

BAB IV

Hasil Dan Pembahasan

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Berikut daftar perusahaan yang dijadikan sampel perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014 sampai 2018 yaitu :

Tabel 4.1

Obyek Penelitian

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ADSS	PT. AKASHA WIRA INTERNATIONAL, TBK
2	ADMG	PT. POLYCHEM INDONESIA, TBK
3	AKRA	PT. AKR CORPORINDO, TBK
4	AMFG	PT. ASAHIMAS FLAT GLASS, TBK
5	ANTM	PT. ANEKA TAMBANG, TBK
6	ARGO	PT. ARGO PANTES, TBK
7	BUDI	PT. BUDI STARCH & SWEETENER, TBK
8	BUKK	PT. BUKAKA TEKNIK UTAMA, TBK
9	CINT	PT. CHITOSE INTERNASIONAL, TBK
10	CPNN	PT. CHAROEN PHOKPHAND INDONESIA, TBK
11	DLTA	PT. DELTA DJAKARTA, TBK
12	ESSA	PT. SURYA ESA PERKASA, TBK
13	GGRM	PT. GUDANG GARAM, TBK
14	GJTL	PT. GAJAH TUNGGAL, TBK

15	HMSN	PT. HANAYA MANDALA SAMPOERNA,TBK
16	ICBP	PT. INDOFOD CBP SUKSES MAKMUR,TBK
17	INDR	PT. INDORAMA SYNTETIC,TBK
18	INDS	PT. INDOSPRING,TBK
19	INRU	PT. TOBA PULP LESTARI,TBK
20	INTP	PT. INDOCEMENT TUNGGAL PRAKASA,TBK
21	JPFA	PT. JAPFA COMFEED INDONESIA,TBK
22	KAEFL	PT. KIMIA FARMA,TBK
23	KBLI	PT. KMII WIRE AND CABLE,TBK
24	KBLN	PT. KABELNDO MURNI,TBK
25	KLBF	PT. KALLBE FARMA,TBK
26	LPCK	PT. LIPO CIKARANG,TBK
27	LSJP	PT. PP LONDON SUMATERA INDONESIA,TBK
28	MAIN	PT. MALINDO FEEDMIL,TBK
29	MLBI	PT. MULTI BINTANG,TBK
30	PEHA	PT. PHAPROS,TBK
31	PSDN	PT. PRASIDHA ANEKA NIAGA,TBK
32	PTBM	PT. BUKIT ASAM (PERSERO),TBK
33	PTSN	PT. SAT NUSA PERSADA,TBK
34	ROTI	PT. NIPPON INDOSAR CORPORINDO,TBK
35	SIMP	PT. SALIM IVOMAS PRATAMA,TBK
36	SMAR	PT. SMART,TBK
37	SMCB	PT. HOLCIM INDONESIA,TBK

38	SMGR	PT. SEMEN INDONESIA,TBK
39	SPMA	PT. SUPARMA,TBK
40	SRSN	PT. INDO ACIDATAMA,TBK
41	TFCO	PT. TIFICO FIBER INDONESIA,TBK
42	TINS	PT. TIMAH (PERSERO),TBK
43	TKIM	PT. PABRIK KERTAS TJIWI KIMIA,TBK
44	TOTO	PT. SURYA TOTO INDONESIA,TBK
45	TRISS	PT. TRISULA TEXTILE INDUSTRIES,TBK
46	ULTJ	PT. ULTRAJAYA MILK INSDUSTRY,TBK
47	UNVR	PT. UNILEVER INDONESIA,TBK

4.2 Deskripsi Statistik Variabel

Tabel 4.2

Hasil Uji Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PBV	235	-1.7781	82.4444	4.053429	9.9614932
ROE	235	-2.5917	7.9704	0.167886	0.6071591
KLING	235	0	5	2.91	0.938
Valid N (listwise)	235				

Berdasarkan tabel 2 diatas menggambarkan deskriptif variabel-variabel secara statistik dalam penelitian ini. Pada tabel 2 mendapatkan deskriptif penelitian sejumlah data sebanyak 235 sampel.

