

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data**

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan analisis regresi data panel yang mengombinasikan dimensi waktu dan dimensi individu, sehingga mampu memberikan informasi yang lebih komprehensif mengenai perubahan yang terjadi antar perusahaan dari tahun ke tahun (Ghozali & Ratmono, 2017). Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan, laporan keberlanjutan, dan laporan keuangan perusahaan. Sumber data diakses melalui situs resmi masing-masing perusahaan serta situs Bursa Efek Indonesia (BEI). Objek penelitian ini adalah perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020 hingga 2024. Berdasarkan hasil seleksi menggunakan metode *purposive sampling*, diperoleh 13 perusahaan yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sampel. Dengan pengamatan selama lima tahun, maka jumlah data panel yang dianalisis dalam penelitian ini adalah sebanyak 65 observasi.

Data yang terkumpul terlebih dahulu diolah menggunakan Microsoft Excel untuk proses input variabel. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan software EViews 12 guna menguji pengaruh variabel independen, yaitu kinerja lingkungan, pengungkapan lingkungan dan biaya lingkungan terhadap variabel dependen berupa nilai perusahaan melalui prosedur analisis statistik yang sesuai.

#### **1. Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan pemahaman awal mengenai karakteristik data yang digunakan dalam penelitian. Analisis ini bertujuan untuk menyajikan data secara sistematis dan ringkas, sehingga memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi pola, kecenderungan dan variasi dari setiap variabel yang diteliti. Beberapa ukuran statistik yang umumnya digunakan dalam analisis deskriptif antara lain nilai rata-rata (mean), nilai maksimum, nilai minimum dan standar deviasi. Rata-rata menunjukkan nilai tengah kecenderungan data, nilai

maksimum dan minimum menggambarkan rentang sebaran data, sedangkan standar deviasi menunjukkan tingkat penyebaran data dari rata-rata. Analisis ini bersifat eksploratif dan tidak digunakan untuk menguji hipotesis, melainkan sebagai dasar sebelum analisis selanjutnya (Ghozali, 2021). Tabel berikut memuat penjelasan dari analisis statistik deskriptif yang dilakukan.

Tabel 4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Mean	Minimum	Maksimum	Std. Deviasi
Kinerja Lingkungan	65	4,0615	3,0000	5,0000	0,6585
Pengungkapan Lingkungan	65	0,6182	0,0960	1,0000	0,2454
Biaya Lingkungan	65	0,2130	-0,2460	9,4570	1,2236
Nilai Perusahaan	65	1,0304	0,5430	2,0090	0,3087

Sumber: Data diolah (2025)

Penjelasan dari setiap variabel mencakup:

a) Variabel kinerja lingkungan

Rata-rata skor kinerja lingkungan sebesar 4,0615 menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan sampel telah berada pada tingkat kepatuhan yang tinggi terhadap regulasi lingkungan, dengan kategori PROPER Hijau. Hal ini mencerminkan bahwa perusahaan tidak hanya memenuhi ketentuan lingkungan yang berlaku, tetapi juga menunjukkan inisiatif lebih dalam pengelolaan lingkungan. Nilai minimum sebesar 3,0000 dan maksimum 5,0000 menunjukkan bahwa seluruh perusahaan memperoleh peringkat PROPER antara Biru hingga Emas. Sementara itu, nilai standar deviasi sebesar 0,6585 mengindikasikan adanya variasi sedang antar perusahaan dalam pencapaian kinerja lingkungan, meskipun umumnya telah memenuhi standar minimal yang ditetapkan oleh pemerintah.

b) Variabel pengungkapan lingkungan

Rata-rata nilai pengungkapan lingkungan sebesar 0,6182 menunjukkan bahwa secara umum perusahaan telah mengungkapkan sekitar 62% dari total indikator lingkungan dalam GRI 2021, mencerminkan tingkat transparansi yang cukup baik. Nilai minimum sebesar 0,0960 dan maksimum 1,0000 menunjukkan bahwa terdapat perusahaan yang hanya mengungkapkan sebagian kecil informasi lingkungan, sementara sebagian lainnya mengungkapkan seluruh indikator yang relevan. Nilai standar deviasi sebesar 0,2454 mengindikasikan adanya variasi sedang antar perusahaan dalam hal kelengkapan pengungkapan lingkungan.

