



STRATEGI INDUSTRI HIJAU, PENGUNGKAPAN LAPORAN KEBERLANJUTAN DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SEKTOR PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2020-2022

Theresia Seprina¹, Cris Kuntadi², Rachmat Pramukty³

¹Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

²Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

³Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

E-mail: theresia.seprina19@mhs.ubharajaya.co.id

Article History:

Received: 07-07-2023

Revised: 12-07-2023

Accepted: 14-07-2023

Keywords:

Industri Hijau,
Pengungkapan
Laporan Berkelanjutan,
Pertumbuhan
Penjualan Nilai
Perusahaan, Nilai
Perusahaan.

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Industri Hijau, Laporan Berkelanjutan dan Pertumbuhan Penjualan pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode purposive sampling dan diperoleh data sebanyak 42 sampel. Metode analisis yang digunakan adalah Regresi Data Panel. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan uji hipotesis menggunakan aplikasi statistik yaitu Eviews 12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri hijau tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, laporan berkelanjutan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

© 2023 SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan adalah bukti nyata bagi para pihak pemberi modal untuk memperhitungkan adanya pengembalian melalui nilai perusahaan yang positif mencerminkan tingginya nilai saham perusahaan, dan turut meningkatkan kemakmuran pemegang saham (Sembiring & Trisnawati, 2019). Dalam tengah fenomena pemanasan global, perusahaan perlu memasukkan aspek lingkungan dalam mencapai peningkatan nilai perusahaan. Tidak hanya mengoptimalkan keuntungan, tetapi juga perlu berorientasi pada kepentingan aspek lingkungan dan sosial. Peralihan fokus menuju keseimbangan antara ekonomi, lingkungan dan sosial merupakan bagian dari program pemerintah untuk menciptakan ekonomi hijau (*green economy*), tujuannya tidak hanya pada laju pertumbuhan ekonomi, tetapi juga kualitas pertumbuhan yang memberikan manfaat dari sisi ekonomi, sosial, dan lingkungan, sehingga meningkatnya kualitas kehidupan manusia di semua lapisan masyarakat pada masa kini dan masa mendatang (Global Green Growth Institute, 2015).

Pentingnya menerapkan praktik bisnis yang berkelanjutan dan ramah lingkungan pada industri pertambangan. Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya keberlanjutan, banyak perusahaan pertambangan di Indonesia yang telah memulai untuk menerapkan praktik bisnis yang berkelanjutan. Penerapan strategi industri hijau dan pengungkapan laporan keberlanjutan menjadi semakin penting karena meningkatnya tuntutan dari para pemangku kepentingan, termasuk investor, konsumen, dan masyarakat.

Perusahaan-perusahaan pertambangan perlu mempertimbangkan dampak lingkungan dan sosial dari kegiatan bisnis mereka, serta memastikan bahwa operasi mereka berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan. Selain itu, penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa praktik bisnis yang berkelanjutan dapat memberikan manfaat ekonomi bagi perusahaan, termasuk pertumbuhan pendapatan dan peningkatan nilai perusahaan. Oleh karena itu, penting untuk memahami hubungan antara strategi industri hijau, pengungkapan laporan keberlanjutan, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek Indonesia.

Dalam konteks industri pertambangan di Indonesia, penting untuk mempertimbangkan kondisi lingkungan dan sosial yang kompleks, termasuk aspek seperti keberlanjutan sumber daya alam, hak asasi manusia, dan hubungan dengan masyarakat lokal. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan pertambangan perlu memastikan bahwa strategi industri hijau mereka dan pengungkapan laporan keberlanjutan mencerminkan tantangan dan kebutuhan unik yang terkait dengan konteks Indonesia.

Tidak hanya kepentingan lingkungan dan sosial, terdapat faktor lainnya yang mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan adalah *sales growth*. Pertumbuhan penjualan adalah mencerminkan kualitas kinerja suatu entitas dalam berdaya saing dalam satu area industri yang sama, yang mana kestabilan peningkatan ini akan membawa prospek pertumbuhan dimasa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan juga dapat menggambarkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kemampuan untuk memberikan return saham yang tinggi bagi investor (Dolontelide & Wangkar, 2019).

Setiap mahasiswa baik Strata 1, Strata 2 dan Strata 3, harus melakukan riset dalam bentuk skripsi, tesis dan disertasi. Begitu juga bagi dosen, peneliti dan tenaga fungsional lainnya aktif melakukan riset dan membuat artikel ilmiah untuk di publikasi pada jurnal-jurnal ilmiah.

Karya ilmiah merupakan sebagai salah syarat bagi mahasiswa untuk menyelesaikan studi pada sebagian besar Perguruan Tinggi di Indonesia. Ketentuan ini berlaku untuk semua level jenjang pendidikan yaitu Skripsi strata satu (S1), Tesis strata dua (S2) Disertasi strata tiga (S3).

Berdasarkan pengalaman empirik banyak mahasiswa dan author yang kesulitan dalam mencari artikel pendukung untuk karya ilmiahnya sebagai penelitian terdahulu atau sebagai penelitian yang relevan. Artikel yang relevan di perlukan untuk memperkuat teori yang di teliti, untuk melihat hubungan atau pengaruh antar variabel dan membangun hipotesis. Artikel ini membahas pengaruh strategi Industri Hijau, pengungkapan Laporan Berkelanjutan, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan.

