

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. Legitimate Theory (Teori Legitimasi)

Teori legitimasi pertama kali dikemukakan oleh Dowling dan Preffer pada tahun 1975, teori ini menyatakan bahwa organisasi merupakan bagian dari masyarakat, sehingga organisasi wajib untuk mematuhi norma-norma sosial yang berlaku dalam masyarakat<sup>1</sup>. Dalam legitimasi, perilaku perusahaan yang sesuai norma dan aturan akan dianggap sebagai upaya dalam mempertahankan legitimasi mereka di mata masyarakat dan *stakeholders*, sedangkan ketidakpatuhan terhadap norma sosial dapat merugikan citra perusahaan dan menyebabkan penurunan dukungan dari masyarakat, investor dan pihak terkait<sup>2</sup>. Menurut Imam Ghozali, teori legitimasi mengemukakan bahwa organisasi atau entitas bisnis harus selalu membangun persepsi positif dari masyarakat terkait operasional perusahaannya yang sesuai dengan aturan, norma dan batasan yang diakui oleh masyarakat. Teori ini mencerminkan mengenai suatu kontak sosial yang berkaitan antara masyarakat dan perusahaan. Dengan standart masyarakat yang selalu berkembang sehingga menuntut perusahaan untuk dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan tersebut<sup>3</sup>.

Teori legitimasi ini mengacu kepada pengungkapan informasi sosial dan lingkungan yang bergantung pada kontrak sosial perusahaan dengan masyarakat. Kontrak sosial mencerminkan harapan masyarakat terhadap cara perusahaan dalam menjalankan operasinya melalui pengungkapan informasi terkait kinerja sosial dan lingkungan seperti yang tercantum

---

<sup>1</sup> Vinola Herawaty, Florus Daeli, and Julia, "Peran Media Coverage Atas Pengaruh Corporate Governance Dan Pengungkapan Manajemen Resiko Terhadap Real Earnings Management," *Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik* 18, no. 2 (2023): 283–308.

<sup>2</sup> Sampath Kumar Venkatachary, Jagdish Prasad, and Ravi Samikannu, "Challenges, Opportunities and Profitability in Virtual Power Plant Business Models in Sub Saharan Africa - Botswana," *International Journal of Energy Economics and Policy* 7, no. 4 (2017): 48–58.

<sup>3</sup> Imam Ghozali, *25 Grand Theory: 25 Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis (Untuk Landasan Teori Skripsi, Tesis Dan Disertasi)* (Semarang: Yoga Pratama, 2020).

dalam laporan perusahaan<sup>4</sup>. Karena itu teori ini sering kali dikaitkan dengan praktik akuntansi lingkungan dan menjadi dasar dalam mengembangkan teori pengungkapan tanggung jawab sosial<sup>5</sup>. Dengan teori ini, perusahaan akan semakin menyadari terhadap ketergantungannya pada masyarakat dan lingkungan yang ada disekitar perusahaan, yang dapat berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang<sup>6</sup>.

Konsep legitimasi sangat penting dan berkaitan erat dengan penilaian yang dilakukan oleh masyarakat terhadap suatu perusahaan. Dalam konteks ini, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh suatu perusahaan menjadi salah satu elemen penting yang diharapkan dapat memperoleh pengakuan dan kepercayaan dari masyarakat terkait dengan dampak kegiatan perusahaan terhadap lingkungan. Melalui pengungkapan CSR, perusahaan dapat membangun citra positif sebagai entitas yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan<sup>7</sup>.

Tidak hanya itu, penerapan *Economic Value Added* (EVA) juga diharapkan dapat mendapatkan pengakuan dan dukungan dari masyarakat dalam hal kesuksesan financial. EVA sebagai metrik kinerja keuangan, dapat mencerminkan nilai tambah ekonomis yang dihasilkan oleh perusahaan. Dengan adanya kepercayaan masyarakat terkait kesuksesan finansialnya, perusahaan dapat memperoleh dukungan untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan yang bersifat positif terhadap lingkungan dan sosial<sup>8</sup>. Pengungkapan CSR dan penerapan EVA tidak hanya dapat meraih kepercayaan dan dukungan masyarakat, tetapi juga

---

<sup>4</sup> Trevor D Wilmshurst and Geoffrey R Frost, "Corporate Environmental Reporting A Test of Legitimacy Theory," *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 13, no. 1 (2000): 108–30.

<sup>5</sup> Achmad Badjuri, Jaeni Jaeni, and Andi Kartika, "Peran Corporate Social Responsibility Sebagai Pemoderasi Dalam Memprediksi Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Di Indonesia: Kajian Teori Legitimasi," *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* 28, no. 1 (2021): 1–19, <https://doi.org/10.35315/jbe.v28i1.8534>.

<sup>6</sup> UY and Hendrawati, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan."

<sup>7</sup> Ajeng Wijayanti and Gracelia Angelina Dondoan, "Pengaruh Penerapan Green Accounting Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Firm Value Dengan Kinerja Perusahaan Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Akuntansi Manajerial* 7, no. 1 (2022): 1–24.

<sup>8</sup> Sobahi, Enas, and Herlina, "Pengaruh Economic Value Added Dan Market Value Added Terhadap Nilai Perusahaan (Suatu Studi Pada Bank BCA Yang Terdaftar Di BEI Periode 20017-2017)."

menjadi elemen penting dalam membangun legitimasi perusahaan, yang dapat menjadi dasar untuk memahami dan memitigasi dampak lingkungan melalui praktik kinerja lingkungan yang positif. Dengan begitu, perusahaan tidak dianggap sebagai entitas ekonomis semata, melainkan sebagai anggota masyarakat yang peduli terhadap aspek sosial dan lingkungan. Pemenuhan harapan ini bukan sebatas kewajiban, tetapi juga sebagai investasi dalam membangun hubungan positif dengan masyarakat yang akan mendukung keberlanjutan perusahaan dan memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan secara keseluruhan<sup>9</sup>.

## 2. *Stakeholder Theory* (Teori Pemangku Kepentingan)

Teori pemangku kepentingan (*stakeholder theory*) mengilustrasikan bahwa tujuan industri tidak hanya sebatas memaksimalkan keuntungan untuk pemilik dan investor (*stakeholder*), melainkan juga memberikan manfaat kepada sejumlah pihak yang memiliki kepentingan dalam operasional perusahaan. Pemangku kepentingan ini tidak hanya melibatkan pemilik saham saja, tetapi juga masyarakat, kelompok sosial dan pemerintah yang terlibat dalam ekosistem perusahaan<sup>10</sup>. Dengan pendekatan ini perusahaan diharapkan tidak hanya berfokus pada tingkat keuntungan, melainkan juga mempertimbangkan dampak sosial, lingkungan dan kontribusi positif terhadap masyarakat. Hal ini bertujuan agar perusahaan dapat menciptakan nilai yang berkelanjutan, mengurangi potensi konflik dan meminimalkan risiko yang mungkin muncul<sup>11</sup>.

*Stakeholder theory* menekankan prinsip transparansi dan akuntabilitas perusahaan yang bukan hanya melalui kinerja keuangan, tetapi juga secara terbuka menyajikan data terkait kinerja lingkungan dan sosial. Teori ini menuntut agar

---

<sup>9</sup> Siti Choiriah and Shanti Lysandra, "Effect of Green Accounting, Intellectual Capital on Financial Performance and Competitive Advantage as Moderating Variables," *Technium Social Sciences Journal* 6, no. December (2020): 101–5.

<sup>10</sup> Nurul Devi Ariyani, Wulan Budi Astuti, and Belinda Apsari Candraningtyas, "Green Accounting Effect at Sustainable Industrialization and Financial Performance in Covid Era," *International Students' Conference On Accountiing & Business*, 2023, 967–82, <http://www.jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/scoab/article/view/3639>.

<sup>11</sup> Azri Mareta and Fury Khristianty Fitriyah, "Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Kepemilikan Asing Terhadap Nilai Perusahaan," *Seminar Nasional Akuntansi Dan Bisnis Universitas Widyatama*, 2017, 449–71.

perusahaan tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga bertindak sesuai dengan nilai-nilai dan norma yang diakui oleh berbagai pemangku kepentingan, sehingga dapat mendapatkan pengakuan positif dari pemangku kepentingan<sup>12</sup>. Teori pemangku kepentingan juga menekankan prinsip bahwa perusahaan harus memperhatikan dan memenuhi kebutuhan serta keinginan dari pihak-pihak yang berkepentingan dan berkontribusi mendukung aktivitas perusahaan<sup>13</sup>. Hal ini menjelaskan bagaimana perusahaan mengidentifikasi kelompok pemangku kepentingan yang memiliki pengaruh kuat yang dapat mempengaruhi, atau dipengaruhi oleh praktik pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan serta bagaimana perusahaan menanggapi harapan mereka<sup>14</sup>.