Berdasarkan Tabel 2 variabel kinerja lingkungan memiliki nilai minimum sebesar 0 yang dimiliki oleh PT. Bukaka Teknik Utama, TBK pada tahun 2014, PT. Surya Perkasa, TBK pada tahun 2014, PT. Pharos, TBK pada tahun 2014-2017, PT. Nippon Indosari Corporindo, TBK pada tahun 2014-2017, PT. Pabrik Kertas Tjiwi Kimia, TBK pada tahun 2014-2017 dan nilai maksimum 5,000 yang dimiliki oleh PT. Bukit Asam (PERSERO), TBK pada tahun 2014 sampai 2017, PT. Holcim Indonesia, TBK pada tahun 2014 dan 2018. Angka tersebut menunjukkan bahwa apabila semakin besar nilai PROPER berarti semakin baik kinerja lingkungan yang telah diterapkan oleh perusahaan tersebut. Rata-rata variabel kinerja lingkungan memiliki nilai sebesar 2,91. Nilai tersebut menunjukkan bahwa, banyak perusahaan yang memperoleh nilai 3 untuk prestasi kinerja lingkungan yang mampu diraih oleh perusahaan tersebut. Nilai ini menandakan bahwa rata-rata kinerja lingkungan perusahaan di Indonesia cukup bagus. Selain itu, Kinerja lingkungan mendapatkan standar deviasi sebesar 0.938.

Tabel statistik deskriptif menunjukkan variabel kinerja keuangan dengan nilai minimum dari perhitungan sebesar -2.5917 yang dimiliki oleh PT. Bukaka Teknik Utama, TBK pada tahun 2018 dan nilai maksimum sebesar 7.9704 yang dimiliki oleh PT. Malindo Feedmill, TBK, pada tahun 2017. Nilai tersebut dapat menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai ROE maka semakin efisien pula penggunaan aset perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih. Nilai rata-rata variabel kinerja keuangan sebesar 0.167886 serta standar deviasi sebesar 0.6071591.

Tabel statistik deskriptif menunjukkan untuk variabel dependen yaitu nilai perusahaan mendapatkan nilai minimum dari perhitungan sebesar -1.7781, nilai maksimumnya 82.4444, nilai rata-rata sebesar 4.053429 serta standar deviasi sebesar 9.9614932, pada nilai perusahaan terdapat nilai perhitungan dari PBV yang besar yaitu 82,4444 dikarenakan pada PT. Unilever Indonesia, TBK mempunyai penutupan harga saham pada akhir tahun yang cukup besar sehingga akan mempengaruhi nilai dari PBV yang semakin tinggi.

4.3 Analisis data dan pembahasan

4.3.1 Kesesuaian model (*Model fit*)

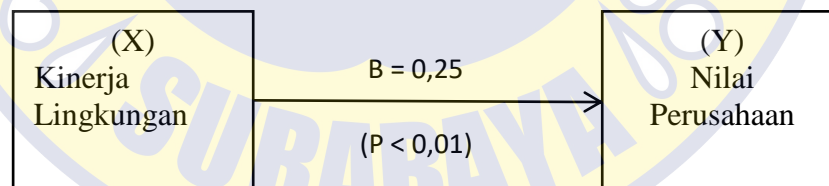
Dari hasil pengujian nilai p untuk average path coefficient (APC) sebesar $< 0,001$ lebih kecil dari 0,05. Nilai P value untuk average R Squared (ARS) sebesar $< 0,001$ lebih kecil dari 0,05. Sedangkan average VIF (AVIF) sebesar 1,047 lebih kecil dari 5. AVIF merupakan indikator multikolinearitas, nilainya harus lebih kecil dari 5. Hasil output menunjukkan kriteria goodness of fit model telah terpenuhi yaitu dengan nilai APC sebesar 0,335 dan ARS sebesar 0,359 dan signifikan. Nilai AVIF sebesar 1,047 juga telah memenuhi kriteria.