LANDASAN TEORI

1. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah adalah bukti nyata bagi para pihak pemberi modal untuk memperhitungkan adanya pengembalian, tingginya nilai perusahaan mencerminkan tingginya nilai saham perusahaan, dan turut meningkatkan kemakmuran pemegang

saham (Sembiring & Trisnawati, 2019). Dimensi atau indikator adalah dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu faktor keuangan seperti kebijakan keuangan manajemen perusahaan, peningkatan dan penurunan laba, kualitas laba, dan kinerja keuangan; serta factor non keuangan, seperti pertanggung jawaban sosial perusahaan (Mardi et al., 2019) Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator yang sangat penting untuk perusahaan karena peningkatan nilai perusahaan akan diikuti dengan kenaikan harga saham, yang berdampak pada turut meningkatnya kesejahteraan para *stakeholder* serta pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan, dan berdampak pada ketahanan perusahaan dalam persaingan (Wahyu Hidayat et al., 2021). Dimensi atau indikator adalah nilai perusahaan yang menjadi perspektif investor mengenai keberhasilan dan kinerja suatu perusahaan yang tercermin melalui nilai pasar atas surat berharga dan ekuitas perusahaan yang beredar dan pertumbuhan penjualan adalah indikator tingkat kesuksesan investasi pada periode sebelumnya yang bisa dipakai untuk memprediksi pertumbuhan pada periode berikutnya (Zhafiira & Andayani, 2019). Nilai perusahaan ini sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Annisa Gantina Budhiyani, 2019; Ayu Septhiani et al., 2022; Dewi & Rahmianingsih, 2020; Meizary & Yunialfi Alfian, 2023; Rusmana & Purnaman, 2020; Sinaga et al., 2019; Tonay & Murwaningsari, 2022; Utomo, 2019).

2. Strategi Industri Hijau

Green Industry adalah suatu peralihan dari menggunakan konsep single bottom line menuju *Triple Bottom Line* artinya tetap mengutamakan profit tetapi juga berorientasi pada menguntungkan manusia dan lingkungan sekitar (Latifah, 2017). Industri hijau memprioritaskan pola produksi maupun konsumsi yang bersifat berkelanjutan, seperti efisiensi energi dan sumber daya, mengurangi limbah udara atau rendah emisi, mengutamakan keselamatan, dan pembuatan produk ekologis (United Nation Industrial Development Organization, 2022). Industri hijau didefinisikan dalam Permen No.51/M-IND/PER/6/2015 pasal 1 ayat 2 berisi, bahwa industri hijau adalah industri yang dalam proses produksinya mengutamakan upaya efisiensi dan efektivitas penggunaan sumber daya secara berkelanjutan sehingga mampu menyelaraskan pembangunan industri dengan kelestarian fungsi lingkungan hidup serta dapat memberi manfaat bagi masyarakat. Dalam penelitian ini penilaian industri hijau berfokus pada kinerja lingkungan perusahaan dalam menanggulangi dampak lingkungan (AMDAL). Terdapat berbagai cara penerapan dari strategi industri hijau sebagai contoh terdapat pada penelitian (Tonay & Murwaningsari, 2022) mengenai *green innovation* dan *green intellectual capital* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Maka dari itu perusahaan harus mulai menginvestasikan dengan menambah nilai perusahaan yang berorientasi pada komitmennya dengan lingkungan, seperti hasil penelitian dari (Utomo, 2019). Penerapan lainnya adalah *green based investment* diyakini memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan. Penerapan industri hijau yang berorientasi pada kinerja lingkungan, sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Aini & Faisal, 2021; Edi Wijaya Kusuma & Dewi, 2019a; Pratiwi & Setyoningsih, 2017)

3. Laporan Berkelanjutan

Sustainability Report adalah pelaporan yang terdiri dari aspek ekonomi, sosial dan lingkungan, untuk memberikan kinerja perusahaan yang berkelanjutan (Latifah, 2017). Dimensi atau indikator sustainability report adalah kinerja perusahaan dalam menyeimbangkan aspek-aspek tersebut sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan berdasarkan kepentingan 3P atau *triple bottom line* (*profit, planet, people*). Laporan

Keberlanjutan adalah pelaporan yang memiliki potensi meningkatkan nilai perusahaan. Dimensi atau indikator pengukuran laporan keberlanjutan dapat berpacu pada indeks GRI-G4 (Meizary & Yunialfi Alfian, 2023). Dalam penelitian di Singapura menemukan bahwa pelaporan keberlanjutan secara positif terkait dengan nilai pasar perusahaan dan hubungan ini tidak tergantung pada sektor atau status perusahaan, apakah perusahaan yang terkait dengan pemerintah dan bisnis keluarga (Loh et al., 2017). *Sustainability Report* sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya diantaranya, (Faisal et al., 2017; G. A. Febriyanti, 2021; Kurniawan et al., 2018; Pujianingsih, 2020)