Hubungan teori pemangku kepentingan (*stakeholder*) dengan penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut : Teori pemangku kepentingan menekankan pentingnya memberikan informasi kepada semua pihak yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan yang berguna untuk pengambilan keputusan. Dalam konteks investasi, para investor merupakan salah satu pemangku kepentingan utama. Mereka mengambil keputusan untuk menambah modal berdasarkan informasi yang mereka peroleh dari perusahaan. Jika perusahaan menunjukkan kepedulian terhadap keberlanjutan, lingkungan dan aspek sosial, ini dapat meningkatkan kepercayaan investor. Investor yang percaya bahwa perusahaan bertanggung jawab sosial dan memiliki keberlanjutan yang baik mungkin lebih cenderung menanamkan modalnya, yang akan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan<sup>15</sup>.

---

<sup>12</sup> I Dewa Made Endiana, "Implementasi Corporate Governance Pada Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan," *JUARA : Jurnal Riset Akuntansi* 1 (2017): 283–300, <https://doi.org/10.4324/9781315775203-16>.

<sup>13</sup> Maulida Dewi Firdaus Abdullah, "Pengaruh Pengungkapan Risiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah Indonesia ( ISSI ): Review Konseptual," *IRONS: Industrial Research Workshop and National Seminar*, 2018, 531–36.

<sup>14</sup> Yingjun Lu and Indra Abeysekera, "Stakeholders Power , Corporate Characteristics and Social and Environmental Disclosure : Evidence from China Yingjun Lu Shanghai University of International Business and Economics , China Indra Abeysekera University of Wollongong , Australia Stakeholders," *Journal Of Cleaner Production* 64, no. 1 (2014): 426–36.

<sup>15</sup> Alina Widayarsi and Taufikur Rahman, "Peran ISR Dalam Hubungan Antara Green Accounting Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja

Dengan itu, hubungan antara teori pemangku kepentingan dan penelitian ini dapat dilihat melalui kepedulian perusahaan terhadap berbagai pihak pemangku kepentingan, termasuk aspek-aspek lingkungan dan sosial. Kepedulian ini tercermin melalui penerapan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Penerapan CSR mencerminkan janji perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan keberlanjutan lingkungan. Tindakan ini tidak hanya memberikan dampak positif pada lingkungan, melainkan juga pada pemangku kepentingan seperti karyawan, pelanggan dan masyarakat luas<sup>16</sup>. Selain CSR, penerapan *Economic Value Added* (EVA) juga dapat menjadi faktor tambahan yang meningkatkan keyakinan investor. *Economic Value Added* (EVA) mencerminkan seberapa efektif perusahaan dalam menciptakan nilai ekonomi, yang menjadi indikator penting bagi investor terkait kinerja finansial dan nilai jangka panjang perusahaan<sup>17</sup>.

Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Economic Value Added* (EVA) dan kinerja lingkungan sangat relevan dalam penelitian ini. Kinerja lingkungan sebagai pemoderasi, berperan dalam menghubungkan praktik-praktik CSR dan EVA dengan nilai perusahaan. Praktik lingkungan yang baik dapat memperkuat dampak positif dari CSR dan EVA terhadap kinerja perusahaan, sehingga mewujudkan perusahaan yang berkelanjutan dan peduli terhadap lingkungan sehingga dapat berkontribusi dalam penciptaan nilai perusahaan. Dengan demikian, melalui hubungan yang terjalin antara CSR, EVA dan kinerja lingkungan, perusahaan diharapkan dapat membangun kekuatan dalam meningkatkan *firm value*. Perpaduan antara praktik sosial, ekonomi dan lingkungan diharapkan dapat menciptakan dampak positif untuk perusahaan, pemangku kepentingan dan lingkungan<sup>18</sup>.

---

Kuangan,” *JAE: JURNAL AKUNTANSI DAN EKONOMI*, 2023, 20–34, <https://doi.org/10.29407/jae.v8i2.19063>.

<sup>16</sup> Hana Gracia Melawati and Mia Ika Rahmawati, “Pengaruh Green Accounting Dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan : Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi,” *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* 11 (2022): 1–24.

<sup>17</sup> Sobahi, Enas, and Herlina, “Pengaruh Economic Value Added Dan Market Value Added Terhadap Nilai Perusahaan (Suatu Studi Pada Bank BCA Yang Terdaftar Di BEI Periode 20017-2017).”

<sup>18</sup> Ariyani, Astuti, and Candraningtyas, “Green Accounting Effect at Sustainable Industrialization and Financial Performance in Covid Era.”

### 3. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan upaya perusahaan dalam menjalankan dan mewujudkan keberlanjutan melalui kontribusi dalam pengembangan lingkungan, sosial dan ekonomi. Tindakan ini dianggap sebagai bagian dari tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan dengan tujuan menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat<sup>19</sup>. CSR yang diterapkan secara konsisten memiliki potensi untuk memperbaiki dan mempererat hubungan yang berkelanjutan antara perusahaan dengan stakeholder<sup>20</sup>. Perusahaan yang memiliki orientasi manajemen yang kuat akan menyadari pentingnya aspek lingkungan dan menganggap penerapan CSR sebagai kebutuhan moral melalui penerapan nilai etika, yang akan mengantarkan perusahaan meraih keberhasilan keberlanjutan perusahaan jangka panjang. Selain itu, praktik CSR juga memiliki potensi untuk menciptakan keberlanjutan perusahaan dan memberikan manfaat yang dapat dirasakan di masa mendatang. Hal ini dapat meningkatkan citra dan popularitas perusahaan, menciptakan reputasi yang positif di mata konsumen, investor dan karyawan<sup>21</sup>.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. UU tersebut mewajibkan perusahaan di sektor eksplorasi sumber daya alam, seperti pertambangan dan manufaktur untuk melaksanakan CSR. Berdasarkan panduan *Global Reporting Initiative (GRI) G4*, informasi pengungkapan CSR dibagi menjadi tiga kategori utama : (1) Ekonomi, (2) Lingkungan, dan (3) Sosial. Kategori-kategori tersebut terdiri

---

<sup>19</sup> Renaldy Alviansyah and I Gede Adiputra, "Pengaruh Mekanisme GCG Dan CSR Terhadap Kinerja Keuangan Yang Dimediasi Manajemen Laba," *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 3, no. 1 (2021): 24, <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i1.11284>.

<sup>20</sup> Lela Nurlaela Wati, Galang Raindo Syahdam, and Bono Prambudi, "Peran Pengungkapan CSR Dan Mekanisme GCG Pada Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan," *Jurnal Ecodemica* 3, no. 2 (2019): 98–110.

<sup>21</sup> Iskandar, "Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan," *Forum Ekonomi* 18, no. 1 (2016): 1–217, [https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/MT\\_Globalization\\_Report\\_2018.pdf](https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/MT_Globalization_Report_2018.pdf) [http://eprints.lse.ac.uk/43447/1/India\\_globalisation%20C\\_society\\_and\\_inequalities%20sero%29.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/43447/1/India_globalisation%20C_society_and_inequalities%20sero%29.pdf) <https://www.quora.com/What-is-the>.

dari sejumlah 91 item yang mencakup berbagai aspek<sup>22</sup>. Konsep CSR didasarkan pada prinsip 3P yaitu *profit, people* dan *planet*. Hal tersebut berarti bahwa perusahaan tidak hanya bertujuan untuk mencapai keuntungan ekonomi, tetapi juga peduli terhadap kesejahteraan manusia dan pelestarian lingkungan hidup<sup>23</sup>.

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) sejalan dengan ajaran Islam yang mendorong terciptanya keseimbangan antara kegiatan bisnis dan prinsip-prinsip bisnis berdasarkan nilai-nilai Islam. CSR juga dibahas dalam Al-Quran, dimana moralitas dalam berbisnis dapat mempengaruhi keberhasilan usaha<sup>24</sup>. Misalnya, dalam surat Al-Baqarah ayat 205 yang menegaskan pentingnya menjaga dan melestarikan lingkungan. Konsep CSR dalam Islam juga dijelaskan dalam Q.S An-Nisa ayat 36 :

وَأَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا ۚ وَالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِالْأَقْرَبِينَ وَالْيَتَامَىٰ  
وَالْمَسْكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ  
السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَن كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا

Artinya : “Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatupun. Dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu-bapa, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, dan teman sejawat, ibnu sabil dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri.”<sup>25</sup>

<sup>22</sup> Ketut Tanti Kustina and Tzania Ayu Hasanah, “Pengaruh Kinerja Lingkungan, Sensitivitas Industri, Dan Ukuran Perusahaan, Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia,” *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi* 12, no. 1 (2020): 113–25, <https://doi.org/10.22225/kr.12.1.1865.113-125>.