c) Variabel biaya lingkungan

Rata-rata nilai biaya lingkungan sebesar 0,2130 menunjukkan bahwa secara umum perusahaan telah mengalokasikan sebagian sumber dayanya untuk aktivitas terkait lingkungan. Nilai minimum sebesar -0,2460 dan maksimum 9,4570 mencerminkan rentang yang sangat lebar, mengindikasikan perbedaan signifikan dalam proporsi pengeluaran antar perusahaan. Nilai negatif muncul pada perusahaan yang mengalami rugi bersih, sehingga rasio biaya terhadap laba menjadi negatif secara matematis. Standar deviasi sebesar 1,2236 tergolong tinggi, yang menunjukkan adanya variasi besar dalam pengeluaran lingkungan, baik karena besaran biaya maupun kondisi keuangan masing-masing perusahaan.

d) Variabel Nilai Perusahaan

Rata-rata nilai perusahaan sebesar 1,0304 menunjukkan bahwa secara umum perusahaan dalam sampel memiliki nilai pasar yang sedikit lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya. Nilai minimum sebesar 0,5430 dan maksimum 2,0900 mencerminkan adanya perbedaan yang cukup signifikan dalam persepsi pasar terhadap prospek dan kinerja masing-masing perusahaan. Standar deviasi

sebesar 0,3087 tergolong moderat, yang menunjukkan bahwa tingkat penyebaran nilai perusahaan relatif stabil antar sampel.

## 2. Uji Pemilihan Model Regresi Data Panel

### a) Uji chow

Uji chow dilakukan untuk membantu memutuskan manakah di antara model CEM atau FEM yang menjadi model yang terbaik. Uji ini membandingkan model dengan koefisien yang sama untuk individu dengan model yang memungkinkan koefisien berbeda antar individu. Jika hasil uji memperlihatkan probabilitas *cross-section Chi-square-nya*  $< 0,05$  FEM akan dipilih. Selanjutnya, CEM akan dipilih ketika probabilitas *cross-section Chi-square-nya*  $> 0,05$ .

Tabel 4.2 Hasil Uji Chow

<i>Effect Test</i>	Prob
<i>Cross-secton Chi Square</i>	0,0000

Sumber: Data diolah (2025)

Nilai probabilitas *Cross section Chi-square* sebesar  $0,000 < 0,05$  berarti model FEM yang terpilih. Setelah uji Chow selesai, tahap berikutnya adalah melakukan uji Hausman untuk memperoleh hasil lebih lanjut.

### b) Uji Hausman

Uji hausman dilakukan untuk membantu memutuskan manakah diantara model FEM atau REM yang merupakan model terbaik. Uji ini menguji hipotesis nol bahwa perbedaan antara estimasi efek tetap dan efek acak tidak signifikan (tidak ada korelasi antara efek individual dan variabel independen). Hasil pengujian tertera pada nilai *cross-section random-nya*. Nilai probabilitas  $< 0,05$  mengindikasikan model FEM yang terbaik sedangkan nilai probabilitas  $> 0,05$  mengindikasikan model REM yang terbaik.

Tabel 4.3 Hasil Uji Hausman

<i>Summary Test</i>	Prob
<i>Cross-secton Random</i>	0,6133

Sumber: Data diolah (2025)

Nilai probabilitas *cross section random* sebesar  $0,6133 > 0,05$  berarti model REM yang terpilih. Pada uji Hausman, jika model REM yang terpilih, langkah berikutnya adalah melaksanakan uji Lagrange Multiplier.

c) Uji Lagrange Multiplier (LM)

Uji Lagrange Multiplier membantu memutuskan apakah model sebaiknya dianalisis dengan model CEM atau REM. Uji ini dikembangkan oleh Breusch-Pagan. Uji ini menguji hipotesis nol bahwa varians dari efek individual (*error term*) adalah nol. Nilai *both Breusch-Pagan*  $< 0,05$  mengindikasikan model REM yang terbaik sedangkan nilai *both Breusch-Pagan*  $> 0,05$  mengindikasikan model CEM yang terbaik.