4. Pertumbuhan Penjualan

Sales growth adalah perubahan tingkat penjualan dari setiap periode yang bisa ditinjau dari laporan laba rugi suatu perusahaan (A. Febriyanti & Sulistyowati, 2021). Dimensi dan indikator pertumbuhan penjualan dilihat perbandingan nilai penjualan di setiap tahunnya. Nilai pertumbuhan penjualan merupakan salah satu yang dapat merepresentasikan daya saing perusahaan dari sisi kompetensi perusahaan dalam menghasilkan laba yang tercermin melalui sales di periode lalu, jumlah penjualan yang meningkat selaras dengan pendapatan yang turut meningkat, begitu juga sebaliknya, nilai peningkatan ini dapat digunakan dalam memprediksikan pertumbuhan di masa mendatang (Sinaga et al., 2019). Pertumbuhan penjualan adalah suatu prasetasi investasi di masa kini yang dapat dijadikan prospek peningkatan untuk masa mendatang *Sales growth* sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Akmalia & Abni Aliyah, n.d.; Dolontelide & Wangkar, 2019; A. Febriyanti & Sulistyowati, 2021; Gusti et al., 2020; Zhafiira & Andayani, 2019)

Telaah Literatur Dan Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Strategi Industri Hijau Terhadap Nilai Perusahaan

Strategi *green industry* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, di mana dimensi atau indikator kinerja lingkungan perusahaan berpengaruh terhadap dimensi atau indikator nilai perusahaan (Soedjatmiko et al., 2021). Beberapa studi mengkaji hubungan penerapan strategi *green industry* yang memiliki fokus pada kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. mengungkapkan bahwa meningkatnya kepedulian perusahaan pada lingkungan terbukti dapat meningkatkan nilai perusahaan, begitu juga dalam penelitian (Edi Wijaya Kusuma & Dewi, 2019b), (Nira Artamelia et al., 2021), (Rusmana & Purnaman, 2020) memiliki hasil penelitian yang senada. Sementara itu, dalam studi (Pratiwi & Setyoningsih, 2017) menemukan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, begitu juga dengan penelitian (Annisa Gantina Budhiyani, 2019) dan studi (Azzahra Hafidz & Risma Deviyanti, 2022). Untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan memperhatikan kinerja lingkungan, maka yang harus dilakukan oleh manajemen perusahaan mulai memperhatikan kinerja lingkungannya untuk memperoleh hasil PROPER yang terbaik (Azzahra Hafidz & Risma Deviyanti, 2022).

Strategi industri hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga apabila kinerja lingkungan semakin tinggi maka akan berpengaruh positif terhadap peningkatan nilai perusahaan, karena respon pasar akan menggunakan aspek kinerja lingkungan sebagai salah satu indikator untuk menilai perusahaan karena berkaitan dengan keberlanjutan usaha perusahaan, sehingga semakin baik kinerja lingkungan perusahaan, maka nilai perusahaannya pun akan meningkat, (Rusmana & Purnaman, 2020). Strategi industri hijau berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Annisa Gantina Budhiyani, 2019; Avelyn & Syofyan, 2023; Pratiwi & Setyoningsih, 2017)

2. Pengaruh Pengungkapan Laporan Berkelanjutan terhadap Nilai Perusahaan

Laporan berkelanjutan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dimana dimensi atau indikator laporan keberlanjutan yaitu pengukuran yang penilaian atas kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial perusahaan berpengaruh terhadap meningkatnya nilai investasi atau harga saham perusahaan (Faisal et al., 2017). Temuan penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara pelaporan keberlanjutan dan Tobin's q semakin positif seiring berjalannya waktu. Dapat disimpulkan bahwa meskipun pelaporan keberlanjutan awalnya dianggap sebagai sinyal yang mahal, namun pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan karena perusahaan dapat mempelajari cara yang lebih baik untuk mengkomunikasikan inisiatif keberlanjutan mereka kepada para pemangku kepentingan, sementara investor juga belajar untuk mengevaluasi laporan dengan benar (Atahau & Kausar, 2022).

Laporan berkelanjutan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan *image* perusahaan positif dimata investor. Perusahaan yang memiliki reputasi yang baik mempunyai profil resiko yang rendah, semakin meningkatnya investor yang menanamkan modalnya maka nilai perusahaan akan semakin tinggi (Sastra, 2020). Laporan berkelanjutan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Dai & Xue, 2022; Pujianingsih, 2020; Sastra, 2020)

3. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dimana dimensi atau indikator pertumbuhan penjualan yang meningkatkan akan diperolehnya respon positif oleh pasarm sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan karena *sales growth* mencerminkan bertambahnya volume penjualan sehingga turut meningkatnya pendapatan dan laba perusahaan (Candani & Badera I Dewa Nyoman, 2022). Untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan memperhatikan *sales growth* maka pihak manajemen perusahaan memiliki strategi dalam mempertahankan bahkan meningkatkan penjualan serta mampu melakukan prediksi terkait naik turunnya penjualan, karena melalui pendapatan yang meningkat mengakibatkan pembayaran deviden yang turut meningkat (Sukaria, 2017)