<sup>23</sup> NiPutu Sari Adnyani, I Dewa Made Endiana, and Putu Edy Arizona, “Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan,” *Jurnal Kharisma* 2, no. 2 (2020): 228–49.

<sup>24</sup> Anis Ulfiyatin Anis Ulfiyatin, “CSR (Corporatesocialresponsibility) Dalam Perspektif Islam: Alternatif Strategi Untuk Menciptakan GCC (Good Corporate Culture) Di Masyarakat,” *Al-I’jaz : Jurnal Studi Al-Qur’an, Falsafah Dan Keislaman* 1, no. 2 (2019): 67–89, <https://doi.org/10.53563/ai.v1i2.18>.

<sup>25</sup> Tim Penulis Al-Qur’an, *Al-Qur’an Dan Terjemahannya* (Semarang: PT Karya Toha Putra).

Melalui Q.S An-Nisa ayat 36 diatas, perusahaan harus peduli terhadap sesama, khususnya para pemangku kepentingan dan masyarakat. Hal tersebut dapat diwujudkan melalui penerapan konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR), yang mencakup tanggung jawab terhadap dampak yang dihasilkan perusahaan, seperti polusi, limbah, keamanan produk dan hak-hak tenaga kerja. Praktik tanggung jawab sosial perusahaan juga mencakup pemberian bantuan sosial kepada masyarakat dan pemberian hak yang setara kepada karyawan, termasuk upah yang sesuai dengan Upah Minimum Regional (UMR), waktu istirahat dan fasilitas untuk beribadah<sup>26</sup>.

Perusahaan yang menjalankan program CSR dapat meraih sejumlah manfaat. Pertama, dengan tumbuh dan berkembang serta memiliki citra positif di masyarakat, perusahaan dapat menjamin kelangsungan usahanya dan lebih mudah mendapatkan dukungan modal. Kedua, dengan melibatkan sumber daya manusia lokal dalam praktik CSR dapat meningkatkan nilai eksistensi perusahaan, sekaligus meningkatkan kualitas hidup masyarakat di daerah tersebut. Ketiga, praktik CSR dapat membantu mengurangi eksploitasi sumber daya alam, dan menjaga kualitas lingkungan dan terlibat dalam perbaikan lingkungan. Dengan demikian, menjalankan program CSR bukan hanya memberikan keuntungan bagi perusahaan saja, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan secara keseluruhan<sup>27</sup>.

#### 4. *Economic Value Added* (EVA)

*Economic Value Added* (EVA) adalah metode evaluasi keuangan keuangan yang digunakan untuk menilai kinerja investasi perusahaan dengan mempertimbangkan harapan para penyumbang dana seperti kreditur dan pemegang saham. Pendekatan ini memberikan perhitungan ekonomis yang aktual dengan mempertimbangkan biaya modal rata-rata tertimbang. EVA memberikan informasi mengenai seberapa efisien suatu investasi dalam menciptakan nilai tambah dan berfungsi sebagai

---

<sup>26</sup> Yuni Mayanti and Rani Putri Kusuma Dewi, "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Bisnis Islam," *Journal of Applied Islamic Economics and Finance* 1, no. 3 (2021): 651–60, <https://doi.org/10.35313/jaief.v1i3.2612>.

<sup>27</sup> Ni Ketut Sri Ardani and Luh Putu Mahyuni, "Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Manfaatnya Bagi Perusahaan," *Jurnal Manajemen Bisnis* 17, no. 1 (2020): 12, <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i1.2339>.

alat untuk menilai efektivitas manajerial dalam periode tertentu<sup>28</sup>. *Economic Value Added* (EVA) juga dianggap sebagai ukuran keberhasilan manajemen perusahaan dalam meningkatkan nilai tambah (*value added*). Hal tersebut menekankan bahwa EVA digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana manajemen dalam menciptakan nilai tambah ekonomis diatas biaya modal yang digunakan<sup>29</sup>.

Peningkatan nilai tambah, sebagaimana yang diukur oleh EVA dapat memberikan pandangan yang lebih nyata mengenai kinerja perusahaan dan dikaitkan dengan upaya manajemen dalam meningkatkan nilai perusahaan. EVA memperhitungkan nilai pasar kreditur, terutama pemegang saham, dibandingkan dengan menggunakan nilai buku historis untuk menghitung biaya modal. Perhitungan EVA ini diharapkan dapat mendukung penyajian laporan keuangan yang akan membantu pengguna laporan keuangan seperti kreditur, investor, karyawan, pemerintah, pelanggan dan pihak lainnya<sup>30</sup>.

Melalui perhitungan *Economic Value Added*, perusahaan diharapkan dapat mencapai nilai ekonomis yang lebih realistis, membantu identifikasi kegiatan-kegiatan yang memberikan tingkat pengembalian yang lebih tinggi, dan menciptakan nilai tambah yang maksimal. Melalui EVA, manajer juga dilatih untuk berfikir dan bertindak dengan cara yang dapat memaksimalkan tingkat pengembaliann modal, berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Perhitungan EVA juga diharapkan dapat mendukung penyajian laporan keuangan yang memberikan manfaat bagi berbagai pihak<sup>31</sup>.

---

<sup>28</sup> Erna Retno Rahadjeng, “Analisis Perbandingan Kinerja Perusahaan Otomotif Dan Komponen Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Dengan Menggunakan EVA, REVA, FVA Dan MVA,” *BENEFIT Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 4, no. 1 (2019): 102–10, <http://journals.ums.ac.id/index.php/benefit/article/view/7789/4670>.

<sup>29</sup> Sobahi, Enas, and Herlina, “Pengaruh Economic Value Added Dan Market Value Added Terhadap Nilai Perusahaan (Suatu Studi Pada Bank BCA Yang Terdaftar Di BEI Periode 20017-2017).”

<sup>30</sup> Saidi, “Analisis Kinerja Dengan Metode Economic Value Added (Studi Kasus PT. Astra International. Tbk),” *Jurnal Riset Manajemen Dan Akutansi* 1, no. 2 (2010): 50–67, <https://media.neliti.com/media/publications/221261-analisis-kinerja-dengan-metode-economic.pdf>.

<sup>31</sup> Yuli Kurnia Firdausia, “Analisis Economic Value Added ( EVA ) Dan Market Value Added (MVA) Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2014 –

## 5. *Enviromental Performance* (Kinerja Lingkungan)

*Environmental performance* diartikan sebagai upaya perusahaan dalam menciptakan dan memelihara kualitas lingkungan yang optimal. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa penilaian terhadap kinerja perusahaan tidak hanya mencakup aspek bisnis dan keuangan, tetapi juga melibatkan upaya dan dampak perusahaan terhadap keberlanjutan dan kesehatan lingkungan<sup>32</sup>. Kinerja lingkungan juga dapat diartikan sebagai ukuran sejauh mana perusahaan berkomitmen untuk melestarikan lingkungan dan mengurangi dampak negatif. Perusahaan yang berhasil menunjukkan kinerja lingkungan operasionalnya. Perusahaan yang berhasil menunjukkan kinerja lingkungan yang baik juga dianggap sebagai kabar baik bagi investor. Hal ini dikarenakan perusahaan menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan dan dianggap sebagai praktik bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Investor yang memperhatikan faktor-faktor lingkungan seringkali akan merespon positif terhadap perusahaan dengan menggambarkan kepedulian mereka melalui fluktuasi harga saham perusahaan. Dengan demikian, perusahaan yang menunjukkan *environmental performance* yang baik tidak hanya memenuhi tanggung jawab terhadap lingkungan tetapi juga dapat meningkatkan nilai perusahaan<sup>33</sup>.

*Environmental performance* dapat dinilai dengan memantau kinerjanya dalam mengikuti Program Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). PROPER merupakan suatu program yang dikelola oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) dengan tujuan utama menilai tingkat ketaatan perusahaan dalam mengelola lingkungan hidup. Melalui PROPER, perusahaan dinilai berdasarkan sejauh mana mereka mematuhi regulasi lingkungan

---

2018,” *Majalah Ekonomi* 24, no. 2 (2019): 184–93, <https://doi.org/10.36456/majeko.vol24.no2.a2064>.

<sup>32</sup> Ignatius Bondan Suratno, Darsono, and Siti Mutmainah, “Pengaruh Environmental Performance Terhadap Environmental Disclosure Dan Economic Performance (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta Periode 2001-2004),” *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia* 10, no. 2 (2007): 199–214.

