

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Laporan Keuangan

2.1.1.1 Pengertian Laporan Keuangan

Menurut Baridwan (2013) laporan keuangan merupakan ringkasan dari suatu proses pencatatan dari transaksi-transaksi keuangan yang terjadi selama tahun buku yang bersangkutan. Laporan keuangan ini dibuat oleh manajemen dengan tujuan untuk mempertanggungjawabkan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya oleh para pemilik perusahaan.

Sedangkan menurut Harahap (2013) laporan keuangan mencerminkan kondisi keuangan perusahaan dan hasil usaha suatu perusahaan pada saat tertentu atau jangka waktu tertentu.

Dari pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa laporan keuangan merupakan informasi yang menggambarkan data keuangan perusahaan yang nantinya informasi tersebut dapat digunakan untuk menilai kinerja keuangan perusahaan. Adapun komponen dalam laporan keuangan terdiri dari, Kartikahadi dkk (2012):

1. Laporan posisi keuangan (Neraca) pada akhir periode

2. Laporan laba rugi komprehensif selama periode
3. Laporan perubahan ekuitas selama periode
4. Laporan arus kas selama periode
5. Catatan atas laporan keuangan, berisi ringkasan kebijakan akuntansi penting dan informasi penjelasan lain
6. Laporan posisi keuangan pada awal periode komparatif yang disajikan ketika entitas menerapkan suatu kebijakan akuntansi secara retrospektif atau membuat penyajian kembali pos-pos laporan keuangan, atau ketika entitas mereklasifikasi pos-pos dalam laporan keuangannya.

2.1.1.2 Tujuan Laporan Keuangan

Sedangkan menurut APB *Statement* No. 4 dalam Hery (2013:7-8) tujuan khusus laporan keuangan adalah menyajikan posisi keuangan, hasil usaha, dan perubahan posisi keuangan lainnya secara wajar dan sesuai dengan prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku umum (GAAP). Sedangkan tujuan umum laporan keuangan menurut APB *Statement* No.4 adalah :

1. Memberikan informasi yang terpercaya tentang sumber daya ekonomi dan kewajiban perusahaan, dengan maksud :
 - a. Untuk menilai kekuatan dan kelemahan perusahaan.
 - b. Untuk menunjukkan posisi keuangan dan investasi perusahaan.

- c. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajibannya.
 - d. Menunjukkan kemampuan sumber daya yang ada untuk pertumbuhan perusahaan.
2. Memberikan informasi yang terpercaya tentang sumber kekayaan bersih yang berasal dari kegiatan usaha dalam mencari laba, dengan maksud :
1. Memberikan gambaran tentang jumlah deviden yang diharapkan pemegang saham.
 - b. Menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban kepada kreditur, supplier, pegawai, pemerintah dan kemampuannya dalam mengumpulkan dana untuk kepentingan ekspansi perusahaan.
 - c. Memberikan informasi kepada manajemen untuk digunakan dalam pelaksanaan fungsi perencanaan dan pengendalian.
 - d. Menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba jangka panjang.
3. Memungkinkan untuk menaksir potensi perusahaan dalam menghasilkan laba,
4. Memberikan informasi yang diperlukan lainnya tentang perubahan aktiva dan kewajiban, dan

5. Mengungkapkan informasi relevan lainnya yang dibutuhkan para pemakai laporan.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan laporan keuangan yaitu memberikan informasi terpercaya tentang posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi para pengguna laporan keuangan dalam mengambil suatu keputusan yang tepat.

2.1.1.3 Pemakai Laporan Keuangan

Didalam laporan keuangan terdapat pemakai laporan keuangan sebagaimana pihak yang bersangkutan. Menurut Harahap (2013:120-124), pemakai laporan keuangan yaitu:

1. Pemegang Saham

Pemegang saham ingin mengetahui kondisi keuangan perusahaan, aset, utang, modal, hasil, biaya, dan laba. Ia juga ingin melihat prestasi perusahaan dalam mengelola manajemen yang diberikan amanah. Ia juga ingin mengetahui jumlah deviden yang akan diterima, jumlah pendapatan per saham, jumlah laba yang ditahan. Juga mengetahui perkembangan perusahaan dari waktu ke waktu, perbandingan dengan usaha sejenis, dan perusahaan lainnya. Dari informasi ini pemegang saham dapat mengambil keputusan apakah ia akan mempertahankan sahamnya, menjual, atau menambahnya.

Semua tergantung pada kesimpulan yang diambil dari informasi yang terdapat dalam laporan keuangan atau informasi tambahan lainnya.

2. Investor

Investor dalam hal tertentu juga sama seperti pemegang saham. Bagi investor potensial ia akan melihat kemungkinan potensi keuntungan yang akan diperoleh dari perusahaan yang dilaporkan.

3. Analis Pasar Modal

Analis pasar Modal selalu melakukan baik analisis tajam dan lengkap terhadap laporan keuangan perusahaan yang *go public* maupun yang berpotensi masuk pasar modal. Ia ingin mengetahui nilai perusahaan, kekuatan dan posisi keuangan perusahaan. Apakah layak disarankan untuk dibeli sahamnya, dijual atau dipertahankan. Informasi ini akan disampaikan kepada langganannya berupa investor baik individual maupun lembaga.

4. Manager

Manajer ingin mengetahui situasi ekonomis perusahaan yang dipimpinnya. Seorang manajer selalu dihadapkan kepada seribu satu masalah yang memerlukan keputusan cepat dan setiap saat. Untuk sampai pada keputusan yang tepat, ia harus mengetahui selengkap-lengkapnya kondisi keuangan perusahaan.

5. Karyawan dan Serikat Pekerja

Karyawan perlu mengetahui kondisi keuangan perusahaan untuk menetapkan apakah ia masih terus bekerja di situ atau pindah, hasil usaha perusahaan untuk menilai apakah penghasilan yang diterima adil atau tidak, cadangan dana pensiun, asuransi kesehatan, jamsostek, hak-hak karyawan dilindungi informasi seperti ini sangat penting.

