

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Objek Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan data sekunder. Fokus penelitian ini adalah perusahaan pertambangan tahun 2022, yang meliputi batu bara, minyak dan gas bumi, logam, mineral serta batu-batuan. Data penelitian diperoleh dari *annual report* dan *sustainability report* di Bursa Efek Indonesia, yaitu www.idx.co.id. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, di mana dari total populasi sebanyak 114 perusahaan pertambangan, terpilih 33 perusahaan sampel yang memenuhi kriteria yang ditetapkan sebelumnya. Penelitian ini menggunakan 3 jenis variabel, yaitu variabel dependen (Y) berupa *firm value*, variabel independen (X) yang terdiri dari *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *Economic Value Added (EVA)*, serta variabel moderating (Z) berupa *environmental performance*. Pengolahan data dilakukan menggunakan *software IBM SPSS* versi 26.

2. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

a. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dalam memberikan gambaran mendalam tentang distribusi data penelitian menggunakan metode statistika sederhana. Metode ini mencakup perhitungan rata-rata (*mean*), nilai minimum dan maksimum, serta standar deviasi untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai distribusi data penelitian¹.

Tabel 4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1_CSR	33	,36	,67	,4739	,09040
X2_EVA	33	-30310	57731	1068,94	14576,663
Z_EP	33	3	5	3,58	,708
Y_FV	33	,22	11,77	1,7677	2,22861
Valid N (listwise)	33				

Sumber : *Output SPSS 26*

¹ Ghozali.

Hasil uji statistik deskriptif yang ditunjukkan pada tabel diatas, menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (X1_CSR) pada tahun 2022 memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,4739, dengan nilai standar deviasi sebesar 0,09040. Nilai rata-rata tersebut masih cukup rendah yang berarti pengungkapan dan pengimplementasian *Corporate Social Responsibility* belum cukup tinggi. *Mean* lebih besar dari standar deviasi artinya sudah cukup baik dalam mempresentasikan keseluruhan data. Nilai tertingginya (*maximum*) sebesar 0,67 yang terdapat pada PT. Timah Tbk (TINS) dikarenakan telah mengimplementasikan serta mengungkapkan CSR melalui laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan. Nilai terendah (*minimum*) sebesar 0,36 yang terjadi pada PT. Krakatau Steel (Persero) Tbk (KRAS) dan PT. J Resources Asia Pasifik Tbk (PSAB), hal tersebut diduga karena perusahaan kurang dalam pengimplementasian dan pengungkapan CSR dalam laporan keberlanjutan.

Berdasarkan tabel uji stasistik deskriptif pada *Economic Value Added* (X2_EVA) yang diukur melalui pengurangan NOPAT dengan *Capital Charge* menunjukkan bahwa pada tahun 2022 memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 1068,94 dengan nilai standar deviasi sebesar 14576,663. Nilai rata-rata tersebut tidak cukup baik karena nilainya lebih mendekati nilai *minimum*. *Mean* lebih rendah dari nilai standar deviasi menandakan banyak variasi dalam keseluruhan data sehingga tidak dapat mempresentasikan keseluruhan data dengan baik. Nilai tertingginya (*maximum*) sebesar 57731 yang terdapat pada PT. Bayan Resources Tbk (BYAN) dikarenakan telah mampu menciptakan nilai tambah ekonomi pada perusahaan yang dicerminkan melalui NOPAT yang lebih besar dari pada biaya modal. Nilai terendah (*minimum*) sebesar -30310 yang terjadi pada PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk (PGAS) diduga dikarenakan oleh jumlah modal yang digunakan untuk berinvestasi meningkat.

Berdasarkan tabel uji stasistik deskriptif pada *environmental performance* (Z_EP) yang diukur memakai peringkat PROPER menunjukkan bahwa pada tahun 2022 memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3,58 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,708. *Mean* tersebut kurang baik karena lebih mendekati nilai *minimum*. Nilai rata-rata lebih besar dari standar deviasi artinya sudah cukup baik dalam mempresentasikan keseluruhan data. Nilai tertingginya

(*maximum*) sebesar 5 yang terdapat pada PT. Adaro Energy Indonesia Tbk (ADRO), PT. Medco Energi Internasional Tbk (MEDC), PT. Bukit Asam Tbk (PTBA), dan PT. Timah Tbk (TINS), hal itu dikarenakan perusahaan-perusahaan tersebut memperoleh penilaian peringkat PROPER 5 dari Kementerian Lingkungan Hidup, hal ini menunjukkan bahwa proses produksi maupun penyedia jasa telah secara konsisten menunjukkan kepedulian dan tanggung jawab yang tinggi terhadap lingkungan dan masyarakat. Nilai terendah (*minimum*) sebesar 3 yang terjadi pada perusahaan ABMM, ADMR, HRUM, GDST, SMMT, NIKL, NICKL, TEBE, KKG, INAI, FIRE, KRAS, ISSP, AKRA, ENRG, BIPI, PSAB, dan BUMI. Hal tersebut dikarenakan perusahaan-perusahaan tertera hanya melakukan upaya pengelolaan lingkungan seperti yang telah ditentukan dalam peraturan yang berlaku, yang merupakan syarat minimal yang harus dicapai oleh semua perusahaan.

Berdasarkan tabel uji stasistik deskriptif pada *firm value* (Y_{FV}) yang diukur melalui Tobin's Q dengan cara membagi total *market value* ditambah total hutang dengan total aset perusahaan, menunjukkan bahwa pada tahun 2022 memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 1,7677 dengan nilai standar deviasi sebesar 2,22861. Nilai rata-rata *firm value* masih terbilang rendah karena lebih mendekati nilai *minimum*. *Mean* lebih rendah dari nilai standar deviasi menandakan banyak variasi dalam keseluruhan data sehingga tidak dapat mempresentasikan keseluruhan data dengan baik. Nilai tertingginya (*maximum*) sebesar 11,77 yang terdapat pada PT. Bayan Resources Tbk (BYAN). Hal tersebut dikarenakan nilai pasar perusahaan terlalu tinggi hingga melebihi nilai aset yang dibukukan. Nilai terendah (*minimum*) sebesar 0,22 yang terjadi pada PT. Dana Brata Luhur Tbk (TEBE), hasil tersebut mencerminkan bahwa nilai perusahaan rendah, dan perusahaan tergolong murah karena nilai bukunya lebih tinggi dibandingkan nilai pasarnya.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi terdistribusi normal atau tidak². Dalam penelitian ini, uji

² Ghozali.

normalitas diterapkan dengan menggunakan analisis statistik non-parametrik *One –Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan taraf signifikansi sebesar 0,05. Data penelitian dianggap memenuhi asumsi distribusi normal jika nilai signifikansi $> 0,05$.

Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		33
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,52299908
	Absolute	,134
Most Extreme Differences	Positive	,134
	Negative	-,069
Test Statistic		,134
Asymp. Sig. (2-tailed)		,142 ^c

Sumber : *Output SPSS 26*

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas *Kolmogorov Smirnov*, nilai signifikan *Asymp,Sig (2-tailed)* adalah 0,142 yang berarti nilainya melebihi nilai signifikansi 0,05 atau $0,142 > 0,05$. Ini menunjukkan bahwa data pada variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Economic Value Added (EVA)*, *firm value* dan *environmental performance* terdistribusi secara normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengidentifikasi adanya gejala multikolinieritas, yang merupakan tingginya korelasi antar variabel independen³. Penilaian dalam uji ini didasarkan pada nilai *tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)*. Data dianggap dapat diterima jika tidak terdapat multikolinieritas, yakni jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai *VIF* $\leq 10^4$.

³ Muhyiddin, Tarmizi, and Yulianita, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial*.

⁴ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*, 2018.

Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1_CSR	,639	1,566
	X2_EVA	,847	1,181
	Z_EP	,627	1,596

Sumber : *Output SPSS 26*

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinieritas, diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai *VIF* ≤ 10 . Variabel *Corporate Social Responsibility* (X1_CSR) mempunyai nilai *tolerance* 0,639 dan nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*) 1,566. Variabel *Economic Value Added* (X2_EVA) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,847 dan nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*) 1,181 dan *environmental performance* (Z_EP) mempunyai nilai *tolerance* 0,627 dan nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*) 1,596. Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari adanya korelasi antar variabel independen dan tidak adanya gejala multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah *variance* dari residual antar pengamatan dalam model regresi stabil atau tidak. Ketika *variance* residual tidak konsisten atau tidak stabil, maka disebut terjadi adanya heteroskedastisitas. Sedangkan jika konsisten atau stabil maka disebut homoskedastisitas. Penelitian ini menggunakan uji *glejser* untuk menilai heteroskedastisitas. Uji ini dilakukan menggunakan tingkat signifikansi tertentu dan dapat menentukan hubungan antara variabel dependen dan nilai residual regresi yang tidak distandardisasi sebagai variabel dependen. Jika nilai $r > 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas, tetapi jika $r < 0,05$, maka terjadi heteroskedastisitas⁵.

⁵ Ghozali.

Tabel 4.4 Hasil Uji Heteroskedasitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,653	,922		,707	,485
	X1_CSR	-2,887	1,677	-,330	-1,722	,096
	X2_EVA	1,568E-5	,000	,221	1,278	,211
	Z_EP	,521	,282	,359	1,845	,075

Sumber : *Output SPSS 26*

Berdasarkan tabel hasil uji heteroskedasitas yang dilakukan, diketahui bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (X1_CSR) memiliki nilai signifikansi korelasi dengan residualnya sebesar 0,485. Variabel *Economic Value Added* (X2_EVA) memiliki nilai signifikansi korelasi dengan residualnya sebesar 0,390 dan variabel *environmental performance* (Z_EP) memiliki nilai signifikansi korelasi dengan residualnya sebesar 0,431. Hal tersebut berarti semua variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dan dinyatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut.

c. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Economic Value Added* (EVA) terhadap peningkatan *firm value* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2022. Dari hasil perhitungan menggunakan IBM SPSS 26, informasi yang didapat pada tabel berikut :

Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,707	1,568		-1,088	,285
	X1_CSR	7,094	3,247	,288	2,185	,037

X2_EVA	,001	,000	,691	5,244	,000
--------	------	------	------	-------	------

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 26

Berdasarkan tabel hasil uji regresi berganda tersebut , dapat dijelaskan model persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = -1,707 + 7,094CSR + 0,001EVA + e$$

Keterangan :

Y = *Firm Value*

α = Konstanta

X_1 = *Corporate Social Responsibility*

X_2 = *Economic Value Added*

β_1 - β_2 = Koefisien Regresi

e = Koefisien Error

Persamaan regresi tersebut menggambarkan bagaimana variabel independen dan variabel dependen saling berinteraksi satu sama lain. Dapat dilihat bahwa nilai konstanta (α) memiliki angka sebesar -1,707 yang artinya nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif (memiliki dampak yang bertolak belakang) antara variabel independen dan variabel dependen. Yang berarti bila variabel independen bernilai nol (konstan) maka nilai variabel dependen yaitu *firm value* bernilai -1,707 saat tidak ada penambahan variabel independen.

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat dilihat bahwa nilai dari variabel *Corporate Social Responsibility* (X_1) memiliki koefisien regresi sebesar 7,094. Nilai yang positif menunjukkan hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan *firm value* yang searah. Artinya bila variabel lain dianggap konstan , maka setiap peningkatan *Corporate Social Responsibility* sebesar 1 satuan, akan diikuti dengan kenaikan *firm value* (Y) sebesar 7,094.