Tabel 4.4 Hasil Uji Lagrange Multiplier

<i>Hypotesis Test</i>	Prob
<i>Breusch-Pagan</i>	0,0000

Sumber: Data diolah (2025)

Nilai *both Breusch-Pagan* sebesar  $0,0000 < 0,05$  menunjukkan bahwa model REM lebih tepat digunakan dibandingkan CEM. Dengan mempertimbangkan hasil pengujian pemilihan model, maka model terbaik yang digunakan dalam penelitian ini adalah REM.

### 3. Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang terpilih dalam penelitian ini adalah *Random Effect Model* (REM). Eksandy (2018) menjelaskan bahwa REM menggunakan teknik *Generalized Least Squares* (GLS) sehingga tidak perlu melakukan uji asumsi klasik. GLS secara efektif mengatasi masalah heteroskedastisitas dan autokorelasi dalam error term, serta telah memperhitungkan kemungkinan adanya variasi dan permasalahan dalam data. Gujarati dan Porter (2015) menyatakan bahwa penggunaan GLS dalam model REM memenuhi kriteria *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE) yang menggambarkan sifat-sifat ideal dari suatu estimator dalam regresi. Dengan demikian, analisis dapat langsung difokuskan pada

interpretasi hasil.

#### 4. Analisis Regresi Data Panel

Analisis regresi data panel berfungsi dalam menentukan pengaruh dari variabel kinerja lingkungan, pengungkapan lingkungan dan biaya lingkungan terhadap nilai perusahaan. Hasil analisis regresi data panel yakni:

Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Data Panel

Variabel	Koefisien	Standar Error
Konstanta	0,309787	0,309999
Kinerja Lingkungan	0,237257	0,069579
Pengungkapan Lingkungan	-0,383979	0,120136
Biaya Lingkungan	-0,026530	0,021787

Sumber: Data diolah (2025)

Pada data yang tertera dalam tabel di atas, maka persamaan regresi data panel dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Nilai Perusahaan} = 0,309787 + 0,237257\text{KL} - 0,383979\text{PL} - 0,026530\text{BL} + e$$

Interpretasi dari persamaan tersebut adalah:

a) Konstanta

Nilai konstanta sebesar 0,309787 menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen bernilai nol, maka nilai perusahaan diperkirakan sebesar 0,309787.

b) Kinerja Lingkungan

Koefisien regresi sebesar 0,23725 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam kinerja lingkungan akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,23725, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

c) Pengungkapan Lingkungan

Koefisien regresi sebesar -0,383979 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam pengungkapan lingkungan diikuti oleh penurunan nilai perusahaan sebesar 0,383979, dengan asumsi variabel

lainnya tetap.

d) Biaya Lingkungan

Koefisien regresi sebesar -0,026530 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam biaya lingkungan diikuti oleh penurunan nilai perusahaan sebesar 0,026530, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

## B. Uji Hipotesis

### 1. Hasil Uji t (Parsial)

Uji t berfungsi dalam menentukan adakah pengaruh dari variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Suatu variabel dikatakan berpengaruh apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  sehingga hipotesis dapat diterima. Dalam penelitian ini, nilai  $t_{tabel}$  adalah 1,999624.

