

Peranan Ukuran Perusahaan Dalam Memoderasi Pengaruh Eco Efficiency Terhadap Nilai Perusahaan

Winni Lesmana

Feby Astrid Kesaulya

feby@ukmc.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the role of firm size in moderating the effect of eco-efficiency on firm value focusing on industrial consumer goods sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange with the 2017-2020 research period. The data used in this research is secondary data. The population in this study are consumer goods sector companies listed on the Indonesian stock exchange during the 2017-2020 period. The sampling technique used was purposive sampling method and obtained 57 companies with a total sample of 204 samples. Hypothesis testing is done by multiple regression analysis. The results of this study indicate that firm size is not able to moderate the relationship between the effect of eco-efficiency on firm value.

Keywords: *eco-efficiency, firm size, firm value*

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan ukuran perusahaan dalam memoderasi pengaruh eco efficiency terhadap nilai perusahaan yang berfokus pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode penelitian 2017-2020. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek Indonesia selama periode 2017-2020. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode purposive sampling dan diperoleh 57 perusahaan dengan total sampel 204 sampel. Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan antara pengaruh eco-efficiency terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : *eco-efficiency, ukuran perusahaan, nilai perusahaan*

PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia yang semakin berkembang di era globalisasi membawa perkembangan baru bagi setiap perusahaan. Perkembangan tersebut menjadi tantangan baru bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya agar mampu bersaing dalam dunia bisnis. Setiap perusahaan mempunyai tujuan yang sama untuk menciptakan nilai perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Pada industri sektor consumer goods, persaingan yang terjadi sangat ketat dan membuat setiap perusahaan dituntut untuk selalu meningkatkan nilai perusahaan demi kelangsungan hidupnya. Peningkatan nilai perusahaan dapat dilakukan dengan

terus memperbaiki kinerja perusahaan yang akan memberikan pandangan baik dari pihak investor.

Seiring dengan perkembangan perusahaan dalam jangka panjang, perusahaan berupaya terus meningkatkan keunggulan bisnisnya yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan. Optimalisasi peningkatan nilai perusahaan sebagai salah satu tujuan perusahaan dapat dilakukan untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan dilihat oleh investor dari harga saham perusahaan, semakin tinggi harga saham perusahaan maka laba yang dihasilkan oleh perusahaan juga meningkat. Kenaikan pada harga saham yang mempengaruhi nilai perusahaan akan memberikan kepercayaan lebih kepada investor mengenai kinerja perusahaan dan prospek perusahaan yang baik di masa yang akan datang. Harga saham perusahaan tersebut akan meningkat apabila nilai perusahaan juga meningkat. (Sianipar, 2016).

Nilai perusahaan yang tinggi akan menciptakan kepercayaan pasar tidak hanya dalam kinerja perusahaan tetapi juga dalam prospek perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan pada dasarnya bisa diukur melalui beberapa aspek, salah satunya menggunakan harga pasar saham perusahaan. Hal ini karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan evaluasi investor secara keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki. Harga pasar saham mencerminkan penilaian dari seluruh pelaku pasar, harga pasar menjadi barometer kinerja manajemen perusahaan. Apabila nilai perusahaan dilihat dari harga saham berarti untuk memaksimalkan nilai suatu perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham. Oleh karena itu, harga saham merupakan salah satu tolak ukur yang tepat untuk mengukur nilai perusahaan. (Rais, 2021)

Pergerakan naik turunnya harga saham merupakan fenomena yang menarik untuk dibahas. Seperti yang terjadi pada PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD) yang mengalami penurunan harga saham akibat tersandung gugatan kerusakan lingkungan. Harga saham GOOD ditutup melemah 75 poin ke level Rp 1.290 per lembar saham atau 5,81% lebih rendah dari harga penutupan sebelum tersandung gugatan izin lingkungan. Hal ini terjadi karena perusahaan dinilai melakukan perbuatan hukum yang mengakibatkan kerusakan pada lingkungan sekitar. (Idnfinancials.com, 2020)