6. Instansi Pajak

Perusahaan selalu memiliki kewajiban pajak yaitu PPN, PBB, Pajak Pembangunan, PpnBm, Pajak Daerah, Retribusi, PPh. Semua kewajiban pajak ini mestinya akan tergambar dalam laporan keuangan, dengan demikian instansi pajak dapat menggunakan laporan keuangan sebagai dasar menentukan kebenaran perhitungan pajak, pembayaran pajak, pemotongan pajak, restitusi, dan juga untuk dasar penindakan.

7. Pemberi Dana (Kreditur)

Sama dengan pemegang saham investor, *lender* seperti bank, *investment fund*, perusahaan *leasing*, juga ingin mengetahui informasi tentang situasi dan kondisi perusahaan baik yang sudah diberi pinjaman maupun yang akan diberi pinjaman. Bagi yang sudah diberikan laporan keuangan dapat menyajikan informasi tentang penggunaan dana yang diberikan, kondisi keuangan seperti likuiditas, solvabilitas, rentabilitas perusahaan.

8. Pemerintah atau Lembaga Pengatur Resmi

Pemerintah atau lembaga pengatur sangat membutuhkan laporan keuangan. karena ia ingin mengetahui apakah perusahaan telah mengikuti peraturan yang telah ia tetapkan. Misalnya Bank Indonesia telah menetapkan bebrapa peraturan yang harus dilaksanakan bank misalnya tentang RR, CAR, BMPK, LDR. Informasi ini dapat dibaca dari laporan keuangan.

9. Lembaga Swadaya masyarakat

Sekarang ini sudah banyak terdapat jenis LSM, untuk LSM tertentu bisa saja memerlukan laporan keuangan misalnya LSM yang bergerak melindungi konsumen, lingkungan, serikat pekerja. LSM seperti ini membutuhkan laporan keuangan untuk menilai sejauh mana perusahaan merugikan pihak tertentu yang dilindunginya.

10. Peneliti/Akademis/Lembaga Peringkat

Bagi peneliti maupun akademisi laporan keuangan sangat penting, sebagai data primer dalam melakukan penelitian terhadap topik tertentu yang berkaitan dengan laporan keuangan atau perusahaan. Laporan keuangan menjadi bahan dasar yang diolah untuk mengambil kesimpulan dari suatu hipotesis atau penelitian yang dilakukan.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pemakai laporan keuangan dikelompokkan menjadi dua, yang

pertama pihak internal perusahaan itu sendiri dan eksternal perusahaan atau pihak yang berada di luar perusahaan.

2.1.2 Teori Pendukung

2.1.2.1 Teori Stakeholder

Konsep tanggung jawab social mulai dikenal sejak tahun 1970an, yang secara umum dikenal dengan teori *stakeholder*. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, tetapi juga harus mementingkan kepentingan *stakeholder* (Ghozali dan Chariri dalam Sudaryanto, 2009).

Menurut Lako (2011) kelangsungan hidup dan kesuksesan perusahaan sangat tergantung pada kemampuan menyelaraskan berbagai kepentingan dari semua *stakeholder* untuk mendapat dukungan dari *stakeholder* tersebut, dampak dari adanya dukungan tersebut adalah pangsa pasar, penjualan dan laba akan tumbuh optimal, biaya-biaya yang dikeluarkan (*private cost* dan *public cost*) juga bisa diminimalisir.

Stakeholder theory adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan harus mempertanggungjawabkan seluruh dampak yang dihasilkan dalam kegiatan operasionalnya, dalam *stakeholder approach* ini, menyatakan agar manager mampu merumuskan dan mengimplementasikan operasional perusahaan agar mampu

memuaskan semua pihak yang berkepentingan dalam proses bisnis perusahaan tersebut (Freeman dan McVea, 2001).

Pihak yang berkepentingan dalam proses bisnis perusahaan kini telah mengalami perubahan sudut pandang seiring dengan adanya perubahan lingkungan bisnis dan kompleksnya aktivitas bisnis, dalam sudut pandang lama yaitu teori kepemilikan dan teori entitas, pihak yang dianggap punya kepentingan terhadap perusahaan hanyalah pemilik dan kreditur saja, tetapi sudut pandang baru yaitu teori *enterprise* memandang bahwa setiap keputusan yang diambil perusahaan pasti akan berdampak sosial, yang dimaksud sosial dalam hal ini adalah pemegang saham, karyawan, kreditur, pelanggan, agen-agen pemerintah, dan masyarakat pada umumnya, karena perusahaan bukan hanya sarana bagi pemegang saham untuk mendapat kemakmuran tetapi juga untuk memakmurkan lingkungan sosialnya (Soetedjo, 2009).

Menurut Pangabean dan Deviarti (2012) terdapat empat alasan yang membuat perusahaan harus benar-benar memperhatikan kepentingan *stakeholder* dengan cara memperhatikan dampak sosial yang ditimbulkannya, keempat alasan tersebut adalah :

1. Ukuran perusahaan, semakin besar perusahaan maka akan membutuhkan akuntabilitas yang lebih tinggi mengenai

keputusan yang diambil perusahaan terkait dengan operasi, produk, dan jasa yang dihasilkan.

2. Semakin banyak LSM dan aktivis lingkungan termasuk di Indonesia akan mengungkap sisi negatif perusahaan yang berkaitan dengan isu lingkungan serta melakukan tuntutan terhadap dampak lingkungan maupun sosial dari operasional perusahaan.
3. Reputasi dan citra perusahaan, memiliki kepedulian terhadap lingkungan merupakan salah satu cara dalam melindungi citra perusahaan.
4. Pesatnya perkembangan teknologi membuat informasi mengenai isu lingkungan yang berdampak negatif akan sangat mudah meyebar dan diakses oleh siapapun.