4.3.2 Effect Size

Effect size dapat dikelompokkan menjadi 3 kategori diantaranya lemah (0,02), medium (0,15), dan besar (0,36). Hasil estimasi menunjukkan effect size pengaruh dari kinerja lingkungan pada nilai perusahaan adalah 0,021. Hal ini menunjukkan effect size yang lemah, sedangkan effect size pengaruh kinerja lingkungan pada kinerja keuangan adalah 0,011, hal ini menunjukkan effect size yang sangat lemah meskipun mempunyai nilai yang signifikan. Sementara effect size pengaruh kinerja keuangan pada nilai perusahaan sebesar 0,687, hal ini memperlihatkan effect size yang besar.

4.4 Pengujian Hipotesis

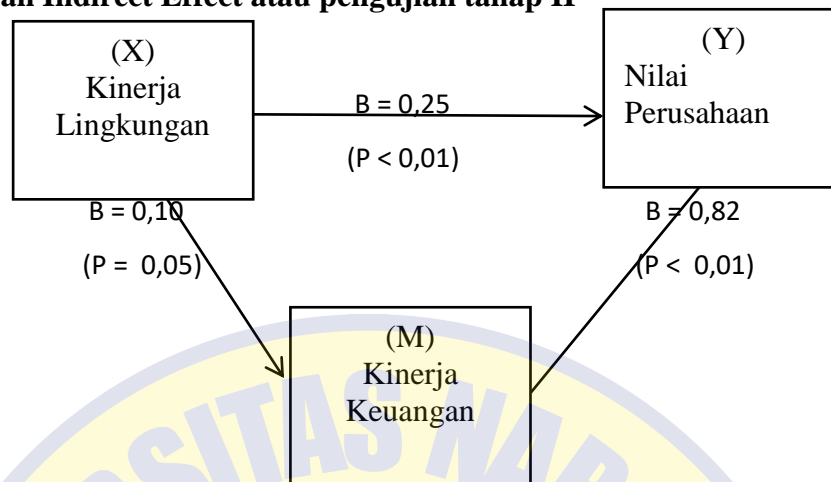
4.4.1 Pengujian Direct Effect atau pengujian tahap I



Gambar 4.1

Hasil Uji PLS Tahap 1

4.4.2 Pengujian Indirect Effect atau pengujian tahap II



Gambar 4.2

Hasil Uji PLS Tahap 2

4.4.3 Pembahasan Hasil Pengujian Tahap I dan Tahap II

Berdasarkan pada gambar 4.1 yaitu hasil pengujian tahap 1 dan gambar 4.1 yaitu hasil pengujian tahap 2 telah menunjukkan bahwa koefisien pada uji direct effect mengalami penurunan koefisien pada uji indirect effect yaitu dari 0,25 menjadi 0,08. Pada uji direct effect tingkat signifikansi $p < 0,01$ dan dikatakan signifikan, tetapi pada uji indirect effect pengaruh kinerja lingkungan pada nilai perusahaan menjadi tidak signifikan yaitu 0,10, sehingga dapat memrikan kesimpulan bahwa kinerja keuangan mempunyai peran sebagai variabel mediasi yang bersifat full mediation

4.5 Pembahasan dan temuan

4.5.1 Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis 1 pada penelitian ini yaitu kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan gambar 4.2 dengan tingkat kepercayaan 5%, hasil pengujian terhadap hipotesis pertama (H_1) membuktikan bahwa Kinerja Lingkungan tidak berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan. Hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai tingkat kepercayaan 5%, yang menunjukkan nilai koefisien pada uji *indirect effect* $> 0,05$ ($0,10 > 0,05$), dikarenakan penyebaran informasi mengenai hasil peringkat PROPER masih cukup sempit dan masih banyak perusahaan yang belum menyantumkan informasi mengenai hasil peringkat PROPER dalam laporan tahunannya. Maka ketika hasil PROPER tersebut tidak dicantumkan dalam laporan tahunan perusahaan, beberapa investor tidak tahu mengenai