Selain dari penurunan saham, kenaikan harga saham juga dapat dipengaruhi oleh kinerja lingkungan perusahaan. Seperti yang terjadi pada PT Kalbe Farma yang mengalami kenaikan saham dari Rp 1.490/lembar saham menjadi 1.510/lembar saham. (Idnfinancials.com). Kenaikan harga saham ini terjadi karena perusahaan tergolong ke dalam perusahaan dengan kinerja lingkungan yang memuaskan terkait usaha berkelanjutan dan tata kelola sosial yang baik. Oleh karena itu, investor lebih memilih perusahaan yang memiliki kesadaran akan tanggung jawab terhadap lingkungan. (CNBC.Indonesia, 2019).

Pada zaman globalisasi seperti saat ini, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap tanggung jawab perusahaan tidak hanya sebatas pada single bottom line yang dicerminkan dari keadaan finansialnya melainkan dilihat dari tanggung jawab perusahaan yang bersifat triple bottom lines. Triple bottom lines mendorong perusahaan untuk tidak hanya berfokus pada profit, melainkan dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat serta ikut ambil dalam melestarikan

lingkungan. Hal ini dapat membuat kegiatan sosial, ekonomi, dan lingkungan dapat seimbang. Jika hanya mengandalkan kondisi keuangan, maka tidak cukup untuk menjamin nilai perusahaan akan terus tumbuh dalam jangka waktu berkelanjutan. (Setiawati dan Lim, 2018).

Kinerja lingkungan perusahaan sangat penting untuk diperhatikan karena seiring dengan berkembangnya era globalisasi banyak perusahaan yang semakin berkembang dan memberikan dampak yang besar bagi lingkungan sekitar terkait dengan sumber daya yang digunakan. Hasil dari sumber daya yang digunakan perusahaan seringkali berdampak pada kerusakan lingkungan. Pada sektor consumer goods, pencemaran limbah menjadi salah satu dampak yang sering terjadi pada masyarakat karena kurangnya kesadaran perusahaan untuk mengelola hasil dari proses produksi serta sumberdaya. Hal itu membuat perusahaan perlu meningkatkan kesadaran untuk berupaya dalam meminimalisir kerusakan dan masalah yang terjadi akibat proses produksinya.

Greenpeace Indonesia (2019) menyatakan bahwa industri perusahaan yang meningkat akan memberikan dampak pada peningkatan jumlah sampah dikarenakan sejumlah sektor industri masih menggunakan plastik untuk dijadikan kemasan. Sampah yang berasal dari perusahaan sektor kebutuhan sehari-hari (fast moving consumer goods atau FMCG) memberikan temuan terbanyak dalam kategori sampah bermerek selama tahun 2016 hingga tahun 2019. Hasil survei yang dilakukan oleh greenpeace internasional, perusahaan yang memproduksi kebutuhan sehari-hari (fast moving consumer goods atau FMCG) merupakan kekuatan yang paling dominan dalam menciptakan krisis sampah plastik. Penelitian greenpeace menemukan bahwa belum ditemukannya rencana perusahaan untuk menghentikan peningkatan jumlah sampah plastik tersebut.

Jumlah penerimaan sampah terbesar berasal dari industri rumah tangga yang mencapai angka 38,3%. Hal tersebut membuktikan bahwa industri sektor kebutuhan sehari-hari membawa dampak yang sangat besar bagi kerusakan lingkungan di Indonesia. Perusahaan yang memproduksi kebutuhan sehari-hari belum mampu mengendalikan kerusakan lingkungan yang ditimbulkan dari hasil produksinya.