2.1.2.2 Signalling Theory

Informasi merupakan hal yang sangat penting bagi *stakeholder* dan para pelaku bisnis, dengan informasi dapat diketahui kondisi yang terjadi dalam perusahaan yang akan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan. Pihak internal perusahaan tentunya memiliki informasi yang lebih lengkap dibanding pihak luar terkait dengan kondisi perusahaan dan tentang prospek perusahaan ke depan, kondisi tersebut yang dianggap sebagai asimetri informasi. Asimetri informasi akan terjadi apabila manajemen tidak secara penuh menyampaikan

informasi yang diperolehnya tentang semua hal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan di pasar modal, kondisi tersebut akan menyulitkan investor luar untuk melakukan penilaian terhadap kualitas perusahaan (Wahyuni *et al.* 2013).

Signalling theory mengemukakan tentang bagaimana seharusnya perusahaan dapat memberikan sinyal kepada para *stakeholder* dan pemakai laporan keuangan (Sari dan Zuhrohtun, 2006). Sinyal tersebut adalah pengungkapan informasi terhadap apa yang dilakukan manajemen dalam rangka memenuhi kepentingan *stakeholder*, sinyal yang dimaksud berupa seluruh informasi yang menunjukkan bahwa perusahaan lebih baik dibandingkan perusahaan lain (Sari dan Zuhrohtun, 2006). Teori ini menekankan pentingnya pengungkapan informasi kepada para *stakeholder* utamanya investor, karena pengungkapan informasi yang dilakukan perusahaan akan menjadi pertimbangan dan dapat mempengaruhi keputusan investasi.

Informasi yang diungkapkan perusahaan diharapkan bisa memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan memiliki prospek ke depan yang bagus serta terjamin keberlangsungan usahanya, sinyal positif tersebut memungkinkan untuk bisa di respon pasar dengan terjadi

kenaikan harga saham sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan.

2.1.2.3 *Tripple Buttom Line*

Perusahaan saat ini diharapkan untuk merubah cara pandang dalam kegiatan usahanya dari pertumbuhan ekonomi (*economic growth*) menjadi pembangunan yang berkelanjutan (*sustainabe development*). Dalam rangka melakukan perubahan tersebut ada dua pra kondisi yaitu *social responsibility* dan *environment responsibility*, apabila kedua kondisi terpenuhi, akan membuat pasokan sumber daya yang dipakai perusahaan tetap terjaga sehingga *sustainability* perusahaan juga lebih terjamin, dengan menggunakan paradigma pembangunan yang berkelanjutan maka perusahaan tidak hanya mendasarkan aktivitasnya dengan *single bottom line* yang mengukur nilai perusahaan berdasarkan kondisi finansial saja melainkan akan mendasarkan pada *triple bottom lines* yang menilai perusahaan berdasarkan ekonomi, sosial, lingkungan (Aulia dan Kartawijaya, 2011)

Konsep *Triple bottom line* ini diperkenalkan oleh John Elkington pada tahun 1997 yang dikembangkan melalui suatu konsep *economical prosperty* (nilai harta kekayaan ekonomi), *environmental quality* (kualitas lingkungan hidup) , *and social justice* (keadilan sosial). menyatakan bahwa

tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas pada tanggung jawab finansial saja, tetapi harus berlandaskan pada 3P, yakni *Profit, People, Planet* (Elkington, 1997).

Elkington memberikan pandangan bahwa perusahaan dalam rangka mempertahankan kelangsungan usahanya tidak bisa hanya berorientasi pada profit semata melainkan harus memperhatikan “Formula-3P” yakni *Profit, People, Planet*. Tiga aspek yang harus diperhatikan dalam konsep *triple bottom line* adalah sebagai berikut (Wibisono, 2007) :

1. *Profit*

Tujuan utama dan terpenting dari berdirinya setiap kegiatan usaha adalah untuk mendapatkan *profit*, sehingga seluruh aktivitas baik langsung maupun tidak langsung yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan tujuan mendapatkan *profit* sebesar-besarnya dan mendapatkan nilai saham setinggi tingginya. Hakikatnya *profit* adalah tambahan kekayaan yang digunakan perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan usahanya, sedangkan kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam rangka mendapatkan *profit* tersebut bisa dengan melakukan peningkatan pada sisi produktivitas sehingga meningkatkan

sales, atau dengan melakukan efisiensi biaya sehingga mampu meningkatkan *sales margin*.

2. *People*

Perusahaan harus sangat menyadari bahwa masyarakat adalah salah satu bagian dari *stakeholder*, karena dalam mempertahankan kelangsungan usahanya perusahaan harus melakukan upaya-upaya agar masyarakat bisa menerima keberadaan perusahaan tersebut, tanpa penerimaan dan dukungan masyarakat tersebut akan sulit bagi perusahaan untuk dapat menjaga kelangsungan usahanya, karena seluruh aktivitas usaha yang dilakukan pasti akan memiliki dampak terhadap masyarakat, hal tersebut membuat perusahaan harus memikirkan bahwa setiap aktivitas yang dilakukan perusahaan nantinya selain bermanfaat untuk perusahaan sendiri juga harus bermanfaat terhadap masyarakat seluas-luasnya.

3. *Planet*

Makna *planet* dalam konsep ini adalah bahwa setiap perusahaan dalam rangka untuk menjaga kelangsungan usahanya sudah seharusnya untuk memperhatikan kelestarian alam dalam setiap kegiatan usahanya, memperhatikan kelestarian lingkungan ini juga dapat menjadi salah satu upaya perusahaan untuk mendapat

legitimasi dari lingkungan sosial terkait keberadaan kegiatan usahanya, di samping itu menjaga kelestarian alam juga memberikan keuntungan jangka panjang terhadap perusahaan karena akan menjaga kelestarian sumber daya alam yang nantinya juga akan dipergunakan oleh perusahaan dalam kegiatan usahanya. Beberapa program yang berorientasi pada prinsip ini biasanya antara lain adalah penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan pemukiman, pengembangan pariwisata dan lain sebagainya.