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat dilihat bahwa nilai dari variabel *Economic Value Added* (X_2) memiliki koefisien regresi sebesar ,001. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara *Economic Value Added* dan *firm value* memiliki arah yang positif (searah). Artinya bila variabel lain dianggap konstan , maka setiap peningkatan *Economic Value Added* sebesar 1 satuan, akan diikuti dengan kenaikan *firm value* (Y) sebesar ,001.

d. Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Analisis regresi dengan variabel moderasi bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Economic Value Added* (EVA) terhadap *firm value*, dengan *environmental performance* sebagai variabel *moderating* pada perusahaan pertambangan dalam tahun 2022. Metode yang digunakan dalam menganalisis variabel moderating adalah *Moderated Regression Analysis* (MRA), suatu teknik yang melibatkan variabel moderasi dalam pembentukan model hubungan⁶. Jenis metode pengujian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji interaksi. Dengan menggunakan perangkat lunak statistik seperti IBM SPSS 26, hasil perhitungan dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji MRA (*Moderated Regression Analysis*)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-2,152	9,454		-,228	,822
	X1_CSR	12,694	19,038	,515	,667	,511
	X2_EVA	,003	,002	1,810	1,277	,212
	Z_EP	-,243	2,621	-,077	-,093	,927
	CSR*EP	-,742	5,007	-,203	-,148	,883
	EVA*EP	-4,043E-14	,000	-1,067	-,740	,466

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 26

Berdasarkan tabel hasil uji MRA tersebut , dapat dijelaskan model persamaan regresi linier dengan variabel moderasi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + \beta_4 X_1 * Z + \beta_5 X_2 * Z + e$$

$$Y = -2,152 + 12,694 CSR + 0,003 EVA - 0,243 EP - 0,742 CSR * EP - 4,043E-14 EVA * EP + e$$

Keterangan :

Y = *Firm Value*

α = Konstanta

X₁ = *Corporate Social Responsibility*

X₂ = *Economic Value Added*

⁶ Supriyadi, *SPSS + Amos Statistical Data Analysis*.

- Z = *Environmental Performance*
 $X_1 * Z$ = Interaksi CSR dengan *Environmental Performance*
 $X_2 * Z$ = Interaksi EVA dengan *Environmental Performance*
 $\beta_1 - \beta_5$ = Koefisien Regresi
 e = Koefisien Error

Persamaan regresi diatas menggambarkan bagaimana variabel independen, variabel dependen dan variabel moderasi berinteraksi satu sama lain. Dapat dilihat bahwa nilai konstanta (a) memiliki angka sebesar -2,152 yang artinya nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif (memiliki dampak yang berlawanan arah) antara variabel independen dan variabel dependen. Yang berarti bila variabel independen bernilai nol (konstan) maka nilai variabel dependen yaitu *firm value* bernilai -2,152 saat tidak ada penambahan variabel independen.

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat dilihat bahwa nilai dari variabel *Corporate Social Responsibility* (X_1) memiliki koefisien regresi sebesar 12,694. Nilai yang positif menunjukkan hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan *firm value* yang searah. Artinya bila variabel lain dianggap konstan, maka setiap peningkatan *Corporate Social Responsibility* sebesar 1 satuan, akan diikuti dengan kenaikan *firm value* (Y) sebesar 12,694.

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat dilihat bahwa nilai dari variabel *Economic Value Added* (X_2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,003. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara *Economic Value Added* dan *firm value* memiliki arah yang positif (searah). Artinya bila variabel lain dianggap konstan, maka setiap peningkatan *Economic Value Added* sebesar 1 satuan, akan diikuti dengan kenaikan *firm value* (Y) sebesar 0,003.

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat dilihat bahwa nilai dari variabel *environmental performance* (X_3) sebagai variabel pemoderasi memiliki koefisien regresi sebesar -0,243. Nilai yang negatif tersebut menunjukkan hubungan antara *environmental performance* dan *firm value* yang berlawanan arah. Artinya bila variabel lain dianggap konstan, maka setiap peningkatan *environmental performance* sebesar 1 satuan, akan diikuti dengan penurunan *firm value* (Y) sebesar 0,243.

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat dilihat bahwa nilai dari variabel interaksi *Corporate Social*

Responsibility dan *environmental performance* memiliki koefisien regresi sebesar -0,742. Hasil regresi yang negatif berarti terdapat hubungan yang berlawanan arah. Artinya bila variabel lain dianggap konstan, maka setiap kenaikan satu-satuan dalam variabel interaksi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *environmental performance* akan diikuti oleh penurunan sebesar 0,742 satuan dalam *firm value*.

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat dilihat bahwa nilai dari variabel interaksi *Economic Value Added* dan *environmental performance* memiliki koefisien regresi sebesar -4,043E-14. Hasil regresi yang negatif berarti terdapat hubungan yang berlawanan arah. Artinya bila variabel lain dianggap konstan, maka setiap kenaikan satu-satuan dalam variabel interaksi *Economic Value Added* dan *environmental performance* akan diikuti oleh penurunan sebesar 4,043E-14 satuan dalam *firm value*.

e. Uji Hipotesis

1) Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Dalam Uji *R²*, koefisien determinasi digunakan untuk menentukan seberapa besar variabel bebas yang diteliti memberikan kontribusi terhadap variasi variabel terikat. Nilai *R²* yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variasi variabel independen sangat terbatas⁷. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*) Model I

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,703 ^a	,494	,460	1,63739

Sumber : *Output SPSS 26*

Berdasarkan tabel tersebut, didapatkan nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,460. Besarnya koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Economic Value Added* (EVA) bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 46% terhadap *firm value*. Sedangkan sisanya 54%

⁷ Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*, 2018.

kemungkinan di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Model Moderasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,736 ^a	,542	,458	1,64147

Sumber : *Output SPSS 26*

Berdasarkan tabel tersebut, didapatkan nilai Adjusted R-Square sebesar 0,458 atau 45,8 %. Sehingga disimpulkan terjadi penurunan dari model regresi I ke model moderasi sebesar 0,002 atau 0,2 % (koefisien determinasi pada model regresi I sebesar 46%). Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa *environmental performance* tidak mampu memoderasi pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *Economic Value Added (EVA)* terhadap *firm value*.

2) Uji Statistik (Uji F)

Uji F berguna untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas yakni *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *Economic Value Added (EVA)* terhadap *firm value (Y)*. Nilai signifikansi yang telah ditentukan adalah 0,05⁸.

Tabel 4.9 Hasil Uji F Signifikan Simultan Model I

ANOVA ^a			
Model		F	Sig.
1	Regression	14,640	,000 ^b
	Residual		
	Total		

Sumber : *Output SPSS 26*

Berdasarkan tabel hasil uji F diatas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih rendah dari nilai signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05. Sehingga disimpulkan bahwa secara simultan variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *Economic Value Added (EVA)* memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap *firm value*.