Salah satu faktor yang dapat mendukung perkembangan ekonomi Indonesia saat ini adalah perusahaan, namun perusahaan seringkali menjadi salah satu penyebab utama dalam pencemaran dan kerusakan lingkungan (Putri, 2019). Dengan adanya pencemaran dan kerusakan lingkungan yang sering ditimbulkan oleh perusahaan, masyarakat di Indonesia menuntut perusahaan untuk bertanggung jawab atas lingkungan sekitar. (Al-Najjar dan Anfiamadou, 2012) dalam (Panggau dan Septiani, 2017) mengatakan bahwa masyarakat mempunyai harapan yang tinggi pada perusahaan untuk melakukan proses bisnis sesuai dengan standar tanggung jawab lingkungan serta melakukan pelestarian lingkungan hidup. Kegiatan pelaksanaan pelestarian lingkungan hidup dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan agar tujuan perusahaan dalam kelangsungan hidupnya dapat tercapai. Untuk mewujudkan harapan masyarakat, perusahaan harus mampu mengelola sumber daya dan proses produksi secara efisien. Pengelolaan yang tidak efisien tidak hanya berdampak pada lingkungan sekitar melainkan juga berdampak pada keuangan perusahaan.

Salah satu upaya yang dapat diterapkan oleh perusahaan sektor consumer goods dalam mengurangi dalam kerusakan lingkungan hidup adalah konsep eco-efficiency.

(Kementrian Lingkungan Hidup, 2003) mengatakan konsep eco- efficiency adalah sebuah konsep untuk mengimplementasikan sebuah konsep efisiensi dan menjadikan aspek sumber daya dan energi untuk meminimalkan hasil dari limbah dari proses produksi produk. Konsep keberlanjutan lingkungan ini dilakukan oleh perusahaan sebagai upaya untuk mengurangi kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan operasional perusahaan dengan mengurangi biaya operasional perusahaan. Konsep eco-efficiency dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan kepemilikan sertifikasi ISO 14001. Perusahaan dengan sertifikasi atau label lingkungan memberikan kepercayaan kepada masyarakat bahwa kegiatan bisnis dilakukan secara ramah lingkungan. Sertifikasi dapat memberikan stabilisasi tata kerja perusahaan dalam melakukan upaya untuk meraih hasil yang konsisten. Kepemilikan sertifikasi ISO 14001 dapat dimanfaatkan oleh investor sebagai suatu sinyal informasi mengenai gambaran perusahaan. Investor akan menggunakan informasi tersebut untuk mengambil keputusan terkait berinvestasi dalam perusahaan tersebut.

Konsep eco-efficiency merupakan salah satu upaya perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Dengan menerapkan konsep ini, perusahaan dipercaya telah melakukan pengelolaan lingkungan dengan baik dalam jangka waktu yang panjang. Eco-efficiency diterapkan sebagai salah satu strategi perusahaan untuk mengurangi kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh perusahaan. (Amalia dan Rosdiana, 2016) usaha perusahaan dalam mengurangi dampak lingkungan akan memberikan citra yang baik bagi perusahaan dan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Hubungan antara eco-efficiency terhadap nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu nilai yang menggambarkan besar kecilnya perusahaan berdasarkan total aktiva, log size dan nilai saham perusahaan. Hubungan eco-efficiency terhadap nilai perusahaan cenderung dipengaruhi oleh ukuran perusahaan dikarenakan perusahaan yang mempunyai ukuran yang lebih besar cenderung mengungkapkan informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai ukuran lebih kecil (Rahmah dan Fitri, 2020). Perusahaan yang mempunyai aset yang semakin lama semakin besar mempunyai tanggung jawab yang lebih, tidak hanya terhadap para pemegang saham, tetapi juga mempunyai tanggung jawab dengan stakeholder yang lain, seperti masyarakat dan pemerintah. Selain itu, jika perusahaan memiliki total asset yang tinggi, manajemen akan lebih fleksibel untuk meningkatkan aktivitas dan kinerjanya. Untuk menjaga hubungan baik dan menjaga kelangsungan hidup, perusahaan harus lebih memperhatikan dampak yang ditimbulkan oleh usahanya terhadap lingkungan. Ukuran perusahaan yang besar menggambarkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik untuk bertahan di masa yang akan datang. Penerapan eco-efficiency yang membutuhkan biaya tinggi akan didukung oleh seberapa besar ukuran perusahaan. Penerapan eco-efficiency oleh perusahaan akan meminimalkan timbulan limbah dan polusi yang dihasilkan yang kemudian akan berdampak pada nilai perusahaan yang juga

meningkat melalui tingginya minat investor pada perusahaan yang memiliki kepedulian yang mendalam terhadap lingkungan yang memiliki manfaat baik bagi citra perusahaan di mata masyarakat.