2.1.3 Nilai Perusahaan

2.1.3.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Menurut Septiani (2015), nilai perusahaan dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan kemakmuran pemegang saham.

Menurut Yunitasari dan Priyadi (2014), nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini.

Menurut Prayudi dan Daud (2013), nilai perusahaan merupakan pandangan investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham.

Dari beberapa definisi di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan kemakmuran pemegang saham melalui harga saham.

2.1.3.2 Tujuan Penentuan Nilai Perusahaan

Tujuan utama dari seluruh aktivitas yang dilakukan oleh sebuah perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Menurut Christiawan dan Tarigan (2007) ada beberapa konsep nilai yang dapat menjelaskan nilai suatu perusahaan yaitu nilai nominal, nilai pasar, nilai instristik, nilai buku dan nilai likuiditas.

Nilai perusahaan yang diukur dengan nilai pasar sahamnya dapat memberikan kemakmuran yang maksimum ketika terjadi peningkatan pada harga sahamnya, semakin tinggi nilai saham di pasar akan semakin tinggi juga tingkat kemakmuran pemilik (Christiawan dan Tarigan,2007).Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para professional.Para professional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris.Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi

investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Atau dapat dikatakan nilai perusahaan merupakan harga yang dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut dijual.

2.1.3.3 Metode Pengukuran Nilai Perusahaan

Data yang digunakan adalah laporan keuangan dan jumlah lembar saham pada perusahaan manufaktur yang secara berturut-turut membagikan deviden pada tahun 2013-2015 yang diperoleh melalui (www.idx.co.id). Salah satu alternatif yang dapat digunakan mengukur nilai perusahaan berdasarkan nilai pasarnya adalah *Tobin'Q*, *Tobin'Q* adalah perbandingan antara market *value equity* ditambah dengan hutang dengan *book market* ditambah dengan hutang (Susanti, 2010). Jika rasio ini diatas satu mengindikasikan bahwa laba yang dihasilkan memberikan nilai lebih dibandingkan investasi yang dikeluarkan, jika rasio dibawah satu menunjukkan bahwa investasi tersebut tidak menarik (Herawati, 2008).

$$TOBIN'S Q = \frac{\text{Market Capitalization} + \text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$$

Keterangan :

Market Capitalization : harga pasar saham beredar (harga saham di akhir tahun) x jumlah saham beredar

Total Hutang : (hutang lancar + hutang jangka panjang)

Total Aset : Total Aktiva

1.1.3.4 Indikator Nilai Perusahaan

Indikator yang digunakan dalam nilai perusahaan adalah rasio nilai pasar (*market value ratio*). Rasio ini mengukur bagaimana pasar modal (para pemodal) menilai suatu perusahaan (Husnan dan Pudjiastuti, 2015). Menurut Husnan dan Pudjiastuti (2015), ada beberapa indikator Nilai Perusahaan yaitu:

1. *Price Earnings Ratio* (PER)

Rasio ini membandingkan harga saham per lembar (yang ditentukan di pasar modal) dengan laba per lembar saham atau *earnings per share*.

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Saham per lembar}}{\text{Laba Per Lembar Saham}}$$

2. *Price to Book Value Ratio* (PBV)

Rasio ini membandingkan antara harga saham per lembar dengan nilai buku ekuitas per lembar saham.

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga saham per lembar}}{\text{Nilai Buku Ekuitas Per Lembar Saham}}$$

Dari penjelasan di atas, maka rasio nilai pasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Price to Book Value* (PBV). Menurut Adi (2015), PBV merupakan sebuah rasio

yang menunjukkan apakah harga saham (harga pasarnya) diperdagangkan di atas atau di bawah nilai buku saham tersebut atau dalam istilah teknis disebut apakah saham tersebut *overvalued* atau *undervalued*. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan (Hardiyanti, 2012 dalam Sabrina dan Kurnia, 2014).

2.1.4 Kinerja Lingkungan

2.1.4.1 Pengertian Kinerja Lingkungan

Kinerja Lingkungan merupakan kinerja suatu perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sekitar (Rakhmawati, 2012). Program ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong pentaatan perusahaan dalam mengelola lingkungan hidup. PROPER diumumkan secara rutin kepada masyarakat, sehingga perusahaan yang dinilai akan mendapat insentif maupun desinsentif reputasi, tergantung pada tingkat ketaatannya (Pujiasih, 2013).

Kinerja lingkungan sebuah perusahaan erat kaitannya dengan manajemen lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan karena kinerja lingkungan adalah mengukur hasil

dari *Enviromental Management System* (Purnomo dan Widianingsih, 2012). Kinerja Lingkungan merupakan kesadaran perusahaan dalam mengelola lingkungan di sekitar guna menciptakan lingkungan yang baik, pihak perusahaan perlu menciptakan lingkungan yang baik yang nantinya juga berdampak positif terhadap lingkungan disekitar dan juga memperoleh pandangan yang baik juga di mata masyarakat.

2.1.4.2 Tujuan dan Manfaat Pengukuran Kinerja Lingkungan

Menurut Berry dan Rondinelli (1998), terdapat beberapa pemicu perusahaan proaktif terhadap manajemen lingkungan, pertama adalah *regulatory demand*, banyaknya peraturan yang dibuat terkait lingkungan, kesehatan, dan keamanan akhirnya memaksa perusahaan untuk menerapkan manajemen lingkungan, perusahaan yang menerapkan *Total Quality Management (TQM)* efektif dalam mengurangi masalah yang muncul terkait tuntutan terhadap lingkungan.

Kedua adalah *cost factor*, aktivitas-aktivitas perusahaan dalam pemeliharaan lingkungan akan berdampak pada penurunan biaya-biaya kegagalan eksternal yang mungkin akan terjadi. Ketiga *stakeholder forces*, perusahaan akan terus berusaha memuaskan berbagai kepentingan dari *stakeholder*, masyarakat dan lingkungan juga merupakan *stakeholder* yang berkepentingan terhadap kelestarian lingkungan, sehingga

dampak negatif dari operasional perusahaan terhadap lingkungan harus diminimalisir.