Tabel 4.6 Hasil Uji Parsial

Variabel	$t_{hitung}$	Sig
Kinerja Lingkungan	3,409875	0,0012
Pengungkapan Lingkungan	-3,196193	0,0022
Biaya Lingkungan	-1,217768	0,2280

Sumber: Data diolah (2025)

Hasil pengujian dijelaskan di bawah ini:

a) Pengujian Hipotesis Pertama

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,409875  $> t_{tabel}$  sebesar 1,999624 dan nilai signifikansi sebesar 0,0012  $< 0,05$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis **H1 diterima**.

b) Pengujian Hipotesis Kedua

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar -3,409875  $< t_{tabel}$  1,999624 dan nilai signifikansi sebesar 0,0022  $< 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa pengungkapan lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis **H2 ditolak**.

c) Pengujian Hipotesis Ketiga

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $-1,217768 <$  nilai  $t_{tabel}$  sebesar  $1,999624$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,2280 >$   $0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa biaya lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis **H3 ditolak**.

**2. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi (*Adjusted R square*) mengukur sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai *adjusted r square* mendekati 1 menunjukkan model regresi secara efektif menjelaskan sebagian besar variasi dalam data baik, sementara nilai mendekati 0 menandakan model memiliki keterbatasan dalam menjelaskan variasi dalam data tersebut (Ghozali, 2021).

Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

<i>Adjusted R Squared</i>	0,27184
---------------------------	---------

Sumber: Data diolah (2025)

Nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,2718 mengindikasikan bahwa sebesar 27,18% variasi nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh kinerja lingkungan, pengungkapan lingkungan dan biaya lingkungan dalam model ini. Sementara itu, sisanya sebesar 72,82% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

**3. Hasil Uji F (Simultan)**

Uji F untuk mengetahui apakah semua variabel independen dalam model regresi secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Nilai  $\text{sig } F < 0,05$  atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , menandakan secara simultan variabel independen memengaruhi variabel dependen. Pada penelitian ini  $F_{tabel}$  adalah 2,755481.

Tabel 4.8 Hasil Uji Simultan

$F_{hitung}$	Sig.
8,964546	0.000

Sumber: Data diolah (2025)

Sesuai hasil uji F ditemukan nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $8,964546 >$  nilai  $F_{tabel}$

sebesar 2,755481 dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sehingga **H4 diterima**.

### C. Pembahasan

#### 1. Pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil analisis regresi yang telah dilakukan, diperoleh nilai  $t_{hitung} 3,409875 > t_{tabel} 1,999624$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,0012 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dapat diterima. Artinya semakin tinggi kualitas kinerja lingkungan, maka semakin besar pula peluang perusahaan untuk meningkatkan nilainya.

Temuan ini didukung oleh penelitian Sumarta et al (2023), Anjanie dan Hasyir (2023), Sagala dan Aprilia (2023), Apriandi dan Lastanti (2023), Adyaksana et al (2024) yang mengungkapkan bahwa kinerja lingkungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang memperhatikan aspek lingkungan dianggap bertanggung jawab, sehingga menumbuhkan persepsi positif dari investor dan masyarakat, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai pasar perusahaan.

Kesesuaian ini dapat dijelaskan melalui teori legitimasi, yang menyatakan bahwa keberlanjutan perusahaan sangat dipengaruhi oleh sejauh mana aktivitas dan kebijakan perusahaan sejalan dengan nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat (Wardani & Sa'adah, 2020). Perusahaan tidak dapat beroperasi secara bebas tanpa memperhatikan persepsi masyarakat terhadap tindakan-tindakannya. Ketika perusahaan mampu menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan melalui kinerja yang baik, maka perusahaan memperoleh legitimasi, yakni bentuk pengakuan sosial atas eksistensinya. Legitimasi tersebut memperkuat citra perusahaan

sebagai entitas yang bertanggung jawab, sehingga meningkatkan kepercayaan dari investor, konsumen, serta pihak eksternal lainnya (Sagala & Aprilia, 2023).