Penelitian Aviyanti dan Isbanah (2019) dilakukan pada perusahaan sektor consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2011–2016, menunjukkan hasil bahwa eco-efficiency berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan sertifikat ISO 14001 perusahaan mampu melakukan kegiatan operasional dengan manajemen lingkungan yang baik. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri (2019) menunjukkan hasil bahwa eco-efficiency berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Banyak perbedaan hasil penelitian mengenai hubungan antara pengaruh eco-efficiency terhadap nilai perusahaan maka peneliti menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara eco-efficiency dengan nilai perusahaan. Penelitian sebelumnya mengenai dampak eco-efficiency pada nilai perusahaan dengan menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi telah dilakukan oleh Dianawati dan Kurniata (2020) pada perusahaan manufaktur tahun 2013-2017 dan menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh eco-efficiency terhadap nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini berfokus pada perusahaan sektor consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2020 karena perusahaan consumer goods mempunyai kontribusi yang besar dalam memunculkan masalah-masalah dan kerusakan lingkungan.

Berdasarkan fenomena nilai perusahaan terkait isu lingkungan yang terjadi serta hasil penelitian sebelumnya mengenai kerusakan lingkungan dapat menjadi pengaruh bagi nilai perusahaan mendorong ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “Peranan Ukuran Perusahaan Dalam Memoderasi Pengaruh Eco Efficiency Terhadap Nilai Perusahaan”.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah apakah ukuran Perusahaan mampu memoderasi hubungan antara eco- efficiency terhadap nilai perusahaan

Menurut Outley (1980) dalam Sutapa dan Erviana (2010) mengatakan bahwa pendekatan kontingensi memberikan pandangan bahwa adanya ketidakpastian dalam sistem akuntansi sehingga tidak ada sistem akuntansi yang bersifat universal dan selalu tepat untuk dapat diterapkan dalam setiap keadaan. Teori kontingensi menekankan bahwa adanya faktor situasional lainnya yang dapat berinteraksi untuk mempengaruhi suatu keadaan tertentu (Nazaruddin, 1998 dalam Atmaja, 2017). Adanya teori kontingensi memberikan pandangan bahwa adanya variabel lain yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini ukuran perusahaan berperan sebagai variabel moderasi antara pengaruh eco-efficiency terhadap nilai perusahaan. Dengan ukuran perusahaan yang lebih besar akan memperkuat pengaruh konsep eco-efficiency terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menggambarkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik untuk bertahan di masa yang akan datang. Penerapan eco-efficiency yang membutuhkan biaya tinggi akan didukung oleh seberapa besar ukuran perusahaan.

Penerapan eco- efficiency oleh perusahaan akan meminimalkan timbulan limbah dan polusi yang dihasilkan yang kemudian akan berdampak pada nilai perusahaan yang juga meningkat melalui tingginya minat investor pada perusahaan yang memiliki kepedulian yang mendalam terhadap lingkungan yang memiliki manfaat baik bagi citra perusahaan di mata masyarakat