Keempat *competitive requirement*, munculnya sertifikasi seperti ISO 9000 dan ISO 14001 mendorong perusahaan untuk meningkatkan kesadaran terhadap lingkungan, karena dengan memiliki sertifikasi tersebut membuat perusahaan mempunyai keunggulan serta mampu meningkatkan daya saing.

2.1.4.3 Pengukuran Kinerja Lingkungan

1. PROPER

Kementerian Lingkungan Hidup Republik Indonesia memiliki program yang bertujuan untuk melakukan penilaian terhadap kinerja lingkungan perusahaan yang dikenal dengan PROPER (Program Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup), PROPER diharapkan membuat para *stakeholder* dapat menyikapi secara aktif tingkat penataan ini dan mendorong perusahaan agar meningkatkan kinerja lingkungannya (Suratno,2006).

PROPER juga merupakan instrumen pemerintah dalam menilai tingkat ketaatan perusahaan terhadap peraturan yang berlaku terkait dengan pengelolaan lingkungan, hasil dari penilaian tersebut diumumkan rutin setiap tahun dan dapat diketahui masyarakat, sehingga

perusahaan yang menjadi peserta PROPER juga akan mendapat penilaian dari masyarakat dalam bentuk reputasi perusahaan baik ataupun buruk, tergantung dari tingkat ketaatan tiap perusahaan (Rakhiemah dan Agustia, 2009).

Hasil dari penilaian PROPER tersebut berupa pemeringkatan perusahaan berdasarkan warna, mulai yang terbaik EMAS, HIJAU, BIRU, MERAH dan yang terburuk adalah HITAM, dengan model penilaian seperti ini masyarakat akan mudah menilai kinerja lingkungan suatu perusahaan hanya dengan melihat warna pemeringkatan tersebut (Rakhiemah dan Agustia, 2009). Kriteria yang digunakan dalam pemeringkatan tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Kriteria Peringkat PROPER

Peringkat Warna	Kriteria
Emas	untuk usaha dan atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan (<i>environmental excellency</i>) dalam proses produksi dan/atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.
Hijau	untuk usaha dan atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (<i>beyond compliance</i>) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumberdaya secara efisien melalui upaya 4R (<i>Reduce, Reuse, Recycle dan Recovery</i>), dan melakukan upaya tanggung jawab sosial (CSR/Comdev) dengan baik.

Biru	untuk usaha dan atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan dan/atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.
Merah	upaya pengelolaan lingkungan yang dilakukan belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan dan dalam tahapan melaksanakan sanksi administrasi
Hitam	untuk usaha dan atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan serta pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku atau tidak melaksanakan sanksi administrasi

Sumber: Laporan Proper 2012

Tujuan dari pelaksanaan PROPER adalah untuk meningkatkan penataan perusahaan terhadap pengelolaan lingkungan, meningkatkan komitmen para *stakeholder* dalam upaya pelestarian lingkungan, meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungan secara berkelanjutan, meningkatkan kesadaran para pelaku usaha untuk menaati peraturan perundang-undangan pada bidang lingkungan hidup, mendorong penerapan prinsip *Reduse, Reuse, Recycle* (3R) dalam pengelolaan limbah.

2. Training ISO 14031

Kinerja lingkungan adalah hasil yang dapat diukur dari sistem manajemen lingkungan, yang terkait dengan kontrol aspek-aspek lingkungannya. Model Evaluasi Kinerja Lingkungan ISO 14031 menjadi acuan metode yang digunakan untuk mengukur, menganalisa, dan menangani kinerja lingkungan perusahaan secara kuantitatif. ISO 14031 adalah standar internasional yang menjelaskan proses mengukur kinerja lingkungan secara kuantitatif, namun bukan untuk keperluan sertifikasi seperti halnya ISO 14001. ISO 14031 sesuai dengan seri 14001 dan dimaksudkan untuk membantu perusahaan mendapatkan indikator kinerja yang tepat dalam proses perbaikan terus menerus.

a. Manfaat Training ISO 14031

Training ISO 14031 yang diselenggarakan secara public maupun in house training ini bermanfaat membantu peserta untuk:

- 1) Mampu merencanakan pengukuran kinerja lingkungan.
- 2) Mampu mengidentifikasi indikator evaluasi kinerja lingkungan.

- 3) Mengetahui kinerja lingkungan perusahaan dan mengidentifikasi kesempatan untuk perbaikan berkelanjutan terhadap efisiensi energi dan sumber daya.
- 4) Meningkatkan kepedulian karyawan terhadap sistem manajemen lingkungan yang diterapkan.

b. Metode Pelaksanaan Training ISO 14031

Training ISO 14031 ini menggunakan metode interaktif, dimana peserta dikenalkan kepada konsep, diberikan contoh aplikasinya, berlatih menggunakan konsep, mendiskusikan proses dan hasil latihan (www.environment-indonesia.com) diakses pada 16 Februari 2018.

2.1.5 Kinerja Keuangan

2.1.5.1 Pengertian Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah penentuan ukuran – ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Sucipto (2003) mendefinisikan bahwa kinerja keuangan adalah penentuan ukuran – ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba.

Perusahaan sebagai salah satu bentuk organisasi pada umumnya memiliki tujuan tertentu yang ingin dicapai

dalam usaha untuk memenuhi kepentingan para anggotanya. Keberhasilan dalam mencapai tujuan perusahaan merupakan prestasi manajemen. Penilaian prestasi atau kinerja suatu perusahaan diukur karena dapat dipakai sebagai dasar pengambilan keputusan baik pihak internal maupun eksternal.

