapat membuat perusahaan memperoleh legitimasi dari publik. Hal senada disampaikan Saputra & Mahyuni (2018) dalam penelitiannya bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena dengan kinerja lingkungan perusahaan yang baik memberikan sinyal positif sebagai perusahaan yang tidak hanya mampu mengelola laba, tetapi juga mampu mengelola lingkungan. sinyal positif inilah yang memungkinkan investor untuk memandang tinggi nilai perusahaan tersebut melalui peningkatan harga saham.



Gambar 1.2

Kerangka Konseptual

1.6.4 Hipotesis

Hipotesis didefinisikan sebagai dugaan sementara atas jawaban dari permasalahan yang diangkat dalam sebuah penelitian. Dugaan ini akan diuji kembali menggunakan data-data yang diperoleh selama penelitian untuk memperoleh kebenaran jawaban permasalahan yang diajukan dalam penelitian (Arikunto, 1995).

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Edward Narayana (2020) mengungkapkan bahwa publikasi Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin meningkat publikasi CSR maka semakin meningkat pula nilai perusahaan di mata investor. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ardiyanto & Haryanto (2017) yang juga mengungkapkan bahwa publikasi CSR memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. publikasi CSR yang lebih luas dapat menarik perhatian masyarakat dan pihak-pihak eksternal lainnya, sehingga akan mampu memperoleh respon positif dari investor. Berdasarkan asumsi tersebut, maka hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah: pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Gabrielle & Toly (2019) mengungkapkan bahwa kinerja lingkungan memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Publikasi kinerja lingkungan akan memberikan informasi kepada publik bahwa perusahaan ikut peduli terhadap lingkungan sehingga akan mampu memperoleh legitimasi dari masyarakat. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni (2015) yang menyatakan bahwa perusahaan yang menunjukkan kinerja lingkungan lebih baik

akan memperoleh respon positif dari pasar. Sedangkan Ethika et al., (2019) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa pengungkapan kinerja lingkungan memberikan pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Ethika et al., (2019) menyatakan bahwa nilai perusahaan bisa turun ketika kinerja lingkungan yang tinggi tidak terlalu direaksi oleh investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut sehingga menyebabkan harga saham menjadi turun. Berdasarkan hasil penelitian-penelitian tersebut, maka hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah : kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

1.7 Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor pertanian, pertambangan dan sektor barang konsumsi yang memperoleh peringkat PROPER dan telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sumber data penelitian diperoleh dari website Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan website Kementerian Lingkungan Hidup (www.menlhk.go.id). Adapun waktu penelitian dilaksanakan antara bulan November 2021 hingga bulan Juni 2022.