Menurut Dewi (2019), Kinerja Lingkungan merupakan salah satu faktor penting dalam mendirikan sebuah perusahaan, maka dari itu perusahaan memiliki tanggung jawab penuh untuk menjaga kelestarian lingkungan tempat perusahaan tersebut berdiri. Salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan dalam menjaga kelestarian lingkungan antara lain dengan meminimalisir limbah dari kegiatan operasional perusahaan yang dapat menyebabkan pencemaran lingkungan seperti pencemaran air, udara, dan tanah. Eco-efficiency merupakan salah satu konsep yang dapat dilakukan perusahaan dalam menangani permasalahan lingkungan. Konsep eco-efficiency berfokus dalam kegiatan perbaikan hasil keluaran yang dihasilkan oleh bisnis perusahaan. Penerapan konsep ini akan berfokus pada cara perusahaan untuk menghasilkan produk dengan nilai tambah dengan mengurangi dampak lingkungan yang ditimbulkan dari proses produksinya (Putri, 2019). Menurut Kementerian Lingkungan Hidup (2003) konsep eco-efficiency adalah sebuah konsep untuk mengimplementasikan sebuah konsep efisiensi dan menjadikan aspek sumber daya dan energi untuk meminimalkan hasil dari limbah dari proses produksi produk.

Eco-efficiency disebut sebagai suatu alat strategis yang menentukan pembangunan keberlanjutan perusahaan (Khicerer and Wittlinger, 2005) dalam (Putri, 2019). Konsep ini akan memberikan penilaian atas dampak lingkungan dan ekonomi yang dihasilkan oleh perusahaan dari proses produksi selama siklus hidupnya. Tujuan perusahaan dalam menerapkan konsep ini adalah untuk mengurangi dampak lingkungan per unit yang dihasilkan dari hasil produksi. Penerapan konsep ini akan memberikan manfaat tidak hanya bagi perusahaan melainkan bagi masyarakat serta lingkungan guna mengurangi dampak limbah yang dihasilkan oleh perusahaan. Dalam konsep eco-efficiency ini memiliki tiga kandungan pesan yang disampaikan yaitu pertama konsep ini dapat membantu perusahaan meningkatkan kinerja lingkungan dan kinerja ekonomi, kedua konsep ini dapat menjadikan suatu nilai kompetitif bagi perusahaan atas penerapan kinerja lingkungan yang baik, dan yang ketiga konsep ini mendukung perusahaan dalam pembangunan berkelanjutan.

Konsep eco-efficiency dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan kepemilikan sertifikasi ISO 14001. Perusahaan dengan sertifikasi atau label lingkungan memberikan kepercayaan kepada masyarakat bahwa kegiatan bisnis dilakukan secara ramah lingkungan. Sertifikasi dapat memberikan stabilisasi tata kerja perusahaan dalam melakukan upaya untuk meraih hasil yang konsisten. Standarisasi Internasional lingkungan ISO 14001 dapat dijadikan sebagai alat dalam memenuhi tujuan perusahaan yang berasal dari lingkungan eksternal maupun internal mengenai penerapan konsep eco-efficiency.

ISO 14001 merupakan sebuah standar internasional Sistem Manajemen Lingkungan (SML) yang diberikan kepada perusahaan sebagai bukti bahwa perusahaan telah menerapkan sistem manajemen lingkungan sesuai dengan

standard dan kriteria yang berlaku. Pada penerapan standar internasional lingkungan ISO 14001, perusahaan harus menetapkan, mendokumentasikan, menerapkan, memelihara serta melakukan perbaikan mengenai sistem manajemen lingkungan dengan persyaratan standar yang telah dilakukan adalah menetapkan kebijakan lingkungan yang memadai, mengidentifikasi aspek lingkungan yang timbul dari kegiatan, produk dan jasa organisasi di masa lalu, sekarang ataupun yang direncanakan agar dapat menetapkan dampak lingkungan yang penting, mengidentifikasi persyaratan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan persyaratan lain yang diikuti oleh organisasi, mengidentifikasi prioritas dan menentukan tujuan dan sasaran lingkungan yang memadai, menetapkan struktur dan program untuk menerapkan kebijakan dan mencapai tujuan dan memenuhi sasaran, memfasilitasi perencanaan, pengendalian, pemantauan, tindakan pencegahan dan perbaikan, audit dan peninjauan untuk memastikan bahwa kebijakan dipenuhi dan sistem manajemen lingkungan yang memadai dan mampu menyesuaikan dengan perubahan kondisi