2.1.5.2 Tujuan Pengukuran Kinerja Keuangan

Perusahaan dalam setiap aktivitas yang dilakukan selalu mempunyai tujuan yang ingin dicapai, dalam mencapai tujuan tersebut diharapkan dapat dilakukan dengan efektif dan efisien. Kinerja keuangan dapat dipakai dalam mengukur tingkat efektivitas dan efisiensi pencapaian tujuan tersebut, kinerja pada umumnya dikaitkan dengan kondisi keuangan perusahaan yang berfokus pada laporan keuangan, sehingga kinerja keuangan dapat dikatakan sebagai tampilan kondisi keuangan perusahaan dalam suatu periode waktu tertentu.

2.1.5.3 Jenis Kinerja Keuangan

Menurut Sudana (2014) analisis laporan keuangan dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan. Informasi ini dibutuhkan dalam mengevaluasi kinerja yang dicapai manajemen perusahaan dimasa yang lalu, dan juga untuk bahan pertimbangan dalam menyusun rencana perusahaan ke depan. Salah satu cara untuk memperoleh

informasi yang bermanfaat dari laporan keuangan perusahaan adalah dengan melakukan analisis rasio keuangan.

Ada lima jenis rasio keuangan menurut Hanafi (2014) yaitu sebagai berikut:

a. Rasio Likuiditas

Mengukur kemampuan likuiditas jangka pendek perusahaan dengan melihat besarnya aktiva lancar relatif terhadap utang lancarnya. Utang merupakan kewajiban perusahaan. Ada beberapa rasio likuiditas yaitu:

1. Rasio Lancar

rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam melunasi utang jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancar.

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

2. Rasio *Quick*

Mengeluarkan persediaan dari komponen aktiva lancar. Dari ketiga komponen aktiva lancar (kas, piutang dagang, dan persediaan).

$$\text{Rasio Quick} = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Utang lancar}}$$

b. Rasio Aktifitas

Rasio ini melihat seberapa besar efisiensi penggunaan asset oleh perusahaan. Ada beberapa rasio aktivitas yaitu:

1. Rata-rata umur piutang

Rata –rata umur piutang melihat berapa lama waktu yang diperlukan untuk melunasi piutang yang dipunyai oleh perusahaan (mengubah piutang menjadi kas). Angka rata-rata yang tinggi bisa terjadi karena kebijakan pemberian kredit yang lebih longgar, yang berarti semakin lama dana tertanam pada piutang, semakin tinggi kemungkinan piutang jelek (tidak terbayar). Secara umum angka rata-rata umur piutang yang tinggi kurang baik bagi perusahaan.

$$\text{Rata-rata umur piutang} = \frac{\text{Piutang Dagang}}{\text{Penjualan} / 365}$$

2. Perputaran persediaan

Mengukur perputaran persediaan dalam menghasilkan penjualan. Semakin tinggi nilai dari perputaran persediaan, maka semakin efektif perusahaan dalam mengelola persediaannya. Sebaliknya, semakin tingginilai rata-rata umur persediaan, semakin jelek prestasi perusahaan, karena semakin tinggi dana yang tertanam pada aset persediaan tersebut.

$$\text{Perputaran Persediaan} = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Piutang}}$$

3. Perputaran aktiva tetap

Rasio perputaran aktiva tetap menggambarkan seberapa jauh kemampuan yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan penjualan berdasarkan aktiva tetap yang dimiliki perusahaan. Semakin besar angka perputaran aktiva tetap, semakin efektif perusahaan mengelola asetnya.

$$\text{Perputaran Aktiva Tetap} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aktiva Tetap}}$$

4. Perputaran total aktiva

Mengukur efektifitas penggunaan total aktiva tetap dalam menghasilkan penjualan dan semakin besar rasio ini berarti semakin efektif pengelolaan seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan.

$$\text{Perputaran Total Aktiva} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}}$$

c. Rasio Utang / *Solvabilitas* / *Leverage*

Mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Ada beberapa macam rasio *leverage* yang bisa dihitung yaitu:

1. Rasio Utang

Mengukur proporsi dana yang bersumber dari utang untuk membiayai aktiva perusahaan.

$$\text{Total utang} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Total aktiva}}$$

2. *Times Interest Earned*

Menilai kemampuan perusahaan dalam membayar utang menggunakan laba sebelum bunga dan pajak.

$$\text{TIE} = \frac{\text{Laba sebelum bunga dan pajak}}{\text{Bunga}}$$

3. *Fixed Charge Coverge*

Menilai kemampuan perusahaan membayar total beban tetap yang mencakup biaya bunga dan sewa.

$$\text{Fixed charge coverge} = \frac{\text{EBIT} + \text{Biaya}}{\text{Bunga} + \text{Biaya sewa}}$$

d. *Rasio profitabilitas*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan asset dan modal saham tertentu. Ada tiga rasio yang sering digunakan, yaitu *profit margin*, *return on asset* (ROA), dan *return on equity* (ROE).

1. *Profit Margin*

Menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu.

$$\text{Profit margin} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Penjualan}}$$

2. *Return On Asset (ROA)*

Menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba bersih berdasarkan tingkat asset tertentu. ROA sering juga disebut ROI (*return on investment*).

$$\text{Return on assets} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total asset}}$$

3. *Return On Equity (ROE)*

Menilai kemampuan perusahaan memperoleh laba bersih berdasarkan modal tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas yang dilihat dari sudut pandang investor.

$$\text{Return on equity} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Modal saham}}$$

e. Rasio Pasar

Mengukur harga pasar saham perusahaan, relatif terhadap nilai bukunya. rasio ini lebih banyak dilihat berdasarkan pada sudut pandang investor maupun calon investor, meskipun pihak manajemen juga berkepentingan terhadap rasio-rasio ini. Adapun beberapa rasio yang bisa dihitung:

1. PER (*Price Earning Ratio*)

Price earning ratio melihat harga pasar saham relatif terhadap earningnya. Perusahaan yang diharapkan tumbuh dengan tingkat pertumbuhan tinggi (yang

berarti mempunyai prospek yang baik), biasanya mempunyai PER yang tinggi. Sebaliknya perusahaan yang diharapkan mempunyai pertumbuhan yang rendah, akan mempunyai PER yang rendah juga.