Selain itu, legitimasi yang diperoleh dari keberhasilan dalam mengelola kinerja lingkungan juga mencerminkan keberpihakan perusahaan terhadap isu-isu yang menjadi perhatian publik. Melalui program PROPER yang diselenggarakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, perusahaan memiliki kesempatan untuk menunjukkan komitmen lingkungan yang diakui secara resmi. Peringkat PROPER yang baik mencerminkan citra positif pada masyarakat dan dapat menjadi salah satu faktor yang menarik perhatian investor. Dalam jangka panjang, hal ini berkontribusi terhadap stabilitas operasional dan penguatan posisi perusahaan di pasar. Oleh karena itu, kinerja lingkungan yang baik tidak hanya berfungsi sebagai kewajiban regulatif, tetapi juga sebagai strategi penting dalam membangun reputasi dan meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

## **2. Pengaruh pengungkapan lingkungan terhadap nilai perusahaan**

Berdasarkan hasil analisis regresi yang telah dilakukan, diperoleh nilai  $t_{hitung} -3,196193 < t_{tabel} 1,999624$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,0022 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa pengungkapan lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis kedua ( $H_2$ ) yang menyatakan bahwa pengungkapan lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan ditolak.

Temuan ini didukung oleh penelitian Tiara dan Muslim (2023) serta Sagala dan Aprilia (2023) yang mengungkapkan bahwa pengungkapan lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Investor lebih fokus pada aspek keuangan dibandingkan informasi non-keuangan seperti pengungkapan lingkungan, terutama jika pengungkapan tersebut tidak disertai dengan kinerja lingkungan atau dampak nyata yang terlihat. Selain itu, pelaksanaan praktik ramah lingkungan yang diungkapkan secara publik memerlukan alokasi biaya yang cukup besar,

sehingga tanpa adanya nilai tambah yang jelas di mata pasar, informasi pengungkapan lingkungan cenderung kurang menjadi perhatian dalam pengambilan keputusan investasi.

Hasil ini bertentangan dengan pandangan dalam teori legitimasi. Teori ini menyatakan bahwa pengungkapan lingkungan dilakukan sebagai respons atas ekspektasi masyarakat, dengan tujuan untuk memperoleh penerimaan sosial yang dapat memperkuat keberlangsungan operasional perusahaan (Sagala & Aprilia, 2023). Dalam kerangka tersebut, pengungkapan lingkungan dipandang sebagai salah satu sarana yang digunakan perusahaan untuk memperoleh legitimasi dari publik maupun pemangku kepentingan (Eku & Hasnawati, 2024). Secara konseptual, semakin tinggi tingkat transparansi terhadap isu lingkungan, semakin kuat pula citra dan reputasi perusahaan di mata publik (Daromes & Kawilarang, 2020). Namun demikian, dalam praktiknya pengungkapan lingkungan yang dilakukan berdasarkan pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI) masih bersifat sukarela. Perusahaan memiliki keleluasaan dalam menentukan informasi yang akan diungkapkan, sehingga pengungkapan berpotensi bersifat simbolis apabila tidak disertai komitmen nyata terhadap pengelolaan lingkungan. Ketika informasi yang disampaikan tidak relevan atau tidak didukung oleh tindakan konkret, pengungkapan tersebut tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena investor meragukan manfaat nyatanya.

### **3. Pengaruh biaya lingkungan terhadap nilai perusahaan**

Berdasarkan hasil analisis regresi yang telah dilakukan, diperoleh nilai  $t_{hitung} -1,217768 < t_{tabel} 1,999624$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,2280 > 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa biaya lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa biaya lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan ditolak.

Temuan ini didukung oleh penelitian Putri dan Susanti (2023) serta Eku dan Hasnawati (2024) yang mengungkapkan bahwa biaya lingkungan

tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa pengeluaran yang dialokasikan untuk aktivitas lingkungan belum memberikan dampak signifikan terhadap persepsi investor maupun nilai pasar perusahaan. Investor cenderung memandang biaya lingkungan sebagai bagian dari operasional perusahaan yang tidak secara langsung memengaruhi kinerja keuangan maupun keputusan investasi. Selain itu, variasi dalam pengalokasian biaya lingkungan antar perusahaan yang cukup besar menyebabkan efeknya terhadap nilai perusahaan menjadi tidak konsisten dan kurang relevan dalam pandangan pasar.