<sup>33</sup> Gine Das Prena, “Pengaruh Penerapan Green Accounting, Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia,” *Jurnal Akun Nabelo: Jurnal Akuntansi Netral, Akuntabel, Objektif* 3 (2021): 495–507.

dan menerapkan praktik-praktik ramah lingkungan<sup>34</sup>. Pelaksanaan PROPER ditujukan kepada perusahaan-perusahaan yang memenuhi kriteria termasuk perusahaan yang berdampak besar terhadap lingkungan, perusahaan dengan orientasi ekspor atau yang memiliki hubungan langsung dengan masyarakat. Penilaian kinerja lingkungan melalui PROPER menggunakan skor yang diberikan dalam bentuk peringkat, dimana peringkat tersebut diposisikan dengan angka 5-1. Adapun kategori peringkat PROPER dibedakan menjadi lima peringkat warna, yaitu<sup>35</sup> :

**Tabel 2.1 Peringkat PROPER**

<b>Peringkat</b>	<b>SKOR</b>	<b>Kategori</b>
Emas	5	Sangat Baik
Hijau	4	Baik
Biru	3	Cukup
Merah	2	Buruk
Hitam	1	Sangat Buruk

Sumber : [www.menlhk.go.id](http://www.menlhk.go.id) , 2023

Berdasarkan kriteria penilaian peringkat kinerja usaha atau kegiatan dalam PROPER adalah sebagai berikut :

- a. Emas, diberikan kepada usaha yang secara konsisten menunjukkan bahwa mereka menguntungkan lingkungan selama proses produksi atau penyedia jasa. Selain itu, perusahaan yang beroperasi dengan etika tinggi serta memiliki tanggung jawab sosial.
- b. Hijau, diberikan kepada kegiatan yang melibatkan pengelolaan lingkungan yang lebih dari persyarakatan melalui penerapan sistem pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumber daya secara efektif dan pelaksanaan upaya tanggung jawab sosial yang baik.
- c. Biru, diberikan kepada usaha yang melaksanakan upaya pengelolaan lingkungan sesuai dengan ketentuan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

<sup>34</sup> Fajar Rina Sejati and Nur Aidha Zakaria, "Hubungan Kinerja Lingkungan Dan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Feminisme Dewan Direksi Sebagai Variabel Moderasi," *JIA (Jurnal Ilmiah Akuntansi)* 5, no. 2 (2020): 235–63, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JIA/article/view/27716>.

<sup>35</sup> Faisol Rahman, "Dualisme Konteks Proper Sebagai Instrumen Penaatan Sukarela Dan Command and Control," *Jurnal Hukum Lingkungan Indonesia* 6, no. 2 (2020): 235–65, <https://doi.org/10.38011/jhli.v6i2.160>.

- d. Merah, diberikan kepada usaha yang upaya pengelolaan lingkungannya belum memenuhi persyaratan yang diatur dalam perundang-undangan
- e. Hitam, diberikan kepada kegiatan yang sengaja menyebabkan perbuatan pencemaran atau kerusakan lingkungan, melanggar peraturan perundang-undangan yang berlaku atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Dalam Islam alam semesta diciptakan oleh Allah SWT dengan sangat sempurna. Untuk mengatur kelangsungan hidup makhlukNya di muka bumi, Allah telah memberikan petunjuk kepada manusia untuk menjaga kelestarian lingkungan melalui Q.S Al Baqarah ayat 205:

وَإِذَا تَوَلَّى سَعَىٰ فِي الْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهْلِكَ الْحَرْثَ وَالنَّسْلَ ۗ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ الْفُسَادَ

Artinya : “Dan apabila dia berpaling (dari engkau), dia berusaha untuk berbuat kerusakan di bumi, serta merusak tanam-tanaman dan ternak, sedang Allah tidak menyukai kerusakan.”<sup>36</sup>

Dalam ayat tersebut terdapat keterkaitan dengan kinerja lingkungan, ayat tersebut mengingatkan bahwa aktivitas perusahaan harus dilakukan dengan penuh tanggung jawab terhadap lingkungan<sup>37</sup>. Perusahaan sebagai entitas bisnis memiliki tanggung jawab untuk menjaga dan melestarikan lingkungan sekitarnya. Kegiatan produksi, pengelolaan limbah dan eksploitasi sumber daya alam harus dilakukan dengan mempertimbangkan dampak terhadap ekosistem. Perusahaan yang mempraktikkan kinerja lingkungan yang baik akan berusaha mencegah kerusakan pada lingkungan sekitarnya<sup>38</sup>. Mereka akan meminimalkan polusi, mengelola limbah dengan bijaksana dan berupaya untuk menggunakan sumber daya alam secara berkelanjutan. Dengan melakukan itu, perusahaan tidak hanya

<sup>36</sup> Tim Penulis Al-Qur'an, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*.

<sup>37</sup> Abdullah Muhammad, “Urgensi Pelestarian Lingkungan Hidup Dalam Al-Qur'an,” *Jurnal Pillar : Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 13, no. 1 (2022): 67–87.

<sup>38</sup> Saila Salsabila, “Analisis Hadis Pelestarian Lingkungan Hidup,” *El-Sunnah: Jurnal Kajian Hadis Dan Integrasi Ilmu* 1, no. 2 (2021): 176–86, <https://doi.org/10.19109/elsunnah.v1i2.8899>.

mematuhi regulasi lingkungan yang berlaku tetapi juga berkontribusi positif terhadap keberlanjutan lingkungan.

#### 6. *Firm Value* (Nilai Perusahaan)

Nilai perusahaan (*firm value*) dapat diidentifikasi sebagai nilai saham, yang merupakan hasil dari penjumlahan lembar saham dikali dengan nilai pasar per lembar, ditambah dengan nilai pasar utangnya. Namun, apabila besar nilai utang dipegang konstan, setiap peningkatan nilai saham akan otomatis meningkatkan nilai perusahaan<sup>39</sup>. Sejalan dengan pandangan tersebut, Harmono juga menyatakan bahwa nilai perusahaan dapat dinilai dengan melihat harga sahamnya di pasar, yang merupakan hasil dari pembentukan harga saham perusahaan di pasar. Harga saham ini mencerminkan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan secara nyata<sup>40</sup>.

*Firm value* menjadi salah satu hal yang perlu dianalisis. Dengan menganalisis nilai perusahaan, kita dapat mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan perusahaan, sebagai pedoman perusahaan dalam mengkah di masa depan. Tidak hanya berguna bagi internal perusahaan, analisis nilai perusahaan juga dapat digunakan oleh pihak eksternal seperti calon investor, analisis nilai perusahaan dapat dijadikan pertimbangan ketika akan melakukan investasi. Selain, analisis ini juga dapat membantu mengidentifikasi terkait bagaimana perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosialnya terhadap lingkungan setempat. Dengan menganalisis nilai perusahaan, kita dapat memahami sejauh mana perusahaan berkomitmen terhadap keberlanjutan dan kesejahteraan masyarakat. Analisis nilai perusahaan menjadi alat yang sangat berguna untuk mengukur dampak positif yang dihasilkan oleh perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat secara keseluruhan<sup>41</sup>.

Melalui analisis nilai perusahaan, dapat dirumuskan strategi untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Pemaksimalan nilai perusahaan bukan hanya menyangkut kepentingan internal perusahaan, melainkan juga menjadi kebutuhan utama pemegang

---

<sup>39</sup> I Gusti Ketut Purnaya, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta: Andi, 2016).

<sup>40</sup> Harmono, *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus Dan Riset Bisnis* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016).

<sup>41</sup> Nagian Toni and Silvia, *Determinan Nilai Perusahaan*, ed. Nuraini Kartika Sari (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2021), <https://books.google.co.id/books?id=oNcrEAAAQBAJ&lpg=PA44&hl=id&pg=PA18#v=onepage&q&f=false>.

saham. Tingkat keberhasilan perusahaan dapat tercermin dalam nilai perusahaan, yang sering kali tercermin melalui harga sahamnya. Oleh karena itu, analisis nilai perusahaan menjadi fondasi strategis dalam mencapai tujuan utama perusahaan, yaitu memberikan kemakmuran bagi pemegang saham. Dengan mengintegrasikan analisis nilai perusahaan, perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya tidak hanya secara internal tetapi juga dapat membangun kepercayaan dan minat dari pihak eksternal, termasuk investor dan masyarakat umum. Dengan demikian, memaksimalkan nilai perusahaan tidak hanya memberikan dampak positif pada kelangsungan perusahaan, tetapi juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembangunan keberlanjutan dan kesejahteraan masyarakat<sup>42</sup>.