⁸ Ghozali.

Tabel 4.10 Hasil Uji F Signifikan Simultan Model Moderasi

ANOVA ^a			
Model		F	Sig.
1	Regression	6,397	,000 ^b
	Residual		
	Total		

Sumber : *Output SPSS 26*

Berdasarkan tabel hasil uji F diatas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih rendah dari nilai signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05. Sehingga disimpulkan bahwa secara simultan variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Economic Value Added (EVA)*, *environmental performance*, interaksi *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *environmental performance*, serta interaksi *Economic Value Added (EVA)* dan *environmental performance* memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap *firm value*.

3) Uji Statistik (T test)

Uji statistik T bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi. Analisis uji T dilakukan dengan membandingkan nilai T_{hitung} dengan T_{tabel} dengan derajat signifikan 5 %⁹. Sedangkan nilai T_{tabel} diperoleh menggunakan derajat kebebasan (df) = $n - k - 1$, maka $df = (33 - 2 - 1) = 30$ dengan signifikansi 0,05. Jadi T_{tabel} sebesar 1,696. Uji T mengikuti ketentuan sebagai berikut :

a) Jika nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan nilai $\alpha < 0,05$ maka H_1 diterima

b) Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ dan nilai $\alpha \geq 0,05$ maka H_1 ditolak

Berikut merupakan hasil uji T dapat dilihat pada tabel berikut :

⁹ Ghozali.

Tabel 4.11 Hasil Uji T Model Regresi I

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,707	1,568		-1,088	,285
	X1_CSR	7,094	3,247	,288	2,185	,037
	X2_EVA	,001	,000	,691	5,244	,000

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 26

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.11 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa ;

a) Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Firm Value*

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa perolehan T_{hitung} sebesar 2,185 sementara nilai T_{tabel} 1,696. Sehingga $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,185 > 1,696$), hal itu menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (X1) berpengaruh terhadap *firm value* (Y). Tingkat nilai signifikansi *Corporate Social Responsibility* (X1) lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 ($0,037 < 0,05$) maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel *Corporate Social Responsibility* (X1) terhadap *firm value* (Y). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (X1) berpengaruh secara parsial terhadap *firm value* (Y).

b) Pengaruh *Economic Value Added* terhadap *Firm Value*

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan perolehan nilai T_{hitung} sebesar 5,636 sementara nilai T_{tabel} 1,696. Sehingga $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($5,244 > 1,696$), hal itu menunjukkan bahwa variabel *Economic Value Added* (X2) berpengaruh terhadap *firm value* (Y). Tingkat nilai signifikansi variabel *Economic Value Added* (X2) lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *Economic Value Added* (X2) terhadap *firm value* (Y). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel *Economic Value Added* (X2) secara parsial berpengaruh terhadap *firm value* (Y).

Pada uji T menggunakan model moderasi, nilai T_{tabel} diperoleh menggunakan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$, maka $df = (33-5-1) = 27$ dengan signifikansi 0,05. Jadi T_{tabel} sebesar 1,703. Uji T mengikuti ketentuan sebagai berikut :

- a) Jika nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan nilai $\alpha < 0,05$ maka H_1 diterima
- b) Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ dan nilai $\alpha \geq 0,05$ maka H_1 ditolak

Berikut merupakan hasil uji T dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.12 Hasil Uji T Model Moderasi

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2,152	9,454		-,228	,822
X1_CSR	12,694	19,038	,515	,667	,511
X2_EVA	,003	,002	1,810	1,277	,212
Z_EP	-,243	2,621	-,077	-,093	,927
CSR*EP	-,742	5,007	-,203	-,148	,883
EVA*EP	-4,043E-14	,000	-1,067	-,740	,466

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 26

- a) *Environmental Performance* memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Firm Value*

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan perolehan nilai T_{hitung} sebesar -0,148 sementara nilai T_{tabel} sebesar 1,703. Sehingga $T_{hitung} < T_{tabel}$ (-0,148 < 1,703), hal itu menunjukkan bahwa variabel interaksi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Environmental Performance* tidak berpengaruh terhadap *firm value* (Y). Tingkat nilai signifikansi variabel interaksi CSR dan *Environmental Performance* lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 (0,883 > 0,05) maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel interaksi selisih mutlak antara CSR dan *Environmental Performance* terhadap *firm value* (Y). Oleh karena itu, disimpulkan bila interaksi CSR dan *Environmental Performance* tidak berpengaruh secara parsial terhadap *firm value* (Y).

- b) *Environmental Performance* memoderasi pengaruh *Economic Value Added* terhadap *Firm Value*

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan perolehan nilai T_{hitung} sebesar -0,740 sementara nilai T_{tabel} sebesar 1,703. Sehingga $T_{hitung} < T_{tabel}$ ($-0,740 < 1,703$), hal itu menunjukkan bahwa variabel interaksi *Economic Value Added* dan *Environmental Performance* tidak berpengaruh terhadap *firm value* (Y). Tingkat nilai signifikansi variabel interaksi antara *Economic Value Added* dan *Environmental Performance* lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 ($0,466 > 0,05$) maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat signifikansi antara variabel interaksi *Economic Value Added* dan *Environmental Performance* terhadap *firm value* (Y). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel interaksi *Economic Value Added* dan *Environmental Performance* tidak berpengaruh secara parsial terhadap *firm value* (Y).

B. Pembahasan

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Firm Value*

Berdasar hasil uji hipotesis pertama mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (X1) terhadap *firm value* (Y), menghasilkan nilai T_{hitung} sebesar 2,185 lebih besar dari nilai T_{tabel} 1,696, dengan tingkat signifikansi 0,037 lebih kecil dari nilai yang telah ditentukan yaitu 0,05 (signifikan). Oleh karena itu, disimpulkan bahwa variabel CSR memiliki dampak yang signifikan secara parsial terhadap *firm value* dan H1 dinyatakan diterima.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan upaya inisiatif yang diambil perusahaan untuk memenuhi tanggung jawabnya dalam hal sosial dan lingkungan. Melalui praktik CSR, perusahaan mampu memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Implementasi CSR perusahaan dapat menarik investor dan berdampak positif pada citra perusahaan. Dengan menjalankan program CSR yang menyeluruh dan terukur, perusahaan dapat menciptakan dampak positif yang signifikan. Selain itu juga dapat menciptakan keberlanjutan yang tidak hanya menarik perhatian investor yang peduli dengan aspek sosial dan lingkungan, tetapi juga

membangun reputasi positif di mata masyarakat. Semakin luas dan transparan pengungkapan CSR, maka *firm value* akan semakin meningkat.