Hasil ini bertentangan dengan pandangan teori legitimasi yang menekankan pentingnya penerimaan sosial sebagai syarat keberlangsungan operasional perusahaan (Amira & Siswanto, 2022). Dalam kerangka ini, alokasi biaya lingkungan dipandang sebagai wujud konkret dari kepedulian dan tanggung jawab perusahaan terhadap dampak ekologis aktivitas bisnisnya. Ketika perusahaan secara nyata mengeluarkan biaya untuk pengelolaan dan pemulihan lingkungan, hal tersebut tidak hanya mencerminkan komitmen terhadap keberlanjutan, tetapi juga berpotensi memperkuat legitimasi sosial dan meningkatkan kepercayaan investor (Fauzia & Sari, 2023). Namun demikian, dalam praktiknya efektivitas biaya lingkungan dalam meningkatkan nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh efisiensi implementasi serta sejauh mana alokasi tersebut menghasilkan dampak yang dianggap relevan oleh pasar. Berdasarkan pendekatan yang diterapkan dalam analisis ini, pengeluaran lingkungan dipertimbangkan secara proporsional terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan. Jika porsi biaya yang dikeluarkan tidak sebanding dengan manfaat yang diterima, investor cenderung mengabaikan pengeluaran tersebut dalam pengambilan keputusan investasi. Oleh karena itu, biaya lingkungan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan karena pasar memerlukan bukti nyata bahwa pengeluaran tersebut memberikan nilai tambah yang konkret dan berkelanjutan..

#### **4. Pengaruh kinerja lingkungan, pengungkapan lingkungan dan biaya lingkungan terhadap nilai perusahaan**

Berdasarkan hasil analisis regresi yang telah dilakukan, diperoleh nilai  $F_{hitung} 8,964546 > F_{tabel} 2,755481$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa kinerja lingkungan, pengungkapan lingkungan dan biaya lingkungan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga hipotesis keempat (H4) diterima.

Hasil ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel keberlanjutan tersebut secara kolektif berkontribusi langsung terhadap peningkatan nilai perusahaan. Temuan ini sekaligus memperkuat pemahaman bahwa tanggung jawab lingkungan yang dijalankan perusahaan tidak hanya berdampak pada aspek sosial, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap penguatan posisi perusahaan di mata publik. Ketiga variabel tersebut merepresentasikan tanggung jawab perusahaan dalam konteks keberlanjutan, mulai dari performa aktual (kinerja lingkungan), transparansi kepada publik (pengungkapan lingkungan), hingga realisasi komitmen dalam bentuk alokasi anggaran (biaya lingkungan). Kombinasi dari ketiganya dapat membentuk persepsi positif di mata pemangku kepentingan, termasuk investor, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai pasar perusahaan.

Secara teoritis, temuan ini dapat dijelaskan melalui pendekatan teori legitimasi yang menyatakan bahwa keberlangsungan perusahaan sangat dipengaruhi oleh kesesuaiannya dengan nilai dan ekspektasi yang berkembang di masyarakat (Meidijati & Augustine, 2022). Ketika perusahaan mampu menunjukkan tanggung jawab lingkungannya secara nyata, baik melalui tindakan langsung maupun melalui informasi yang disampaikan kepada publik, maka perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial. Legitimasi tersebut kemudian memperkuat citra perusahaan sebagai entitas yang bertanggung jawab, meningkatkan kepercayaan investor, dan mendukung pencapaian tujuan perusahaan, termasuk peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian, ketiga variabel tersebut secara simultan

tidak hanya mencerminkan tanggung jawab sosial perusahaan, tetapi juga membentuk fondasi strategis yang memperkuat reputasi dan legitimasi, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap terbentuknya nilai perusahaan yang berkelanjutan.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI  
PERPUSTAKAAN  
YOGYAKARTA