Meningkatkan nilai perusahaan merupakan pencapaian setiap perusahaan guna memperoleh kepercayaan masyarakat. Hal ini dapat diwujudkan melalui doa kepada Allah, kerja keras dan usaha yang sungguh-sungguh. Allah memerintahkan hamba-Nya untuk bekerja dan mencari rezeki, sebab Allah akan memberikan bantuan kepada hamba-Nya yang bersungguh-sungguh. Perintah tersebut dijelaskan dalam Q.S At-Taubah ayat 105 :

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسِرِّيَ اللّٰهِ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُوْنَ وَسَزُدُّوْنَ اِلٰى عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنزِلْكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُوْنَ

Artinya : Dan katakanlah, “Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”<sup>43</sup>

Ayat tersebut dengan jelas menyatakan bahwa Allah mewajibkan hamba-Nya untuk seimbang antara nilai ibadah dan kegiatan muamalah, termasuk bekerja untuk mencari rezeki yang telah disebar di permukaan bumi ini. Perintah untuk bersusah payah dalam mencari rezeki dalam kegiatan bisnis adalah bagian dari tanggung jawab kita sebagai hamba Allah, terutama setelah kewajiban ibadah telah dilaksanakan dengan baik<sup>44</sup>. Oleh karena

<sup>42</sup> Wijayanti and Dondoan, “Pengaruh Penerapan Green Accounting Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Firm Value Dengan Kinerja Perusahaan Sebagai Variabel Intervening.”

<sup>43</sup> Tim Penulis Al-Qur’an, *Al-Qur’an Dan Terjemahannya*.

<sup>44</sup> Wahyudin Maguni and Haris Maupa, “Teori Motivasi, Kinerja Dan Prestasi Kerja Dalam Al-Quran Serta Pleksibilitas Penerapannya Pada

itu, perusahaan harus melaksanakan tugasnya dengan bersungguh-sungguh, memberikan yang terbaik dan senantiasa berdoa agar dapat mencapai kinerja yang optimal dan meningkatkan nilai perusahaan.

Terdapat beberapa cara pengukuran nilai perusahaan yang akurat, antara lain menggunakan rasio-rasio seperti nilai buku (PBV), rasio pembayaran dividen (DPR), Tobin's Q, rasio buku pasar (MBR) dan *Price Earning Ratio* (PER). Dalam penelitian ini, pengukuran Tobin's Q digunakan sebagai salah satu metode evaluasi perusahaan, yang merupakan indikator untuk menilai kinerja manajemen dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan<sup>45</sup>. Tinggi rendahnya nilai perusahaan dapat menggambarkan tingkat kepercayaan investor dan kreditor terhadap prospek masa depan perusahaan. Peningkatan *firm value* menandakan bahwa perusahaan telah berhasil mencapai tujuannya. Untuk mencapai tujuannya, perusahaan harus memperhatikan berbagai faktor pendukung seperti tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan pendekatan ekonomis nilai tambah (EVA) dan juga kinerja lingkungan<sup>46</sup>.

**B. Penelitian Terdahulu**

Berikut beberapa penelitian yang dilakukan peneliti sebelumnya mengenai *firm value* dan komponen terkait lainnya :

**Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu**

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul	Hasil Penelitian
1.	Desita Riyanta Mitra Karina dan Iwan Setiadi	<i>CSR Influence On Corporate Value With</i>	<i>Corporate Social Responsibility</i> berdampak positif pada nilai perusahaan.

Manajemen Perbankan Islam,” *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, no. 1 (2018): 100, <https://doi.org/10.31332/lifalah.v3i1.1191>.

<sup>45</sup> Renly Sondakh and Jenny Morasa, “Ipteks Mengukur Nilai Perusahaan Di Pasar Modal Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia,” *Jurnal Ipteks Akuntansi Bagi Masyarakat* 3, no. 1 (2019): 17–22, <https://doi.org/10.32400/jiam.3.1.2019.23304>.

<sup>46</sup> Sapulette and Limba, “Pengaruh Penerapan Green Accounting Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2018-2020.”

	(2020).	<i>GCG As Moderators</i> <sup>47</sup>	Tetapi <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) sebagai variabel yang memoderasi, memiliki dampak melemahkan terhadap hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.
<p>Persamaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif.</li> <li>Variabel dependent dalam penelitian ini yaitu <i>corporate value</i>.</li> <li>Data sekunder yang digunakan adalah <i>annual report</i>.</li> </ol> <p>Perbedaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Populasi penelitian Desita Riyanta Mitra Karina dan Iwan Setiadi adalah perusahaan yang terdaftar di IICG periode 2011-2017. Sedangkan populasi penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2022.</li> <li>Variabel independent dalam penelitian Desita Riyanta Mitra Karina dan Iwan Setiadi yaitu <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR). Sedangkan penelitian ini terdapat penambahan variabel, yaitu <i>Economic Value Added</i> (EVA).</li> <li>Dalam penelitian Desita Riyanta Mitra Karina dan Iwan Setiadi menggunakan variabel moderating yaitu <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) sedangkan penelitian ini menggunakan variabel moderating yaitu <i>environmental performance</i>.</li> </ol>			
2.	Rifani Akbar Sulbahri (2021)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan <sup>48</sup> .	Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
<p>Persamaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif.</li> <li>Variabel dependent dalam penelitian ini yaitu <i>firm value</i>.</li> <li>Data sekunder yang digunakan adalah <i>annual report</i>.</li> <li>Menggunakan sumber data dari BEI.</li> </ol> <p>Perbedaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Populasi dari penelitian Rifani Akbar Sulbahri yakni perusahaan</li> </ol>			

<sup>47</sup> Karina and Setiadi, “CSR Influence on Corporate Value With GCG as Moderators.”

<sup>48</sup> Sulbahri, “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan.”

<p>sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017 – 2019. Sedangkan populasi dalam penelitian ini yakni perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2022.</p> <p>b. Variabel independent dalam penelitian Rifani Akbar Sulbahri yaitu menggunakan CSR. Sedangkan penelitian ini terdapat variabel tambahan variabel yaitu <i>Economic Value Added</i> (EVA).</p> <p>c. Dalam penelitian Rifani Akbar Sulbahri tidak menggunakan variabel moderating sedangkan penelitian ini menggunakan variabel moderating yaitu <i>environmental performance</i>.</p>			
3.	Anwar, dkk (2021)	Profitabilitas dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan <sup>49</sup> .	<i>Corporate Social Responsibility</i> berdampak negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berdampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
<p>Persamaan :</p> <p>a. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif.</p> <p>b. Variabel dependent dalam penelitian ini yaitu <i>firm value</i>.</p> <p>c. Data sekunder yang digunakan berupa <i>annual report</i>.</p> <p>d. Menggunakan sumber data dari BEI.</p> <p>e. Menggunakan sampel perusahaan pertambangan.</p> <p>Perbedaan :</p> <p>a. Variabel independent dalam penelitian Anwar, dkk yaitu menggunakan profitabilitas dan CSR. Sedangkan penelitian ini terdapat variabel tambahan variabel yaitu <i>Economic Value Added</i> (EVA).</p> <p>b. Dalam penelitian Anwar, dkk tidak menggunakan variabel moderating sedangkan penelitian ini menggunakan variabel moderating yaitu <i>environmental performance</i>.</p>			
4.	Ance Cessilia Hutabarat dan I Gede Siswantaya (2020)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap	CSR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, profitabilitas tidak memoderasi hubungan antara pengungkapan CSR dan nilai

<sup>49</sup> Anwar et al., “Profitabilitas Dan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan,” *Akuntabel* 18, no. 1 (2021): 2021–82, <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>.

		Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi <sup>50</sup> .	perusahaan.
<p>Persamaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif.</li> <li>Variabel dependent dalam penelitian ini adalah <i>firm value</i>.</li> <li>Data yang digunakan berupa data sekunder yakni laporan keuangan .</li> </ol> <p>Perbedaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Penelitian Ance Cessilia Hutabarat dan I Gede Siswantaya menggunakan data dari indeks SRI-KEHATI periode tahun 2013 – 2015. Sedangkan penelitian ini menggunakan data perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2022.</li> <li>Variabel independent dalam penelitian Ance Cessilia Hutabarat dan I Gede Siswantaya menggunakan CSR. Sedangkan penelitian ini terdapat penambahan variabel yaitu <i>Economic Value Added</i> (EVA).</li> <li>Dalam penelitian Ance Cessilia Hutabarat dan I Gede Siswantaya menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderating sedangkan penelitian ini menggunakan <i>environmental performance</i> sebagai variabel moderating.</li> </ol>			
5.	Zulfia Eka Sari (2013)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , <i>Economic Value Added</i> dan Resiko Sistematis Terhadap Nilai Perusahaan <sup>51</sup> .	Profitabilitas dan <i>Economic Value Added</i> memiliki dampak yang signifikan dan positif pada nilai perusahaan. Sedangkan <i>leverage</i> dan risiko sistematis tidak berdampak terhadap nilai perusahaan.
<p>Persamaan :</p>			

<sup>50</sup> Hutabarat and Siswantaya, “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi.”