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan *firm value*. Dari hasil analisis, terlihat bahwa tingkat pengungkapan dan penerapan CSR yang tinggi dapat berdampak positif terhadap peningkatan *firm value*. Pada tabel 4.1 bahwa nilai maksimal pengungkapan CSR tercatat sebesar 0,67, menunjukkan tingkat pengungkapan yang cukup tinggi. Berdasarkan uraian tersebut dan berdasarkan tabel 4.11 dapat disimpulkan bahwa CSR mempunyai dampak yang signifikan terhadap peningkatan *firm value*. Hal tersebut menyimpulkan bahwa perusahaan yang aktif dalam mengimplementasikan CSR cenderung memiliki *firm value* yang lebih tinggi.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang aktif mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan melaporkannya dalam *sustainability report* memiliki kemampuan untuk mendapatkan dukungan dan simpati dari masyarakat. Dengan demikian, hal ini berpotensi untuk meningkatkan nilai perusahaan. Implementasi CSR yang meliputi sektor ekonomi, lingkungan dan sosial dapat menarik perhatian berbagai pihak seperti investor, konsumen dan komunitas lokal. Tingkat pengungkapan CSR yang tinggi mencerminkan komitmen dan kepedulian perusahaan terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rifani Akbar Sulbahri¹⁰, Elsa dan Dwi¹¹, serta Husnul Mazida dan Annisa Hakim Purwantini yang menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan¹². Namun hasil

¹⁰ Sulbahri, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan."

¹¹ Elsa Puspitasari and Dwi Ermayanti, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Perbankan BUMN Go Public Yang Terdaftar Di BEI Periode Tahun 2011-2018)," *SNEB : Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Dewantara* 1, no. 1 (2019): 29–40, <https://doi.org/10.26533/sneb.v1i1.409>.

¹² Mazida and Purwantini, "Pengaruh Pengungkapan CSR Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai

penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ance Cesselia Hutabarat dan I Gede Siswantaya¹³ dan penelitian oleh Anwar, dkk yang menyimpulkan bahwa CSR tidak memiliki dampak terhadap nilai perusahaan¹⁴.

Hasil penelitian ini mendukung teori legitimasi yang menekankan bahwa perusahaan harus mempertahankan legitimasinya di mata masyarakat, hal tersebut dapat dilakukan melalui praktik CSR. Teori ini menyatakan bahwa dengan melibatkan diri dalam CSR, perusahaan dapat membangun citra positif di kalangan masyarakat dan mendapatkan dukungan sosial untuk mempertahankan legitimasinya¹⁵. Dalam penelitian ini perusahaan-perusahaan yang terlibat telah berhasil komitmen mereka dalam memaksimalkan tanggung jawab sosial melalui CSR, serta mengungkapkannya secara maksimal melalui laporan keberlanjutan, khususnya dengan menggunakan standar GRI-G4 sebagai bentuk transparansi kepada para stakeholder. Hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang dan menciptakan image yang lebih baik.

Penelitian ini juga mendukung teori pemangku kepentingan, yang menekankan pentingnya mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terlibat dalam operasional perusahaan, termasuk dalam praktik CSR. Dengan melibatkan para pemangku kepentingan seperti karyawan, pelanggan, masyarakat dan investor dalam praktik CSR, perusahaan mempertimbangkan harapan serta kebutuhan mereka dan perusahaan menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan jangka panjang, hal tersebut dinilai dapat meningkatkan nilai perusahaan yang dianggap sebagai respon positif terhadap upaya memahami dan memenuhi kebutuhan serta harapan para stakeholder¹⁶.

Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2018).”

¹³ Hutabarat and Siswantaya, “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi.”

¹⁴ Anwar et al., “Profitabilitas Dan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan.”

¹⁵ Badjuri, Jaeni, and Kartika, “Peran Corporate Social Responsibility Sebagai Pemoderasi Dalam Memprediksi Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Di Indonesia: Kajian Teori Legitimasi.”

¹⁶ Lu and Abeysekera, “Stakeholders Power , Corporate Characteristics and Social and Environmental Disclosure: Evidence from China Yingjun Lu

Hasil penelitian ini sejalan dengan ajaran Islam yang mewajibkan perusahaan untuk menjalankan tanggung jawab sosialnya dalam berbisnis. Ajaran Islam menekankan pentingnya kepedulian terhadap kesejahteraan sesama manusia dan lingkungan¹⁷. Perusahaan diwajibkan untuk bertanggung jawab atas dampak-dampak yang telah ditimbulkan oleh operasionalnya. Beberapa contoh tanggung jawab perusahaan adalah manajemen limbah, jaminan keamanan produk dan pemenuhan hak-hak tenaga kerja yang telah diakomodasi dalam praktik *Corporate Social Responsibility* perusahaan¹⁸. Dalam perspektif Islam, CSR mencerminkan nilai-nilai moral dan etika bisnis yang dianut oleh perusahaan. Prinsip-prinsip ini memandang bahwa keberlanjutan bisnis tidak hanya dilihat dari aspek finansial saja, tetapi juga melibatkan kepedulian terhadap kesejahteraan sosial dan lingkungan.

2. Pengaruh *Economic Value Added Terhadap Firm Value*

Berdasarkan hasil uji hipotesis kedua mengenai pengaruh *Economic Value Added* (EVA) terhadap *firm value*, menghasilkan nilai T_{hitung} sebesar 5,244 yang lebih besar dari nilai T_{tabel} 1,696 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil nilai signifikansi yang telah ditentukan 0,05 (signifikan). Dengan begitu, disimpulkan bahwa *Economic Value Added* berdampak positif dan signifikan terhadap *firm value* dan H_2 dinyatakan diterima.