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga pasar per lembar}}{\text{Earning per lembar}}$$

2. *Dividend Yield*

Rasio ini menilai tingkat keuntungan berupa dividen yang dapat diperoleh dari aktivitas investasi pada saham. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin besar dividen yang mampu dihasilkan dengan investasi tertentu pada saham.

$$\text{Dividend Yield} = \frac{\text{Dividen per lembar}}{\text{Harga pasar saham per lembar}}$$

3. *Dividend payout ratio*

Rasio ini menilai seberapa besar laba bersih setelah pajak yang dapat dibayarkan sebagai dividen kepada investor. Rasio yang semakin besar artinya semakin sedikit bagian laba yang ditahan untuk pembelian investasi yang dilakukan perusahaan.

$$\text{Dividend payout ratio} = \frac{\text{Dividen per lembar}}{\text{Earning per lembar}}$$

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut :

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

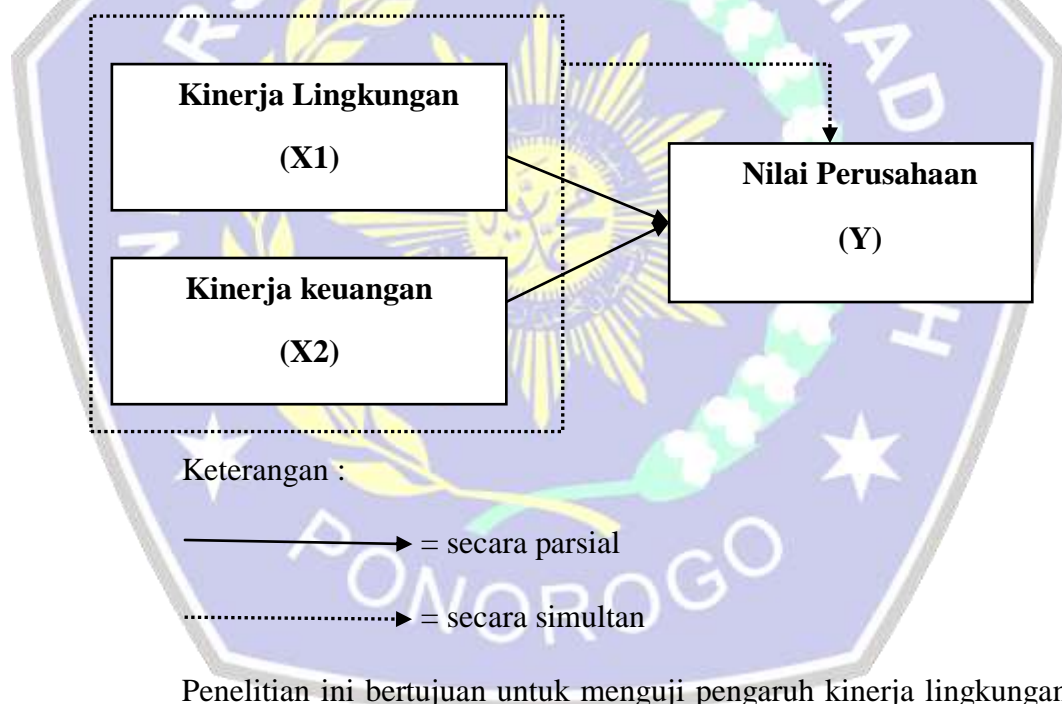
No	Nama Peneliti	Tahun	Judul	Hasil
1	Jacob, Singhal, dan Subramanian	2008	<i>An Empirical Investigation of Environmental Performance and the Market Value</i>	Ketika perusahaan memiliki sertifikasi ISO 14001 dan perusahaan yang diumumkan akan mendapat penghargaan di bidang lingkungan akan direspon positif oleh pasar dengan kenaikan <i>market value</i> dari perusahaan, namun pengurangan emisi yang dilakukan perusahaan secara sukarela berpengaruh negatif terhadap <i>market value</i> perusahaan.
2	Purnomo dan Widianingsih	2012	<i>The Influence of Environmental Performance on Financial Performance with Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure as a Moderating Variable : Evidence from Listed Companies in Indonesia</i>	Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap kinerja financial akan tetapi CSR tidak mampu menjadi variabel yang memoderasi pengaruh tersebut.

3	Mazda Eko dan Sri Tjahjono	2013	<i>Pengaruh Kinerja Lingkungan Nilai Perusahaan dan Kinerja Keuangan</i>	Kinerja keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini dikarenakan peningkatan hasil kerja oleh perusahaan yang diikuti dengan penciptaan nilai bagi perusahaan.
4	Suratno	2006	<i>Pengaruh Enviromental Performance Terhadap Enviromental Disclosure dan Economic Performance (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta Periode 2001-2004)</i>	<i>enviromental performance</i> berpengaruh positif terhadap <i>enviromental disclosure</i> dan <i>economic performance</i>
5	Sarumpaet	2005	<i>The Relationship Between Environmental Performance and Financial Performance of Indonesian Companies</i>	Kinerja lingkungan tidak terbukti memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan.
6	Anggitasari dan Mutmainah	2012	<i>Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapa</i>	Kinerja keuangan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan disebutkan bahwa terjadinya krisis global pada tahun 2008 yang membuat ketidakstabilan kondisi pasar turut mempengaruhi

			n <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Struktur <i>Good Corporate Governance</i> Sebagai Variabel Pemoderasi	hasil penelitian.
--	--	--	--	-------------------

2.3 Kerangka Berfikir

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Dalam melakukan pengukuran terhadap kinerja lingkungan perusahaan di Indonesia, indikator yang digunakan adalah prestasi perusahaan dalam mengikuti program PROPER yang dibuat dari Kementerian Lingkungan Hidup (Suratno *et al.* 2006; Purnomo dan

Widianingsih, 2012; Almilia dan Wijayanto, 2007; Sudaryanto dan Raharja, 2011).