Sales growth berpengaruh terhadap nilai perusahaan, apabila pertumbuhan penjualan secara konsisten terus bertumbuh dapat memberikan sinyal positif oleh pelanggan konsumen maupun investor tentang kualitas dari produk yang dijual maupun tentang bagaimana pihak manajemen memandang prospek perusahaan. Investor menilai perubahan dividen sebagai sinyal ramalan laba oleh manajemen. Perusahaan dengan prospek yang menguntungkan akan mencoba menghindari penjualan saham dan mengusahakan modal baru dengan cara-cara (I. A. P. T. Dewi & Sujana, 2019). Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Candani & Badera I Dewa Nyoman, 2022; I. A. P. T. Dewi & Sujana, 2019; Dolontelide & Wangkar, 2019)

4. Pengaruh Strategi Industri Hijau, Pengungkapan Laporan Berkelanjutan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Meningkatkan nilai perusahaan melalui praktek bisnis yang berkelanjutan dan ramah lingkungan menjadi semakin penting dalam beberapa tahun terakhir. Konsumen dan investor semakin memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari bisnis dan produk yang mereka beli, dan semakin cenderung memilih perusahaan yang menunjukkan komitmen terhadap praktek bisnis yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Peraturan dan kebijakan pemerintah yang semakin ketat terhadap isu lingkungan dan sosial. Banyak negara yang mengeluarkan peraturan dan kebijakan yang menuntut perusahaan untuk

mematuhi standar lingkungan dan sosial yang lebih tinggi, seperti pengurangan emisi gas rumah kaca, penggunaan bahan baku yang ramah lingkungan, dan upaya untuk meminimalkan dampak lingkungan dan sosial dari operasi bisnis. penelitian telah menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki praktek bisnis yang berkelanjutan dan ramah lingkungan cenderung memiliki kinerja yang baik, sehingga perusahaan yang menerapkan praktik bisnis yang berkelanjutan dan ramah lingkungan cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi.

Hal ini sejalan dengan penelitian (J. et al., 2023) menemukan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pengungkapan keberlanjutan dan nilai perusahaan, bagi perusahaan yang berpacu pada ketentuan dari indikator GRI memoderasi hubungan antara pengungkapan keberlanjutan dan nilai perusahaan, sehingga nilai perusahaan meningkat ketika perusahaan mengadopsi GRI dalam pelaporan keberlanjutan. Sehingga penerapan inudstri hijau serta pelaporan keberlanjutan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dari sisi variabel pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, menurut penelitian (Dolontelide & Wangkar, 2019). Sehingga kesimpulan yang terbentuk bahwa variabel strategi kinerja lingkungan dan laporan berkelanjutan dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan perusahaan dan akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.

METODOLOGI PENELITIAN

1. Sample dan Sampel

Penelitian ini menggunakan populasi sektor pertambangan pada Bursa Efek Indonesia dari periode 2020 hingga 2022, dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Perusahaan sektor pertambangan terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020-2022
- b) Mempublikasi laporan keuangan berturut-turut 2020-2022
- c) Mempublikasi sustainability report 2020-2021 berturut-turut
- d) Perusahaan yang mengikuti program PROPER

2. Variabel Penelitian

a) Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah nilai kapitalisasi pasar atau harga saham beredar. Semakin tinggi nilai perusahaan mengindikasikan kemukakan para pemegang semakin tinggi, dalam penelitian ini menggunakan rumus Tobin's Q

$$Tobin's Q = \frac{(MVE + Debt)}{Total Aset}$$

MVE: harga saham quartal IV x jumlah saham beredar

D: Nilai buku dari Total Hutang (jangka panjang + jangka pendek)

Total Aset: Nilai buku total aktiva

b) Strategi Industri Hijau

Peneliti variabel strategi green industry diukur berdasarkan kualitas kinerja lingkungan PROPER, dengan score 1 (sangat buruk/hitam), score 2 (buruk/merah), score 3 (baik/hijau), score 4 (sangat baik/biru), score 5 (sangat-sangat baik/emas). PROPER merupakan bentuk penerapan Peraturan Pemerintah tentang pengendalian pencemaran dan analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL).

c) Laporan Berkelanjutan

Menggunakan variabel dummy dengan content analisis berdasarkan indikator penilaian dari Global Reporting Initiative Standards, bernilai 0 artinya pengungkapan tidak sesuai standar, dan bernilai 1 artinya telah sesuai standar. Perhitungan *sustainability report*:

$$Rit = \frac{n}{k}$$

Keterangan:

SR= Sustainability reporting

i= Perusahaan

t= Periode (tahun)

d) Pertumbuhan Penjualan

Sales growth adalah perubahan tingkat penjualan dari setiap periode, ditinjau dari laporan laba rugi suatu perusahaan

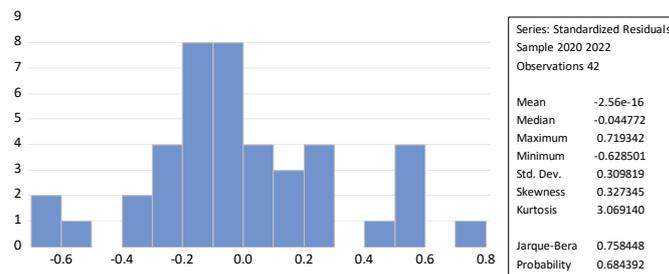
$$SG = \frac{S(t) - S(t - 1)}{S(t - 1)}$$

S = Sales

t = Periode

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Normalitas



Sumber: data diolah peneliti

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari uji normalitas menunjukkan bahwa nilai Jarque-Bera sebesar 0,758448 dengan P-value sebesar 0,684392 > 0,05 Maka H0 diterima, artinya data terdistribusi normal.