Economic Value Added adalah suatu metode kinerja keuangan yang digunakan untuk menghitung nilai tambah perusahaan. *Economic Value Added* diukur melalui pengurangan antara NOPAT dengan *Capital Charge* yang digunakan untuk memperhitungkan biaya modal yang digunakan perusahaan dalam menghasilkan laba. Dengan menggunakan *Economic Value Added*, perusahaan dapat mengukur apakah laba yang dihasilkan sudah cukup memenuhi biaya modal yang dikeluarkan atau belum. Dengan begitu, EVA dapat dijadikan sebagai indikator untuk mengukur nilai perusahaan karena

Shanghai University of International Business and Economics , China Indra Abeysekera University of Wollongong , Australia Stakeholders.”

¹⁷ Anis Ulfyatin, “CSR (Corporatesocialresponsibility) Dalam Perspektif Islam: Alternatif Strategi Untuk Menciptakan GCC (Good Corporate Culture) Di Masyarakat.”

¹⁸ Mayanti and Dewi, “Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Bisnis Islam.”

mempertimbangkan faktor-faktor ekonomi dan keuangan yang lebih luas dibandingkan yang lainnya. *Economic Value Added* dikatakan baik apabila memiliki nilai lebih dari 0 ($EVA > 0$) yang berarti manajemen perusahaan telah berhasil menciptakan nilai tambah ekonomis untuk perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *Economic Value Added* (EVA) dengan *firm value*. Dari penelitian ini, dapat disimpulkan tingkat EVA yang tinggi memiliki kemampuan untuk mempengaruhi dan meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan tabel 4.1 terlihat bahwa nilai maksimum EVA yang diperoleh mencapai 57731, yang menunjukkan tingkat pengembalian modal yang lebih tinggi dari yang ditanamkan. Selain itu, berdasarkan analisa pada tabel 4.11, dapat diambil kesimpulan bahwa EVA memiliki dampak yang signifikan pada peningkatan *firm value*. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai EVA yang dihasilkan perusahaan, semakin besar juga kemungkinan peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian, nilai EVA menjadi salah satu faktor penting yang berkontribusi terhadap peningkatan kinerja dan nilai perusahaan.

Penjelasan tersebut, menyimpulkan bahwa perusahaan yang memiliki nilai *Economic Value Added* (EVA) yang tinggi, terutama yang melebihi nilai 0, memiliki potensi untuk menarik perhatian para investor dan masyarakat secara luas yang akan berdampak pada nilai perusahaan. Implementasi EVA pada perusahaan mampu menarik minat stakeholder untuk meningkatkan kinerja keuangan, karena EVA dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai seberapa efektif perusahaan menghasilkan pengembalian modal yang berlebih. Oleh karena itu, semakin tinggi nilai EVA yang dicapai oleh perusahaan, semakin besar kemungkinan terjadi peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian, EVA menjadi alat yang efektif dalam mempengaruhi penilaian investor dan masyarakat terhadap *firm value*.

Sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Cut Sarah Syahirah dan Maya Febrianty Lantania¹⁹, Putu Diandra

¹⁹ 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."

Karmawan dan Ida Bagus Badjra²⁰, serta Zulfia Eka Sari yang menyatakan bahwa *Economic Value Added* berdampak positif dan signifikan terhadap *firm value*²¹. Akan tetapi, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irma, Enas dan Herlina²² dan penelitian Mikrad dan Abdul yang menegaskan bahwa *Economic Value Added* (EVA) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan²³.

Penelitian ini mendukung teori legitimasi, yang mengemukakan bahwa perusahaan perlu mempertahankan legitimasinya dalam mata masyarakat dengan cara memenuhi harapan dan tuntutan sosial, termasuk dalam kinerja keuangan. Dalam penelitian ini *Economic Value Added* (EVA) dapat menciptakan nilai tambah ekonomi yang diungkapkan dalam bentuk laporan tahunan sebagai salah satu langkah positif untuk memperkuat legitimasinya dimata pemangku kepentingan dan masyarakat²⁴.

Penelitian ini juga mendukung teori pemangku kepentingan, yang menekankan bahwa perusahaan harus mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terlibat dalam operasional perusahaan. Dengan melibatkan pemangku kepentingan untuk mendukung dan memenuhi harapan mereka, perusahaan dapat menciptakan lingkungan yang berkelanjutan. Dalam penelitian ini *Economic Value Added* (EVA) sebagai matrik kinerja keuangan yang baik mencerminkan peningkatan nilai tambah ekonomi perusahaan yang dianggap sebagai salah

²⁰ Karmawan and Badjra, "Pengaruh Economic Value Added, Debt To Equity Ratio Dan Komposisi Komisaris Independen Terhadap Nilai Perusahaan."

²¹ Sari, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Economic Value Added Dan Risiko Sistematis Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Kategori LQ45 Yang Terdaftar Di BEI)."

²² 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)."

²³ Mikrad Mikrad and Abdul Syukur, "Pengaruh Economic Value Added Dan Market Value Added Terhadap Nilai Perusahaan Pada (Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2014-2018)," *Dynamic Management Journal* 3, no. 2 (2019): 14–23, <https://doi.org/10.31000/dmj.v3i2.1956>.

²⁴ Enggar Nursasi, "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Moderasi," *AKTIVA Jurnal Akuntansi Dan Investasi* 5, no. 1 (2020): 29–44, <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-keuangan/article/view/2961>.

satu dampak positif terhadap harapan pemangku kepentingan. Pemangku kepentingan utama, yaitu investor dapat melihat EVA sebagai bahan penilaian sejauh mana perusahaan dapat menciptakan nilai tambah ekonomi. Oleh karena itu, peningkatan EVA dapat memperkuat ikatan antara perusahaan dan stakeholder dan dapat meningkatkan nilai perusahaan²⁵.