<sup>51</sup> Zulfia Eka Sari, “Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Economic Value Added Dan Risiko Sistematis Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Kategori LQ45 Yang Terdaftar Di BEI),” *E-Journal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang* 1, no. 2 (2013): 1–28.

		<p>a. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif.</p> <p>b. Variabel dependent dalam penelitian ini adalah <i>firm value</i>.</p> <p>c. Data sekunder yang digunakan berupa <i>annual report</i>.</p> <p>d. Menggunakan sumber data dari BEI.</p> <p>Perbedaan :</p> <p>a. Populasi pada penelitian Zulfia Eka Sari yakni perusahaan kategori LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2008-2011. Sedangkan populasi penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2022.</p> <p>b. Variabel independent dalam penelitian Zulfia Eka Sari yaitu menggunakan profitabilitas, <i>leverage</i>, EVA dan risiko sistematis. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan <i>Economic Value Added</i> (EVA)</p> <p>c. Dalam penelitian Zulfia Eka Sari tidak menggunakan variabel moderating sedangkan penelitian ini menggunakan variabel moderating yaitu <i>environmental performance</i>.</p>	
6.	Cut Sarah Syahirah dan Maya Febrianty Lantania (2016)	Pengaruh <i>Market Value Added</i> , <i>Economic Value Added</i> , Kebijakan Dividen Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014 <sup>52</sup> .	<i>Market Value Added</i> (MVA), <i>Economic Value Added</i> (EVA), Kebijakan Dividen dan Kepemilikan Manajerial secara bersama-sama berdampak positif dan signifikan terhadap <i>firm value</i> .

<sup>52</sup> Syahirah and Lantania, “Pengaruh Market Value Added, Economic Value Added, Kebijakan Dividen Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014.”

<p>Persamaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif.</li> <li>Variabel dependent dalam penelitian ini adalah <i>firm value</i>.</li> <li>Data sekunder yang digunakan berupa <i>annual report</i>.</li> <li>Menggunakan sumber data dari BEI.</li> </ol> <p>Perbedaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Populasi pada penelitian Cut Sarah Syahirah dan Maya Febrianty Lantania yakni perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2010 – 2014. Sedangkan populasi penelitian ini yakni perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2022.</li> <li>Variabel independent dalam penelitian Cut Sarah Syahirah dan Maya Febrianty Lantania yaitu menggunakan MVA, EVA, Kebijakan Deviden dan Kepemilikan manajerial. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan <i>Economic Value Added</i> (EVA)</li> <li>Dalam penelitian Cut Sarah Syahirah dan Maya Febrianty Lantania tidak menggunakan variabel moderating sedangkan penelitian ini menggunakan variabel moderating yaitu <i>environmental performance</i>.</li> </ol>			
7.	Putu Diandra Pradnyadewi Karmawan dan Ida Bagus Badjra (2019)	Pengaruh <i>Economic Value Added, Debt To Equity Ratio</i> Dan Komposisi Komisaris Independen Terhadap Nilai Perusahaan <sup>53</sup>	<i>Economic Value Added</i> berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, <i>Debt To Equity Ratio</i> (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan komposisi komisaris independen berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
<p>Persamaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif.</li> <li>Variabel dependent dalam penelitian ini adalah <i>firm value</i>.</li> <li>Data yang digunakan berupa data sekunder yakni laporan keuangan.</li> <li>Menggunakan sumber data dari BEI.</li> </ol> <p>Perbedaan :</p>			

<sup>53</sup> Karmawan and Badjra, “Pengaruh Economic Value Added, Debt To Equity Ratio Dan Komposisi Komisaris Independen Terhadap Nilai Perusahaan.”

	<p>a. Populasi pada penelitian Putu Diandra Pradnyadewi Karmawan dan Ida Bagus Badjra yakni perusahaan konstruksi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014 – 2017. Sedangkan populasi dalam penelitian ini yakni perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2022.</p> <p>b. Variabel independent dalam penelitian Putu Diandra Pradnyadewi Karmawan dan Ida Bagus Badjra yaitu menggunakan <i>Economic Value Added</i>, <i>Debt To Equity Ratio</i> Dan Komposisi Komisaris Independen. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan <i>Economic Value Added</i> (EVA)</p> <p>c. Dalam penelitian Putu Diandra Pradnyadewi Karmawan dan Ida Bagus Badjra tidak menggunakan variabel moderating sedangkan penelitian ini menggunakan variabel moderating yaitu <i>environmental performance</i>.</p>	
<p>8.</p>	<p>Irma Nurmalita Sobahi, Enas Enas, Elin Herlina (2019)</p>	<p>Pengaruh <i>Economic Value Added</i> Dan <i>Market Value Added</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Suatu Studi Pada Bank BCA Yang Terdaftar Di BEI Periode 2007-2017)<sup>54</sup></p>
<p>Persamaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif.</li> <li>Variabel dependent dalam penelitian ini adalah <i>firm value</i>.</li> <li>Data yang digunakan berupa data sekunder yakni laporan keuangan.</li> <li>Menggunakan sumber data dari BEI.</li> </ol> <p>Perbedaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Populasi yang digunakan dalam penelitian Irma Nurmalita Sobahi, Enas Enas, Elin Herlina yakni Bank bca yang terdaftar di</li> </ol>		

<sup>54</sup> Sobahi, Enas, and Herlina, “Pengaruh Economic Value Added Dan Market Value Added Terhadap Nilai Perusahaan (Suatu Studi Pada Bank BCA Yang Terdaftar Di BEI Periode 2007-2017).”

<p>Bursa Efek Indonesia periode tahun 2007 – 2017. Sedangkan populasi dalam penelitian ini yakni perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2022.</p> <p>b. Variabel independent dalam penelitian Irma Nurmalita Sobahi, Enas Enas, Elin Herlina yaitu menggunakan EVA dan MVA. Sedangkan penelitian ini terdapat penambahan variabel yaitu <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).</p> <p>c. Dalam penelitian Irma Nurmalita Sobahi, Enas Enas, Elin Herlina tidak menggunakan variabel moderating sedangkan penelitian ini menggunakan variabel moderating yaitu <i>environmental performance</i>.</p>			
9.	Veronica Padma Lingga dan M. G. Wirakusuma (2019)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Nilai Perusahaan dengan Kinerja Lingkungan sebagai Pemoderasi <sup>55</sup> .	CSR berdampak meningkatkan nilai perusahaan. Sedangkan Kinerja lingkungan tidak dapat memoderasi <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap nilai perusahaan.
<p>Persamaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif.</li> <li>Variabel dependent dalam penelitian ini adalah <i>firm value</i>.</li> <li>Data sekunder yang digunakan berupa data <i>annual report</i>.</li> <li>Menggunakan sumber data dari BEI.</li> <li>Menggunakan variabel moderating yaitu kinerja lingkungan.</li> </ol> <p>Perbedaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Populasi yang digunakan dalam penelitian Veronica Padma Lingga dan M. G. Wirakusuma yakni perusahaan sektor industri dasar dan kimia, aneka industri dan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015-2017. Sedangkan populasi dalam penelitian ini yakni perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2022.</li> <li>Variabel independent dalam penelitian Veronica Padma Lingga dan M. G. Wirakusuma yaitu <i>Corporate Social Responsibility</i>. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan <i>Economic Value Added</i> (EVA).</li> </ol>			

<sup>55</sup> Lingga and Wirakusuma, “Pengaruh Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Pemoderasi.”

10.	Syifa Azzahra Hafidz dan Dwi Risma Deviyanti (2022)	Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Intervening <sup>56</sup>	Kinerja lingkungan berdampak baik terhadap pengungkapan CSR dan nilai perusahaan. Namun, kinerja lingkungan tidak mempengaruhi nilai perusahaan secara langsung, melainkan mempengaruhi pengungkapan CSR sebagai variabel intervening.
<p>Persamaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif.</li> <li>Variabel dependent dalam penelitian ini adalah <i>firm value</i>.</li> <li>Data sekunder yang digunakan berupa <i>annual report</i>.</li> <li>Menggunakan sumber data dari BEI.</li> </ol> <p>Perbedaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Populasi yang digunakan dalam penelitian Syifa Azzahra Hafidz dan Dwi Risma Deviyanti yakni perusahaan sektor manufaktur dan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2007-2020. Sedangkan populasi dalam penelitian ini yakni perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2022.</li> <li>Variabel independent dalam penelitian Syifa Azzahra Hafidz dan Dwi Risma Deviyanti yaitu kinerja lingkungan. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan <i>Economic Value Added</i> (EVA).</li> <li>Dalam penelitian Syifa Azzahra Hafidz dan Dwi Risma Deviyanti menggunakan variabel intervening yaitu pengungkapan CSR sedangkan penelitian ini menggunakan variabel moderating yaitu <i>environmental performance</i>.</li> </ol>			
11.	Azri Mareta dan Fury Khristianty Fitriyah (2017)	Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Kepemilikan Asing Terhadap	Kinerja lingkungan tidak berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan kepemilikan asing berdampak secara signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan.