2. Hasil Uji Multikolinearitas

	X1	X2	X3
X1	1	0.23320668...	-0.0121089...
X2	0.23320668...	1	0.14415320...
X3	-0.0121089...	0.14415320...	1

Sumber: data diolah peneliti

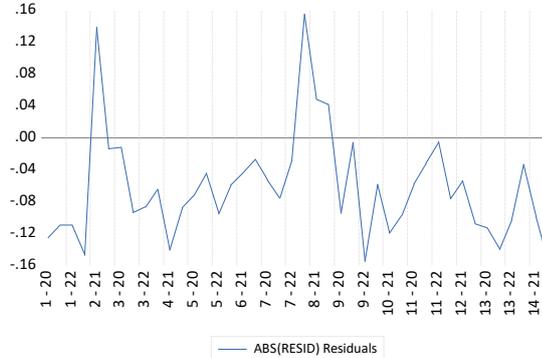
Berdasarkan hasil multikolinearitas diketahui nilai korelasi dari X1 atau Industri Hijau. Hasil uji X1 (Industri Hijau) dengan X2 (Laporan Berkelanjutan) senilai 0,23320668, menunjukkan hasil < 0,85. Kemudian nilai korelasi antara X1 (Industri Hijau) dan X3 (Pertumbuhan Penjualan) senilai 0.0121089 menunjukkan hasil < 0,85, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

Kedua pada pengujian X2 atau Laporan Berkelanjutan. Hasil uji X2 (Laporan Berkelanjutan) dengan X1 (Industri Hijau) senilai 0,23320668 menunjukkan hasil < 0,85. Kemudian nilai korelasi antara X2 (Industri Hijau) dengan X3 (Pertumbuhan Penjualan)

adalah 0,14415320 menunjukkan hasil $< 0,85$, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

Ketiga pada pengujian X3 atau Pertumbuhan Penjualan. Hasil uji korelasi X3 (Pertumbuhan Penjualan) dengan X1 (Industri Hijau) senilai 0,01210. Kemudian nilai korelasi X3 (Pertumbuhan Penjualan) 0,14415 menunjukkan hasil $< 0,85$, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data diolah peneliti

Berdasarkan hasil uji dapat disimpulkan data penelitian tidak terjadinya heteroskedastisitas karena grafik berada di jauh di bawah 500 dan -500.

4. Hasil Uji Autokorelasi

Weighted Statistics			
R-squared	0.387229	Mean dependent var	0.244709
Adjusted R-squared	0.338853	S.D. dependent var	0.142640
S.E. of regression	0.115982	Sum squared resid	0.511171
F-statistic	8.004466	Durbin-Watson stat	1.737255
Prob(F-statistic)	0.000295		

Sumber: data diolah peneliti

Berdasarkan hasil Durbin-Watson stat menunjukkan nilai D-W sebesar 1.737255 yang berada diantara nilai -2 dan 2, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

5. Hasil Uji F

Weighted Statistics			
R-squared	0.388441	Mean dependent var	0.244046
Adjusted R-squared	0.340160	S.D. dependent var	0.142535
S.E. of regression	0.115782	Sum squared resid	0.509406
F-statistic	8.045439	Durbin-Watson stat	1.733304
Prob(F-statistic)	0.000284		
Unweighted Statistics			
R-squared	0.266417	Mean dependent var	1.119048
Sum squared resid	3.935498	Durbin-Watson stat	0.224357

Sumber: data diolah peneliti

Berdasarkan tabel output *Random Effect Model* (REM) nilai dari *Prob (F-statistic)* sebesar 0.000286 menunjukkan nilai < 0.005 signifikansi. Sehingga hasil uji memiliki hasil bahwa

X1 (Industri Hijau), X2 (Laporan Berkelanjutan) dan X3 (Pertumbuhan Penjualan) memiliki pengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan.

6. Hasil Uji T

Dependent Variable: Y
 Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
 Date: 07/05/23 Time: 08:31
 Sample: 2020 2022
 Periods included: 3
 Cross-sections included: 14
 Total panel (balanced) observations: 42
 Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.809889	0.227960	3.552769	0.0010
X1	0.005845	0.050931	0.114767	0.9092
X2	0.514072	0.105833	4.857393	0.0023
X3	-0.076388	0.067404	-1.133278	0.2642

Sumber: data diolah peneliti

Berdasarkan hasil uji T dapat diketahui bahwa nilai t-tabel 2,021075 yang diperoleh dari hasil $df=n$ (jumlah sampel) – k (42-4) dengan menggunakan titik signifikansi 0,05. Berikut ini interpretasi dari hasil pengujian:

1. Hasil uji-t pada variabel X1 (Industri Hijau) dengan t-hitung sebesar 0.114767 < 2,021075 dan nilai signifikansi 0.9092 > 0.05 sehingga , maka H0 ditolak dan Ha diterima, artinya X1 (Industri Hijau) tidak berpengaruh terhadap Y (Nilai Perusahaan)
2. Hasil uji-t pada variabel X2 (Laporan Berkelanjutan) dengan t-hitung 4.857393 > t-tabel 2,021075 dan nilai probabilitas 0.0023 < 0.05, maka X2 berpengaruh terhadap Y (Nilai Perusahaan)
3. Hasil uji-t variabel X3 (Pertumbuhan Penjualan) diperoleh nilai t-hitung -1.133278 > 2,021075 t-tabel, dan nilai probabilitas 0,2642 > 0.05, maka variabel x3 berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Y (Nilai Perusahaan)

7. Hasil Uji R²

Weighted Statistics			
R-squared	0.388441	Mean dependent var	0.244046
Adjusted R-squared	0.340160	S.D. dependent var	0.142535
S.E. of regression	0.115782	Sum squared resid	0.509406
F-statistic	8.045439	Durbin-Watson stat	1.733304
Prob(F-statistic)	0.000284		
Unweighted Statistics			
R-squared	0.266417	Mean dependent var	1.119048
Sum squared resid	3.935498	Durbin-Watson stat	0.224357

Sumber: data diolah peneliti

Berdasarkan Tabel 4.15, Nilai adjust R Square sebesar 0.340160 atau 34%. nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari X1 (Industri Hijau), X2 (Laporan Berkelanjutan) dan X3 (Pertumbuhan Penjualan) memiliki pengaruh terhadap variabel Y (Nilai Perusahaan) sebesar 34%, sedangkan sisanya yaitu (100%-34% = 76%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Industri Hijau terhadap Nilai perusahaan

Hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa Industri Hijau berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan **ditolak**, hal ini dapat dilihat dari hasil uji variabel Industri Hijau melalui hasil uji-t dengan nilai t-hitung sebesar $1,0.114767 < 2,021075$ t-tabel serta nilai signifikansi $0.9092 > 0.05$ (nilai signifikansi yang ditetapkan), yang memiliki artinya X1 (Industri Hijau) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Y (Nilai Perusahaan). Industri hijau dalam penelitian ini diukur berdasarkan kategori score PROPER yang tidak dilaporkan secara rinci oleh perusahaan pada publik mengenai penerapan industri hijau, sehingga upaya dalam menerapkan kinerja perusahaan berbasis ramah lingkungan memerlukan investasi yang signifikan yang mempengaruhi kondisi keuangan perusahaan. Berbeda dengan negara maju dianggap sangat memperhatikan masalah lingkungan, sehingga kinerja atau kegiatan lingkungan yang dilakukan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Pratiwi & Setyoningsih, 2017) dan (Safitri & Sukarmanto, 2021) menemukan kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Laporan Berkelanjutan terhadap Nilai perusahaan

Hipotesis pertama (H2) menyatakan bahwa laporan berkelanjutan berpengaruh terhadap nilai perusahaan **diterima**. hal ini dapat dilihat dari hasil uji variabel Laporan Berkelanjutan melalui uji-t dengan t-hitung $4.857393 > t$ tabel $2,021075$ t-tabel dan nilai probabilitas $0.0023 < 0.05$ (nilai signifikansi yang ditetapkan). Maka X2 (Laporan Berkelanjutan) memiliki pengaruh terhadap Y (Nilai Perusahaan). Hasil ini menunjukkan bahwa di Indonesia secara khusus sektor tambang yang melaporkan kinerja lingkungan, ekonomi dan sosial dalam sustainability report (laporan berkelanjutan) dengan lengkap berdasarkan standar GRI Standards memiliki pengaruh terhadap kenaikan maupun penurunan nilai perusahaan.

Laporan sustainability report yang komprehensif dan transparan dapat membantu membangun reputasi perusahaan sebagai entitas yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan, dan laporan yang terperinci menunjukkan bahwa perusahaan mematuhi regulasi lingkungan yang ketat dan memitigasi risiko lingkungan yang dapat mempengaruhi operasional dan reputasi perusahaan.

Dengan mengungkapkan laporan sustainability report yang kuat, perusahaan dapat menarik minat dari investor yang mencari peluang investasi yang berkelanjutan. Hal ini dapat memberikan perusahaan akses yang lebih baik ke sumber daya finansial, seperti dana yang berfokus pada investasi berkelanjutan. Hasil Penelitian ini sejalan dengan (Alfiana, 2021; Atahau & Kausar, 2022; Kurniawan et al., 2018) yang memiliki hasil serupa.

3. Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap Nilai perusahaan

Hipotesis pertama (H3) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, **ditolak**. Hal tersebut teruji melalui uji-t variabel X3 (Pertumbuhan Penjualan) diperoleh nilai t-hitung $-1.133278 > 2,021075$ t-tabel, dan nilai probabilitas $0,2642 > 0.05$, maka variabel x3 berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Y (Nilai Perusahaan). Hasil tidak berpengaruhnya pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan diindikasikan karena meningkatnya sales growth tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan karena pertumbuhan penjualan dilihat dari pendapatan perusahaan yang belum dikurangi dengan biaya – biaya lainnya. Hal ini sejalan dengan penelitian (A. Febriyanti & Sulistyowati, 2021; Sinaga et al., 2019)

4. Pengaruh industri hijau, laporan berkelanjutan dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan

Hipotesis pertama (H3) menyatakan bahwa Pengaruh industri hijau, laporan berkelanjutan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, **diterima**. Hal ini teruji melalui hasil uji-f nilai dari Prob (F-statistic) sebesar 0.000286 menunjukkan nilai < 0.005 signifikansi. Sehingga hasil uji memiliki hasil bahwa X1 (Industri Hijau), X2 (Laporan Berkelanjutan) dan X3 (Pertumbuhan Penjualan) memiliki pengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan.

Kombinasi kinerja lingkungan yang baik, laporan berkelanjutan yang transparan, dan pertumbuhan penjualan yang kuat secara bersama-sama dapat berkontribusi untuk meningkatkan nilai perusahaan secara menyeluruh. Melalui ketiga variabel perusahaan dapat memperkuat dan membentuk citra perusahaan di mata pemangku kepentingan. Dengan kinerja lingkungan yang baik, perusahaan menunjukkan komitmen terhadap praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Laporan berkelanjutan yang transparan menggambarkan upaya dan pencapaian perusahaan dalam hal kinerja lingkungan. Sementara itu, pertumbuhan penjualan yang kuat menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam aspek finansial dan pasar

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu:

- a) Industri hijau tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
- b) Pengungkapan laporan berkelanjutan berpengaruh terhadap nilai perusahaan
- c) Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
- d) Industri Hijau, Pengungkapan laporan berkelanjutan dan Pertumbuhan penjualan secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

SARAN

Penelitian ini dilakukan dalam periode 2020-2022, maka diharapkan untuk penelitian selanjutnya menambahkan tahun penelitian, untuk mengetahui pengaruh tiap variabel. Selain itu diharapkan penelitian selanjutnya menggunakan sektor industri lain dan melakukan memberikan variasi variabel penelitian dengan menambahkan variabel penelitian, sehingga diharapkan penelitian selanjutnya memperoleh hasil yang lebih relevan dengan masanya.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Aini, N., & Faisal, N. T. (2021). The Effect Of Environmental Performance On Firm Value Using Financial Performance As Mediator Variable. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 04.
- [2] Akmalia, A., & Abni Aliyah, S. (n.d.). *The Role Of Financial Performance In Mediating The Effect Of Institutional Ownership, Company Size And Sales Growth On Firm Value*.
- [3] Annisa Gantina Budhiyani. (2019). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2015 - 2018). *Universitas Islam Indonesia*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/16208>
- [4] Atahau, A. D. R., & Kausar, M. F. (2022). Sustainability Report terhadap Nilai Perusahaan: Studi Perusahaan yang Terdaftar dalam Sustainability Report Rating.

- AFRE (Accounting and Financial Review)*, 5(2), 124–130.
<https://doi.org/10.26905/afr.v5i2.7810>
- [5] Avelyn, N., & Syofyan, E. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kinerja Lingkungan, dan Voluntary Disclosure terhadap Nilai Perusahaan: Studi Empiris Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *JURNAL EKSPLORASI AKUNTANSI*, 5(1), 214–232.
<https://doi.org/10.24036/JEA.V5I1.605>
- [6] Ayu Septhiani, F., Marinda Machdar, N., Bisnis, F., & Teknologi dan Bisnis Kalbis Jalan Pulomas Selatan Kav, I. (2022). Pengaruh Pelaporan Berkelanjutan dan Modal Intelektual Hijau terhadap Nilai Perusahaan dengan Set Kesempatan Investasi sebagai Variabel Pemoderasi. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis Dan Teknologi*, 8(4), 4095–4110.
<http://ojs.kalbis.ac.id/index.php/kalbisiaana/article/view/1650>
- [7] Azzahra Hafidz, S., & Risma Deviyanti, D. (2022). Pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan CSR sebagai variabel intervening. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 19(2), 366–374.
<https://doi.org/10.29264/jakt.v19i2.11123>
- [8] Candani, N., & Badera I Dewa Nyoman. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*.
- [9] Dai, D., & Xue, Y. (2022). The Impact of Green Innovation on a Firm's Value from the Perspective of Enterprise Life Cycles. *Sustainability (Switzerland)*, 14(3).
<https://doi.org/10.3390/su14031226>
- [10] Dewi, I. A. P. T., & Sujana, I. K. (2019). Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 85.
<https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i01.p04>
- [11] Dewi, R., & Rahmianingsih, A. (2020). Meningkatkan Nilai Perusahaan Melalui Green Innovation Dan Eco-Effisiensi. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 12(2), 225–243. <https://doi.org/10.35313/ekspansi.v12i2.2241>
- [12] Dolontelide, C. M., & Wangkar, A. . (2019). Pengaruh Sales Growth dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 3039–3048.
<https://doi.org/10.35794/EMBA.V7I3.24055>
- [13] Edi Wijaya Kusuma, I. M., & Dewi, L. G. K. (2019a). Pengaruh Kinerja Lingkungan pada Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i03.p19>
- [14] Edi Wijaya Kusuma, I. M., & Dewi, L. G. K. (2019b). Pengaruh Kinerja Lingkungan pada Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i03.p19>
- [15] Faisal, Tower, G., & Rusmin, R. (2017). *Legitimising Corporate Sustainability Reporting Throughout the World*.
- [16] Febriyanti, A., & Sulistyowati, E. (2021). Pengaruh Firm Size, Sales Growth, Dan Return On Equity Terhadap Firm Value Pada Perusahaan Manufaktur. *JURNAL MANEKSI*, 10.
- [17] Febriyanti, G. A. (2021). Pengaruh Sustainability Reporting Terhadap Nilai Perusahaan dengan Leverage sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akuntansi Dan*