Diraihnya nilai tambah ekonomi yang dapat menaikkan nilai perusahaan tidak terlepas dari kerja keras dan ketulusan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Hal tersebut dianggap sebagai salah satu penerapan nilai-nilai keagamaan yang tercermin dalam Al-Quran, yang menekankan pentingnya kesungguhan dan kepercayaan kepada Allah dalam setiap aspek kehidupan, termasuk bisnis. Beberapa ayat yang mencerminkan prinsip-prinsip kesungguhan, kesabaran dan keyakinan kepada Allah dalam bekerja terdapat dalam Surah Al-Imran ayat 200 dan Surah At-Taubah ayat 105.

Surah Al-Imran ayat 200 menjelaskan mengenai pentingnya kesabaran dan keteguhan hati dalam menghadapi cobaan dan tantangan dalam bekerja. Sedangkan Surah At-Taubah ayat 105 menjelaskan mengenai tindakan kita dalam bekerja akan diperhatikan oleh Allah, sehingga kita harus bekerja dengan sungguh-sungguh dan tawakal kepada-Nya²⁶. Dengan menerapkan prinsip-prinsip tersebut dalam bisnisnya, perusahaan dapat meraih nilai tambah ekonomi yang signifikan yang dapat berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* yang di Moderasi Oleh *Environmental Performance* Terhadap *Firm Value*

Berdasarkan hasil uji hipotesis ketiga mengenai pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *firm value* dengan *environmental performance* sebagai pemoderasi, menghasilkan nilai T_{hitung} sebesar -0,148 yang lebih rendah dari nilai T_{tabel} 1,703 dengan tingkat signifikansi 0,883 yang lebih besar dari tingkatan yang telah ditentukan yaitu 0,05 (tidak signifikan). Maka, kesimpulan yang dapat ditarik adalah *environmental performance* tidak dapat memoderasi pengaruh

²⁵ Rafky Aulya and Henri Agustin, "Pengaruh Ekonomi Value Added Dan Market Value Added Terhadap Return Saham," *Jurnal Eksplorasi Akuntansi* 5, no. 4 (2023): 1334–51, <https://doi.org/10.24036/jea.v5i4.705>.

²⁶ Ahmad Zaini, "Meneladani Etos Kerja Rasulullah Saw," *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 3, no. 1 (2016): 115, <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1476>.

CSR terhadap *firm value* dan H3 dinyatakan ditolak. Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.12 dapat disimpulkan bahwa *environmental performance* tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap *firm value*. Selain itu *environmental performance* juga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap hubungan antara CSR dan *firm value*. Maka, kesimpulannya *environmental performance* berperan sebagai *homologizer moderator* (bukan moderasi).

Environmental performance merupakan wujud pertanggung jawaban serta kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, yang menjadi salah satu upaya perusahaan dalam mencapai keberlanjutan. Melalui keterlibatan perusahaan dalam Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan (PROPER), akan menunjukkan komitmen perusahaan dalam mengelola dampak lingkungan secara bertanggung jawab. *Environmental performance* dinilai melalui PROPER yang menjadi sumber informasi sosial yang signifikan dan dapat mempengaruhi pandangan investor untuk berinvestasi di perusahaan. Maka, upaya perusahaan dalam mencapai *environmental performance* yang baik dapat memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan nilai perusahaan²⁷.

Penelitian ini menjelaskan bahwa *environmental performance* tidak memiliki kemampuan untuk memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *firm value*. Berdasarkan tabel 4.1 terlihat bahwa nilai maksimum *environmental performance* adalah 5, nilai minimumnya adalah 3 dan rata-ratanya adalah 3,58. Hal tersebut menunjukkan bahwa *environmental performance* perusahaan cenderung masih tergolong rendah, sehingga tidak mampu memoderasi hubungan CSR dan *firm value*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Nurani Wigati²⁸, Veronica Padma Lingga dan Wirakusuma²⁹, dan penelitian oleh Ngakan Made Purawan dan Made Gede Wirakusuma yang menyatakan bahwa *environmental performance* tidak mampu memoderasi pengaruh hubungan

²⁷ Lingga and Wirakusuma, “Pengaruh Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Pemoderasi.”

²⁸ Wigati, “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Lingkungan Dan Struktur Kepemilikan Modal Asing Sebagai Variabel Moderating”.

²⁹ Lingga and Wirakusuma, “Pengaruh Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Pemoderasi.”

antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *firm value*³⁰.

Penelitian ini menggambarkan bahwa masih banyak perusahaan, khususnya perusahaan pertambangan yang kurang mempedulikan kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh aktivitas operasionalnya. Akibatnya, variabel *environmental performance* tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap nilai perusahaan dan tidak mampu memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan *firm value*. Hal ini menunjukkan bahwa tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan masih sangat dibutuhkan, karena kinerja lingkungan yang baik dapat membantu meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat.

Hasil ini berkaitan dengan teori legitimasi dan stakeholder perusahaan. Meskipun perusahaan telah berusaha transparan dalam mengungkapkan aktivitas lingkungan melalui kinerja lingkungan dan juga memenuhi tanggung jawab sosial melalui pengungkapan CSR, hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan belum mampu memperoleh legitimasi sepenuhnya dan meningkatkan kesejahteraan investor dan stakeholder melalui CSR dan kinerja lingkungan. Hal tersebut disebabkan karena perusahaan belum maksimal dalam menjalankan kinerja lingkungannya sehingga legitimasi dan kepercayaan stakeholder tidak terwujud sepenuhnya. Kinerja lingkungan yang diungkapkan oleh perusahaan belum menjadi faktor penentu dalam keputusan berinvestasi para investor. Investor mungkin belum melihat nilai finansial ataupun nonfinansial yang signifikan dalam kriteria lingkungan yang diungkapkan. Selain itu, kinerja lingkungan yang baik belum tentu memberikan keuntungan finansial dan nonfinansial secara langsung bagi investor dan stakeholder perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan evaluasi mengenai dampak dan upaya kinerja lingkungan terhadap keputusan berinvestasi dan kepuasan stakeholder perusahaan.