<sup>56</sup> Syifa Azzahra Hafidz and Dwi Risma Deviyanti, "Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Intervening," *AKUNTABEL (Jurnal Akuntansi Dan Keuangan)* 2, no. 2 (2022): 366–74, <https://doi.org/10.29264/jakt.v19i2.11123>.

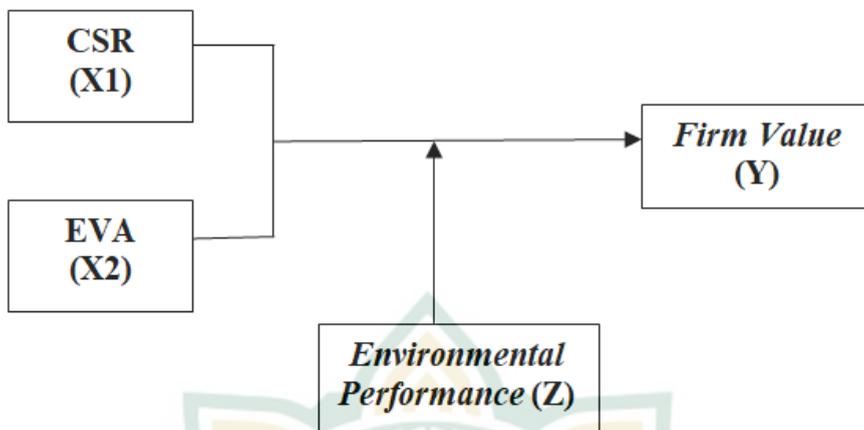
		Nilai Perusahaan <sup>57</sup> .	
<p>Persamaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif.</li> <li>Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu <i>firm value</i>.</li> <li>Data yang digunakan berupa data sekunder yakni laporan keuangan.</li> <li>Menggunakan sumber data dari BEI.</li> </ol> <p>Perbedaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Populasi yang digunakan dalam penelitian Azri Mareta dan Fury Khristianty Fitriyah yakni perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2015. Sedangkan populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2022.</li> <li>Variabel independent dalam penelitian Azri Mareta dan Fury Khristianty Fitriyah yaitu kinerja lingkungan dan kepemilikan asing. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan <i>Economic Value Added</i> (EVA)</li> <li>Dalam penelitian Azri Mareta dan Fury Khristianty Fitriyah tidak menggunakan variabel moderating sedangkan penelitian ini menggunakan variabel moderating yaitu <i>environmental performance</i>.</li> </ol>			

### C. Kerangka Berfikir

Kerangka pikiran pada dasarnya berasal dari beberapa teori ataupun konsep yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti, sehingga memunculkan asumsi-asumsi yang berbentuk bagan, yang dapat dirumuskan melalui hipotesis<sup>58</sup>. Berdasarkan landasan teori dan penelitian yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka penelitian ini dapat digambarkan dalam kerangka berfikir sebagai berikut:

<sup>57</sup> Mareta and Fitriyah, "Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Kepemilikan Asing Terhadap Nilai Perusahaan."

<sup>58</sup> Wiratna Sujarweni V, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2019).



#### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah asumsi awal yang diajukan peneliti sebagai jawaban terhadap tujuan penelitian yang berasal dari kerangka berfikir yang telah dibuat. Hipotesis bersifat temporer karena saat dirumuskan didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta melalui pengumpulan data. Oleh karena itu, hipotesis dapat dianggap sebagai tanggapan teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, namun belum bersifat empiris<sup>59</sup>. Berdasarkan hasil dari beberapa penelitian terdahulu yaitu beberapa jurnal penelitian maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

##### 1. Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap peningkatan *Firm Value*

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu konsep bisnis yang mengintegrasikan tanggung jawab sosial dan lingkungan ke dalam aktivitas perusahaan yang bertujuan memberikan manfaat ekonomi, sosial dan lingkungan kepada semua pihak yang berkepentingan<sup>60</sup>. Semakin besar perusahaan mengimplementasikan dan melaporkan CSR, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang didapatkan<sup>61</sup>.

<sup>59</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2015).

<sup>60</sup> Sulbahri, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan."

<sup>61</sup> Husnul Mazida and Anissa Hakim Purwantini, "Pengaruh Pengungkapan CSR Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2018)," *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Techonolgy*, 2019, 190-211.

Teori *stakeholders* mengemukakan bahwa kesuksesan suatu perusahaan bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan berbagai pihak yang terlibat dalam aspek ekonomi maupun non ekonomi, sehingga perusahaan memerlukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai investasi perusahaan dalam aktivitas tanggung jawab sosial dalam mengurangi resiko di masa depan dan meningkatkan reputasi perusahaan<sup>62</sup>. Berdasarkan teori legitimasi, dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan dapat menjadi bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian perusahaan terhadap harapan-harapan dan norma-norma masyarakat yang dapat meningkatkan image yang baik di mata *stakeholders*<sup>63</sup>.

Hal ini sejalan dengan temuan yang dilaporkan oleh Nurlela dan Islahuddin<sup>64</sup>, Karina dan Setiadi<sup>65</sup> serta Rifani Akbar<sup>66</sup> yang menyatakan bahwa peningkatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat berdampak positif terhadap peningkatan reputasi dan nilai perusahaan.

H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *firm value*.

## 2. Pengaruh Penerapan *Economic Value Added* terhadap Peningkatan *Firm Value*

*Economic Value Added* (EVA) merupakan alat dalam mengevaluasi kinerja suatu perusahaan, khususnya dalam menilai dampak investasi perusahaan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Peningkatan nilai EVA menunjukkan kepada investor bahwa perusahaan sedang berkembang dan mampu memberikan nilai tambah<sup>67</sup>. EVA menjadi relevan sebagai

---

<sup>62</sup> Iskandar, "Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan."

<sup>63</sup> Lingga and Wirakusuma, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Pemoderasi."

<sup>64</sup> Rika Nurlela and Islahuddin, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Presentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta)," *Simposium Nasional Akuntansi XI*, no. 2 (n.d.): 1–25.

<sup>65</sup> Karina and Setiadi, "CSR Influence on Corporate Value With GCG as Moderators."

<sup>66</sup> Sulbahri, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan."

<sup>67</sup> Verjenia, "Analisi Economic Value Added (Eva) Dan Return on Assets (Roa) Terhadap Nilai Perusahaan."

metode pengukuran kinerja berdasarkan nilai ekonomis yang dihasilkan oleh perusahaan. EVA membantu manajemen merumuskan tujuan perusahaan untuk jangka panjang, bukan hanya jangka pendek. Selain itu, EVA membantu manajemen dalam mengidentifikasi aktivitas yang menambah nilai, atau mengurangi nilai keseluruhan. Sehingga hal tersebut dapat meningkatkan *firm value*<sup>68</sup>.

Berdasarkan teori *stakeholders* menyatakan bahwa penting bagi para pemangku kepentingan terutama pemegang saham dalam menilai dan memperhatikan kinerja finansial suatu perusahaan, hal tersebut dapat dilihat melalui rasio keuangan *Economic Value Added (EVA)*. Para pemangku kepentingan dapat melihat dan menganalisis bagaimana nilai saham dalam suatu perusahaan. Sehingga EVA yang yang didapatkan positif dan menggambarkan semakin tingginya nilai perusahaan<sup>69</sup>. Melalui hal itu perusahaan dapat dianggap memperhatikan kepentingan para *stakeholders* dan dapat mendapatkan nilai positif masyarakat<sup>70</sup>. Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan harus senantiasa menjaga legitimasinya dimata masyarakat. Hal ini dapat diwujudkan dengan adanya transparansi laporan keuangan perusahaan yang dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat. Hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan<sup>71</sup>.

Sesuai dengan penelitian Purnamasari dan Baskara<sup>72</sup>, Syahirah dan Lantania<sup>73</sup> serta Karmawan dan Badjra<sup>74</sup> yang

---

<sup>68</sup> Firdausia, "Analisis Economic Value Added ( EVA ) Dan Market Value Added (MVA) Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2014 – 2018."