Pengaruh terhadap nilai perusahaan bisa dilihat berdasarkan nilai buku perusahaan atau nilai pasar perusahaan. Salah satu rasio yang bisa digunakan dalam melakukan pengukuran nilai perusahaan dengan kedua indikator tersebut, yakni nilai pasar dan nilai buku adalah Tobin'Q (Dewi dan Tarnia, 2011; Anggitasari dan Mutmainah, 2012; Vidiananda, 2012).

2.4 Perumusan Hipotesis

1. Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Kinerja keuangan yang dilihat dari rasio profitabilitasnya digunakan untuk mengukur seberapa efektif perusahaan menghasilkan *return* bagi para investor. Sedangkan informasi tentang return yang dihasilkan perusahaan inilah yang menurut *signalling theory* dianggap sebagai sinyal bagi investor. Semakin tinggi rasio profitabilitas perusahaan berarti memberikan sinyal positif bagi para investor. Apabila perusahaan dinilai baik, maka investor-investor baru akan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat yang bisa direfleksikan dengan kenaikan harga saham.

Penelitian lain yang dilakukan Pertiwi dan Pratama (2012) terhadap perusahaan *food and beverage* berkesimpulan bahwa semakin baik tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan, akan mempengaruhi secara positif dalam meningkatkan nilai perusahaan. Dalam artian semakin tinggi ROA perusahaan akan semakin meningkatkan daya tarik perusahaan

kepada para investor. Bertentangan dengan penelitian tersebut, hasil penelitian Anggitasari dan Mutmainah (2012) menunjukkan bahwa ROA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Disebutkan bahwa faktor terjadinya kondisi krisis global pada tahun 2008 yang membuat *money market* dan *capital market* mengalami ketidakstabilan likuiditas turut mempengaruhi hasil penelitiannya. Berdasarkan teori dan penelitian tersebut maka hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho1 :Kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ha1 :Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan

Meningkatkan kesadaran perusahaan akan dampak yang ditimbulkan dari aktivitas operasional perusahaan baik dampak terhadap lingkungan maupun dampak terhadap sosial masyarakat menjadi sebuah keharusan saat ini. Bahkan meningkatkan kinerja lingkungan sudah bisa dijadikan sebagai strategi manajemen dalam melindungi citra yang baik di masyarakat serta melindungi dari tuntutan masyarakat dan para aktivis yang peduli terhadap lingkungan (Panggabean dan Deviarti, 2012).

Bukti empiris terkait hubungan positif antara kinerja lingkungan dengan kinerja keuangan perusahaan telah dibuktikan dalam beberapa penelitian, hasil penelitian Vidiananda (2012) menunjukkan bahwa aktivitas sosial yang telah dilakukan perusahaan terbukti mampu

meningkatkan reputasi dan membuat citra yang baik di masyarakat, sehingga membuat masyarakat lebih tertarik terhadap produk perusahaan tersebut. Dampak positif yang dirasakan perusahaan adalah perusahaan mampu meningkatkan kinerja keuangannya melalui peningkatan profitabilitasnya. Sedangkan kinerja keuangan telah terbukti mampu mempengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian Pertiwi dan Pratama (2012) yang dilakukan terhadap perusahaan *food and beverage* menunjukkan hasil bahwa kinerja keuangan terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dalam penelitian tersebut disebutkan juga bahwa dalam melakukan evaluasi investasi, investor menggunakan alat ukur rasio keuangan perusahaan karena rasio keuangan dianggap paling mencerminkan tinggi rendahnya nilai suatu perusahaan, dari penjelasan tersebut maka hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₀₂ : Kinerja keuangan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H_{a2} : Kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh Kinerja Lingkungan dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan

Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan juga untuk memenuhi kewajibannya terhadap para investor adalah penilaian kinerja keuangan perusahaan. Dalam memberikan suatu gambaran tentang

posisi keuangan suatu perusahaan, dapat dilihat dari kinerja keuangan perusahaan yang diukur dari laporan keuangan yang dikeluarkan secara periodik. Penilaian prestasi atau kinerja suatu perusahaan diukur karena dapat dipakai sebagai dasar pengambilan keputusan baik pihak internal maupun pihak eksternal (Pujiasih, 2013).

Kinerja lingkungan merupakan kinerja suatu perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sekitar. Kinerja lingkungan diukur dari prestasi perusahaan yang mengikuti Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). Program ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong pentaatan perusahaan dalam mengelola lingkungan hidup. PROPER diumumkan secara rutin kepada masyarakat, sehingga perusahaan yang dinilai akan mendapat insentif maupun disinsentif reputasi, tergantung pada tingkat ketaatannya (Pujiasih, 2013).

★ Kinerja lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan, hal ini dikarenakan membuktikan bahwa PROPER yang disediakan oleh pemerintah, cukup terpercaya sebagai ukuran kinerja lingkungan perusahaan. Kesadaran perusahaan dalam mengelola di bidang lingkungan dapat meningkatkan hasil dari kinerja keuangan. Hasil penelitian ini konsisten dengan Suratno dkk (2007) dan Al-Tuwarij dkk (2004).

Kinerja lingkungan tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap nilai perusahaan, karena nilai perusahaan banyak dipengaruhi oleh factor-faktor lain. Hasil ini tidak konsisten dengan Markus (2000), Figge dan Hahn (2004), dan Al-Najjar (2012). Sedangkan kinerja keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan peningkatan hasil kinerja oleh perusahaan akan diikuti dengan penciptaan nilai bagi perusahaan. Hasil ini konsisten dengan Ulupui (2007) dan Wirakusumah (2009).

Berdasarkan kajian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H03: Kinerja lingkungan dan kinerja keuangan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ha3: Kinerja lingkungan dan kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.