Dalam ajaran Islam, lingkungan merupakan suatu hal yang dianugerahkan oleh Allah SWT kepada umat manusia. Oleh karena itu, sebagai manusia yang beriman, kita memiliki tanggung jawab untuk menjaga dan menjaganya. Hal ini

³⁰ Purawan and Wirakusuma, "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Pemoderasi."

tercermin dalam QS Al-Baqarah ayat 205 yang mengajarkan mengenai pentingnya memelihara lingkungan dan Allah SWT tidak menyukai orang-orang yang merusak lingkungan. Akan tetapi pada realitanya, masih banyak perusahaan-perusahaan yang tidak memperhatikan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam operasionalnya. Hal inilah yang menyebabkan kinerja lingkungan yang kurang baik tidak dapat memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *firm value*.

4. Pengaruh *Economic Value Added* yang di Moderasi Oleh *Environmental Performance* Terhadap *Firm Value*

Berdasarkan hasil uji hipotesis keempat tentang pengaruh *Economic Value Added* (EVA) terhadap *firm value* dengan *environmental performance* sebagai pemoderasi, menghasilkan nilai T_{hitung} sebesar -0,740 lebih rendah dari T_{tabel} 1,703 dengan tingkat signifikansi 0,466 yang lebih besar dari tingkatan yang telah ditentukan yaitu 0,05 (signifikan). Maka, kesimpulannya *environmental performance* sebagai pemoderasi tidak dapat memoderasi pengaruh EVA terhadap *firm value* dan H4 dinyatakan ditolak. Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.12 menyimpulkan bahwa *environmental performance* tidak berdampak signifikan terhadap *firm value*. Selain itu *environmental performance* juga tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap hubungan antara EVA dan *firm value*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel *environmental performance* berperan sebagai *homologizer moderator* (bukan moderasi).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *environmental performance* tidak memiliki kemampuan untuk memoderasi hubungan *Economic Value Added* (EVA) dan *firm value*. Berdasarkan tabel 4.1 terlihat bahwa nilai maksimum *environmental performance* adalah 5, nilai minimumnya adalah 3 dan rata-ratanya adalah 3,58. Hal tersebut menunjukkan bahwa *environmental performance* perusahaan cenderung masih tergolong rendah, sehingga tidak mampu memoderasi hubungan EVA dan *firm value*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Desy Mariani dan Suryani³¹, serta Uswatun Chasanah dan Mariana yang menyatakan bahwa kinerja lingkungan tidak dapat memoderasi pengaruh antara kinerja keuangan terhadap *firm*

³¹ Mariani and Suryani, "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Sosial Dan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Moderator."

*value*³². Namun, hasil tersebut berbeda dengan yang penelitian Praditya Kusuma Wardhana yang menyatakan bahwa kinerja lingkungan memiliki kemampuan untuk memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap *firm value*³³.

Penelitian ini menunjukkan bahwa masih banyak perusahaan, terutama perusahaan pertambangan yang kurang memperhatikan kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh aktivitas operasionalnya. Beberapa bahkan masih melakukan kerusakan lingkungan. Perusahaan-perusahaan tersebut cenderung lebih fokus mengutamakan mencari keuntungan pribadi dari pada memperhatikan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan. Akibatnya, *environmental performance* tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap nilai perusahaan dan tidak mampu memperkuat pengaruh *Economic Value Added* (EVA) dalam meningkatkan *firm value*.

Penelitian ini bertolak belakang dengan teori legitimasi dan stakeholder. Kedua teori tersebut dianggap penting dalam menghubungkan kinerja lingkungan sebagai variabel moderasi antara *Economic Value Added* (EVA) dan *firm value*. Teori legitimasi mengemukakan bahwa perusahaan harus mempertahankan dukungan dan legitimasi masyarakat dan pemangku kepentingan. Sedangkan teori stakeholder berisi mengenai pentingnya memperhatikan kepentingan semua pihak yang berhubungan dalam operasional perusahaan, termasuk kepentingan lingkungan. Dalam penelitian ini, kinerja lingkungan dianggap sebagai salah satu usaha perusahaan dalam memenuhi harapan dan kebutuhan stakeholder serta mempertahankan legitimasi di masyarakat. Namun dalam penelitian ini kinerja lingkungan belum dapat mempengaruhi *firm value*, yang disebabkan oleh upaya perusahaan yang belum maksimal untuk memperoleh dukungan sosial dan persepsi stakeholder secara signifikan. Oleh karena itu, perusahaan mungkin perlu melakukan evaluasi lebih lanjut mengenai praktik lingkungan dan strategi komunikasi terhadap stakeholder untuk memperkuat legitimasi di mata masyarakat dan memperkuat hubungannya dengan stakeholder .

³² Chasanah and Mariana, "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Pemoderasi."

³³ Wardhana, "Pengaruh Biaya Lingkungan Dan Kinerja Lingkungan Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan."

Kinerja lingkungan sebagai variabel moderasi tidak dapat memoderasi hubungan antara *Economic Value Added* (EVA) dan *firm value*. Hal ini dapat terjadi apabila perusahaan telah mencapai nilai tambah ekonomi yang tinggi, tetapi kinerja lingkungannya masih lemah atau belum baik. Hal tersebut dapat dianggap bahwa perusahaan terlalu fokus pada pencapaian kinerja finansialnya tanpa memperhatikan kinerja lingkungannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa terjadi kesenjangan antara aspek keuangan dan lingkungan dalam perusahaan. Meskipun perusahaan telah mampu menciptakan nilai tambah ekonomi yang signifikan, akan tetapi dampak negatif terhadap lingkungan dapat mengurangi nilai perusahaan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, perusahaan harus memperkuat kinerja lingkungannya agar sejalan dengan pencapaian nilai tambah ekonomi yang tinggi. Sehingga hubungan antara *environmental performance* dan nilai tambah ekonomi semakin kokoh dan dapat meningkatkan *firm value*.

Perusahaan yang memiliki kinerja finansial yang baik tetapi kinerja lingkungannya buruk dapat dianggap tidak patuh terhadap ajaran agama Islam. Sebagai umat Muslim, kita dituntut untuk bertanggung jawab dalam menjaga lingkungan dan tidak menyebabkan kerusakan yang merugikan makhluk hidup dan ekosistem. Oleh karena itu perusahaan harus memperbaiki kinerja lingkungannya dan menjalankan praktik bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam yang mengedepankan keberlanjutan lingkungan.