- Pajak*, 22(1), 366–379. <https://doi.org/10.29040/JAP.V22I1.2598>
- [18] Gusti, I., Prabandari, A., Putri, T., & Rahyuda, H. (2020). Effect of capital structure and sales growth on firm value with profitability as mediation. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(1), 145–155. <https://doi.org/10.21744/IRJMIS.V7N1.833>
- [19] J., S., K.R., S., & Prasad, K. (2023). Does GRI compliance moderate the impact of sustainability disclosure on firm value? *Society and Business Review*, 18(1), 152–174. <https://doi.org/10.1108/SBR-06-2022-0172>
- [20] Kurniawan, T., Sofyani, H., & Rahmawati, E. (2018). Pengungkapan Sustainability Report dan Nilai Perusahaan: Studi Empiris di Indonesia dan Singapura. *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 16(1), 1–20. <https://doi.org/10.30595/kompartemen.v16i1.2100>
- [21] Latifah, S. W. (2017). Triple Bottom Line Terhadap Nilai Perusahaan, Gross Profit Margin Sebagai Indikator Ekonomi. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 4(4), 544–563. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2020.v4.i4.4249>
- [22] Loh, L., Thomas, T., & Wang, Y. (2017). Sustainability reporting and firm value: Evidence from Singapore-listed companies. *Sustainability (Switzerland)*, 9(11). <https://doi.org/10.3390/su9112112>
- [23] Mardi, M., Hermanto, H., & Widyastuti, E. (2019). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Melalui Corporate Social Responsibility (CSR). *E-Jurnal Akuntansi*, 1518. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i02.p25>
- [24] Meizary, A., & Yunialfi Alfian, F. (2023). Pengaruh Penerapan Kinerja Lingkungan, Pengungkap Lingkungan, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi JEMBA*, 2.
- [25] Nira Artamelia, F., Primta Surbakti, L., & Julianto, W. (2021). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Lingkungan Dan Pengungkapan Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *Economic, and Accounting National Seminar*, 2, 971–988.
- [26] Pratiwi, M. W., & Setyoningsih, S. (2017). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Disclosure sebagai Variabel Intervening. *Media Riset Akuntansi, Universitas Bakrie*, 42, 24–46.
- [27] Pujianingsih, V. D. (2020). Pengaruh Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 8(3), 579–594. <https://doi.org/10.17509/JRAK.V8I3.22841>
- [28] Rusmana, O., & Purnaman, S. M. N. (2020). Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)*, 22.
- [29] Sastra, R. (2020). The Role of a Sustainability Report in Mediating the Effect of Board Size on Firm Value. *International Journal of Innovation, Creativity and Change. Www.Ijicc.Net*, 10. www.ijicc.net
- [30] SEMBIRING, S., & TRISNAWATI, I. (2019). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 21(1a–2), 173–184. <https://doi.org/10.34208/JBA.V21I1A-2.754>
- [31] Sinaga, L. V., Nababan, A. M., Sinaga, A. N., Hutahean, T. F., & Guci, S. T. (2019). Pengaruh Sales Growth, Firm Size, Debt Policy, Return On Asset terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 2(2), 345–355.

- <https://doi.org/10.31539/COSTING.V2I2.664>
- [32] Soedjatmiko, Tjahjadi, B., & Soewarno, N. (2021). Do Environmental Performance and Environmental Management Have a Direct Effect on Firm Value? *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 687–696. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.687>
- [33] Sukaria, No. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan. *STUDYLIB*. <https://studylibid.com/doc/949543/pengaruh-ukuran-perusahaan--pertumbuhan-penjualan>
- [34] Tonay, C., & Murwaningsari, E. (2022). Pengaruh Green Innovation dan Green Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Moderasi. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 24(2), 283–294. <https://doi.org/10.34208/JBA.V24I2.1484>
- [35] Utomo, M. N. (2019). *Strategi Penciptaan Nilai Perusahaan Melalui Investasi Berbasis Green*. <https://www.researchgate.net/publication/340454174>
- [36] Wahyu Hidayat, W., Yuniati, T., Teguh Prasetyo, E., & Husadha, C. (2021). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, dan CSR terhadap Nilai Perusahaan Kasus Perusahaan Jasa di Indonesia. *Journal Ilmiah Manajemen* .
- [37] Zhafiira, C. F., & Andayani. (2019). Pengaruh Sales Growth, Keputusan Pendanaan, Keputusan Investasi Dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntans*.