<sup>69</sup> Melinda Septiyani, "Pengaruh Economic Value Added (EVA) Dan Market Value Added (MVA) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Menggunakan Metode Tobin's Q," *Prosiding Manajemen* 1, no. 2 (2015): 324–27.

<sup>70</sup> Chasanah and Mariana, "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Pemoderasi."

<sup>71</sup> Chasanah and Mariana.

<sup>72</sup> Purnamasari and Baskara, "Pengaruh Leverage Profitabilitas Dan Economic Value Added Pada Nilai Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia."

<sup>73</sup> Cut Sarah Syahirah and Maya Febrianty Lantania, "Pengaruh Market Value Added , Economic Value Added , Kebijakan Dividen Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)* 1, no. 1 (2016): 1–12.

menyimpulkan bahwa *Economic Value Added* memiliki kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kinerja perusahaan, sehingga berdampak positif pada peningkatan nilai perusahaan<sup>75</sup>.

H2 : *Economic Value Added* berpengaruh terhadap *firm value*.

### 3. Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* yang di Moderasi Oleh *Environmental Performance* terhadap *Firm Value*

*Environmental Performance* atau kinerja lingkungan merupakan usaha perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*)<sup>76</sup>. Kinerja lingkungan sangat berhubungan erat dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan kinerja lingkungan yang baik, perusahaan akan lebih maksimal dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) khususnya dalam bidang tanggung jawabnya terhadap lingkungan<sup>77</sup>. Hal tersebut menyimpulkan bahwa terdapat hubungan saling mendukung antara CSR dan kinerja lingkungan, sehingga dengan adanya hubungan tersebut dapat lebih meningkatkan nilai perusahaan.

Teori stakeholders menjelaskan bahwa perusahaan harus memperhatikan kepentingan stakeholdernya seperti masyarakat, lingkungan, konsumen, dll. *Corporate Social Responsibility* (CSR) digunakan perusahaan sebagai salah satu pemenuhan kewajibannya dalam aspek sosial, ekonomi dan lingkungan<sup>78</sup>. Melalui pengimplementasian CSR yang didukung oleh upaya perusahaan dalam meningkatkan kinerja lingkungan, perusahaan dapat dianggap oleh para pemangku kepentingan sebagai bentuk tanggung jawab mereka dalam memenuhi kebutuhan dan harapan stakeholder<sup>79</sup>. Berkaitan dengan hal tersebut, pengungkapan CSR

---

<sup>74</sup> Karmawan and Badjra, "Pengaruh Economic Value Added, Debt To Equity Ratio Dan Komposisi Komisaris Independen Terhadap Nilai Perusahaan."

<sup>75</sup> Karmawan and Badjra.

<sup>76</sup> Mareta and Fitriyah, "Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Kepemilikan Asing Terhadap Nilai Perusahaan."

<sup>77</sup> Anindito and Didik Ardiyanto, "Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure Dan Kinerja Finansial Perusahaan Kimia Dan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia."

<sup>78</sup> Iskandar, "Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan."

<sup>79</sup> Lingga and Wirakusuma, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Pemoderasi."

dalam *annual report* maupun *sustainability report* dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan investor yang dianggap sebagai bentuk transparansi. Selain itu, pencantuman tingkat PROPER perusahaan juga dinilai dapat memperkuat kepercayaan dan legitimasi masyarakat terhadap perusahaan, yang dinilai dapat memperkuat pengaruh CSR terhadap *firm value*<sup>80</sup>.

Dalam penelitian Liana Parahdila, Mukhzarudfa dan Wiralestari, menunjukkan bahwa dalam peningkatan nilai perusahaan, implementasi CSR menjadi lebih kompleks jika dimoderasi oleh kinerja lingkungan. Sehingga perusahaan tidak hanya fokus pada aspek sosial melalui CSR, tetapi juga mampu dan menjaga kinerja lingkungannya<sup>81</sup>. Dengan cara ini, perusahaan dapat memberikan kontribusi positif yang lebih besar terhadap peningkatan nilai perusahaan.

H3 : *Environmental performance* mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap *firm value*.

#### 4. Pengaruh Penerapan *Economic Value Added* terhadap *Firm Value* yang di Moderasi oleh *Environmental performance*

Metode terkini dalam mengevaluasi kinerja perusahaan yang mencerminkan *firm value* adalah *Economic Value Added* (EVA), atau yang dikenal sebagai Nilai Tambah Ekonomi (NITAMI). Keberhasilan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemilik modal dapat diukur dari tingkat pengembalian yang melebihi dari biaya modalnya<sup>82</sup>. Tingkat pendapatan EVA yang tinggi dapat mencerminkan bahwa perusahaan dapat menghasilkan laba yang substansial, sehingga hal tersebut dianggap sebagai keberhasilan suatu perusahaan<sup>83</sup>. Keberhasilan tersebut dapat diperkuat dan dapat meningkatkan nilai perusahaan secara maksimal apabila perusahaan juga

---

<sup>80</sup> Lingga and Wirakusuma.

<sup>81</sup> Liana Parahdila, Mukhzarudfa, and Wiralestari, "Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2017-2019)," *Jurnal Akuntansi & Keuangan Unja* 7, no. 3 (2023): 168–79, <https://doi.org/10.22437/jaku.v7i3.25156>.

<sup>82</sup> Saidi, "Analisis Kinerja Dengan Metode Economic Value Added (Studi Kasus PT. Astra International. Tbk)."

<sup>83</sup> Pinangkaan, "Pengaruh Return on Investment, Dan Economic Value Added Terhadap Nilai Perusahaan."

memperhatikan kewajibannya, salah satunya kewajibannya terhadap lingkungan.

*Environmental performance* mencerminkan bagaimana kinerja perusahaan dalam memperhatikan dan mengelola lingkungan disekitarnya. Melalui *environmental performance* yang baik, perusahaan akan dinilai oleh masyarakat bahwa perusahaan tidak hanya peduli terhadap keuntungan semata, tetapi juga melaksanakan kewajibannya terhadap lingkungan<sup>84</sup>. Apabila perusahaan memperhatikan kinerja lingkungan yang baik, dapat membantu perusahaan untuk memperkuat pengaruh *Economic Value Added (EVA)* terhadap *firm value*.

Teori *stakeholders* menyatakan pentingnya bagi perusahaan untuk tidak hanya mempertimbangkan kepentingan internalnya sendiri, seperti mencari keuntungan semata, akan tetapi juga memperhatikan kepentingan stakeholder lainnya serta lingkungan sekitar. Melalui perhatian perusahaan terhadap stakeholder, perusahaan akan dinilai positif karena menunjukkan tanggung jawab sosialnya. Teori ini sejalan dengan teori legitimasi, dimana perusahaan harus memperoleh dukungan dari masyarakat dengan cara memenuhi tuntutan dan harapan sosial. Perusahaan yang berhasil mencapai nilai tambah ekonomi yang tinggi, sekaligus menunjukkan kepeduliannya terhadap lingkungan, akan mendapatkan dukungan dan apresiasi yang lebih besar dari masyarakat. Dengan demikian dapat memperkuat nilai perusahaan di masyarakat<sup>85</sup>.

Seperti yang tercantum dalam penelitian Septiyani hasilnya menunjukkan bahwa EVA berdampak signifikan terhadap *firm value* dan EVA dapat dianggap sebagai indikator yang relevan dalam mengevaluasi kinerja perusahaan dan nilai perusahaan<sup>86</sup>. Selain itu dalam penelitian Paraditya Kusuma Wardhana menunjukkan bahwa kinerja lingkungan mampu menjadi pemoderasi antara kinerja keuangan terhadap *firm value*. Dalam penelitian ini EVA merupakan salah satu indikator yang

---

<sup>84</sup> Khairiyani Khairiyani et al., “Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Serta Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan,” *ILTIZAM Journal of Shariah Economic Research* 3, no. 1 (2019): 41, <https://doi.org/10.30631/iltizam.v3i1.248>.

<sup>85</sup> Chasanah and Mariana, “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Pemoderasi.”

<sup>86</sup> Septiyani, “Pengaruh Economic Value Added (EVA) Dan Market Value Added (MVA) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Menggunakan Metode Tobin’s Q.”

dapat digunakan sebagai pengukur kinerja keuangan, sehingga kinerja lingkungan diduga dapat memoderasi pengaruh EVA dengan nilai perusahaan<sup>87</sup>.

H4 : *Environmental performance* mampu memoderasi hubungan antara *Economic Value Added* terhadap *firm value*.



---

<sup>87</sup> Wardhana, “Pengaruh Biaya Lingkungan Dan Kinerja Lingkungan Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.”