hasil penilaian dari tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan. Kurangnya penyebaran informasi mengenai peringkat PROPER tersebut, mengakibatkan hanya beberapa investor saja yang mengetahui mengenai hasil PROPER suatu perusahaan. Dengan tidak meratanya penyebaran informasi mengenai PROPER tersebut, mengakibatkan kinerja lingkungan suatu perusahaan tidak menjadi aspek yang akan dipertimbangkan oleh investor sebagai penentu di perusahaan untuk melakukan sebuah investasi. Hasil ini sesuai dengan penelitian (Mareta & Fitriyah, 2017) dan (Tjahjono & Eko, 2013).

4.5.2 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan

Hipotesis 2 pada penelitian ini yaitu kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel 4.2 dengan tingkat kepercayaan 5%, Hasil pengujian terhadap terhadap hipotesis kedua (H_2) menunjukkan bahwa Kinerja lingkungan memiliki pengaruh secara positif Terhadap kinerja keuangan. Hal tersebut terbukti dari nilai tingkat kepercayaan 5%, yang menunjukkan nilai koefisien pada uji *indirect effect* sebesar 0,05 serta hasil dari koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,10, Hal ini dikarenakan Kinerja lingkungan yang pengukurannya mempergunakan PROPER membuat sebuah dampak yang bersifat positif pada peningkatan kinerja keuangan. Penyebabnya yaitu dengan mengikuti sebuah PROPER bisa mempunyai nilai lebih bagus dari perusahaan yang tidak mengikuti sebuah PROPER. Ini bisa terjadi karena dengan adanya peringkat tersebut bisa memperoleh citra yang bagus bagi perusahaannya, sehingga bisa mempunyai hubungan yang positif bagi kinerja keuangan di perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan kinerja lingkungan, perilaku *stakeholder* terhadap perusahaan bisa sebagai penentu dalam loyalitas merek di perusahaan tersebut sehingga perusahaan bisa mempunyai kinerja keuangan yang bagus karena sudah menerapkan strategi serta komunikasi yang efektif demi mempertahankan pelanggannya. Hasil ini memiliki kesamaan dengan penelitian (Ikhsan & Muharam, 2016) yang menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kinerja lingkungan dengan kinerja keuangan, dikarenakan faktor yang terpenting yang dipergunakan dalam perkembangan dari perusahaan serta peningkatan dari keuangan di perusahaan yaitu dengan adanya kinerja lingkungan, terutama dipergunakan bagi perusahaan untuk mempertahankan legitimasi masyarakat untuk perusahaan.

4.5.3 Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis 3 pada penelitian ini yaitu kinerja keuangan berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Berdasarkan tabel 4.2 pada Uji t dengan tingkat kepercayaan 5%, Hasil pengujian terhadap terhadap hipotesis ketiga (H_3) bahwa Kinerja keuangan mempunyai pengaruh secara positif Terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut terbukti dari nilai tingkat kepercayaan 5%, yang menunjukkan nilai koefisien pada uji *direct effect* $< 0,05$ ($0,01 < 0,05$) serta hasil dari koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,82, dikarenakan berdasarkan *signalling theory* yang menyatakan sebuah keuntungan yang diperoleh perusahaan bisa sebagai sinyal yang baik untuk investor. Sebuah keuntungan yang di peroleh suatu perusahaan bisa diartikan oleh setiap investor sebagai sebuah peluang yang bagus untuk perusahaan, sehingga investor nantinya akan berbondong-bondong untuk pembelian terhadap saham di perusahaan tersebut, serta akan berakibat pada peningkatan harga saham dan juga nilai perusahaan akan mengalami peningkatan. Hasil ini sesuai dengan (Akmalia dkk., 2017) menyatakan bahwa, dari setiap kinerja keuangan di perusahaan yang baik bisa menimbulkan sebuah dampak pada peningkatan nilai perusahaan pula. Semakin meningkatnya nilai perusahaan, semakin pula menimbulkan ketertarikan dari seorang investor supaya bisa melakukan investasi di perusahaan tersebut, dengan keinginan akan mendapatkan keuntungan yang tinggi.

4.5.4 Pengaruh Kinerja Lingkungan melalui Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis 4 dalam penelitian ini ialah kinerja lingkungan melalui kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil path analysis menunjukkan bahwa hasil pengujian tahap 1 dan gambar 4.1 yaitu hasil pengujian tahap 2 telah menunjukkan bahwa koefisien pada uji *direct effect* mengalami penurunan koefisien pada uji *indirect effect* yaitu dari 0,25 menjadi 0,08. Pada uji *direct effect* tingkat signifikansi $p < 0,01$ dan dikatakan signifikan, tetapi pada uji *indirect effect* pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan menjadi tidak signifikan yaitu 0,10, sehingga dapat disimpulkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh secara tidak langsung terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan. Semakin meningkatnya sebuah kesadaran pada perusahaan akan akibat yang dapat terjadi oleh tidak efesiennya pada aktivitas operasional di perusahaan adalah hal yang menguntungkan untuk perusahaan itu sendiri. Karena peningkatan pada kinerja lingkungan dapat dibuat strategi oleh perusahaan untuk tetap menjaga citra yang baik dimata investor dan masyarakat. Citra yang baik tersebut yang

akan menjadi sinyal positif bagi para investor sehingga nantinya mampu menarik minat untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Hal tersebut adalah upaya perusahaan untuk memenuhi kepentingan stakeholder. Namun apabila perusahaan mengabaikan lingkungan dan melalaikan tanggung jawab lingkungan, akan memperburuk citra perusahaan dimata stakeholdernya. Citra sebagai perusahaan yang peduli lingkungan ini akan menjadi semakin penting untuk diperhatikan oleh perusahaan karena masyarakat saat ini telah memiliki rasa kepedulian terhadap lingkungan yang cukup tinggi, hal ini terbukti karena konsumen lebih tertarik terhadap perusahaan yang menerapkan kinerja lingkungan dengan baik. Hal tersebut tentu bisa mempunyai dampak adanya peningkatan pendapatan serta laba perusahaan sehingga akan mempengaruhi kinerja keuangan di perusahaan tersebut. Maka perusahaan akan mempunyai sebuah dampak yang positif yaitu perusahaan bisa mampu meningkatkan dari kinerja keuangannya melalui peningkatan profitabilitas, Penelitian (Dp & Monika, 2014) telah menunjukkan hasil bahwa kinerja keuangan yang diukur dengan profitabilitas terbukti mempunyai pengaruh yang positif pada nilai perusahaan. Pada dasarnya sebuah pertanggung jawaban sosial membutuhkan biaya yang harus dikeluarkan, yang nantinya membuat dana dari pihak *stakeholder*, konsumen ataupun dari karyawan perusahaan akan dikorbankan. Dalam prakteknya tanggung jawab sosial dan lingkungan sebenarnya hanya untuk formalitas dan sebagai ajang untuk menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap sosial dan lingkungannya. Namun dengan dilaksanakannya kinerja lingkungan, penilaian negatif dan kesan negatif terhadap perusahaan seperti kapitalisme, perusahaan tidak peduli lingkungan, perusahaan tidak manusiawi nantinya bisa menjadi sedikit hilang. Jadi dengan melakukan sebuah tanggung jawab sosial dapat dijadikan strategi atau sebuah cara perusahaan untuk meningkatkan goodwill mereka, meskipun pada jangka pendek akan membutuhkan biaya namun pada jangka panjang akan memberikan keuntungan pada perusahaan itu sendiri karena perusahaan akan mendapatkan image yang positif dan rasa percaya dari masyarakat, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.