Nilai perusahaan adalah sebuah keadaan yang telah dicapai oleh perusahaan sebagai bukti atau bentuk kepercayaan investor kepada perusahaan. Nilai perusahaan merupakan bentuk kepercayaan lebih investor atau masyarakat kepada perusahaan mengenai kinerja dan prospek yang baik dalam mengelola sumber daya perusahaan. Menurut Junardi (2019), nilai perusahaan adalah sebuah nilai yang menggambarkan seberapa penting perusahaan tersebut bagi masyarakat maupun investor. Perusahaan yang dinilai baik dan menguntungkan bagi investor akan mendapat perhatian yang lebih, hal ini dapat tercermin dari harga saham perusahaan. Maka tinggi atau rendahnya nilai perusahaan dapat dilihat dari harga saham yang diperjualbelikan investor di pasar saham.

Setiap perusahaan memiliki tujuan yang sama dalam menjalankan usahanya yaitu memperoleh keuntungan dan memaksimalkan nilai perusahaannya. Selain itu, perusahaan juga mempunyai tujuan untuk memaksimalkan nilai bagi para pemegang sahamnya dari waktu ke waktu. (Setiawati dan Lim, 2018). Maksimalisasi nilai bagi para pemegang saham dapat dilakukan dengan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat adalah sebuah prestasi yang didapatkan oleh perusahaan sesuai dengan tujuan yang diharapkan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, kemakmuran dan kesejahteraan para pemilik perusahaan juga akan meningkat. (Mayogi dan Fifiana, 2016).

Pada penelitian ini nilai perusahaan akan diukur menggunakan rasio Tobin's Q. Rasio ini digunakan untuk menggambarkan seberapa efektif dan efisienya perusahaan dalam menggunakan dan mengelola sumber daya perusahaan berupa semua asset yang dimiliki oleh perusahaan. Rasio ini dinilai sebagai rasio yang dapat memberikan informasi perusahaan paling baik karena rasio ini dapat memasukkan semua unsur utang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham dan ekuitas perusahaan namun seluruh asset perusahaan. Dengan memasukkan semua asset yang dimiliki oleh perusahaan mencerminkan bahwa perusahaan tidak hanya fokus kepada satu investor saja melainkan investor dalam bentuk saham dan kreditur. Hal ini perlu dilakukan karena sumber pembiayaan operasional perusahaan tidak hanya berasal dari ekuitas perusahaan melainkan juga berasal dari pinjaman yang diberikan oleh kreditur (Kusumaningrum, 2013).

Jadi dapat dikatakan bahwa semakin besar nilai rasio Tobin's Q mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini terjadi karena semakin besar nilai pasar asset perusahaan jika dibandingkan dengan nilai buku asset perusahaan menunjukkan semakin tinggi kerelaan investor untuk mengeluarkan dana untuk memiliki perusahaan tersebut.

Ukuran perusahaan adalah sebuah cerminan dari total asset yang dimiliki oleh perusahaan. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat dilihat dari asset yang dimiliki, semakin besar ukuran perusahaan maka asset yang dimiliki oleh perusahaan juga semakin besar dan perusahaan juga memerlukan dana yang lebih besar untuk mempertahankan kelangsungan hidup kegiatan operasionalnya. Perusahaan dengan ukuran perusahaan yang besar juga akan mempengaruhi manajemen dalam mengambil keputusan terkait dengan sistem pendanaan yang akan digunakan oleh perusahaan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan (Pratama dan Wiksuana, 2016) dalam (Junardi, 2019).

Teori kontingensi menekankan bahwa adanya faktor situasional lainnya yang dapat berinteraksi untuk mempengaruhi suatu keadaan tertentu (Nazaruddin, 1998 dalam Atmaja, 2017). Perusahaan yang mempunyai ukuran yang besar harus mempunyai strategi untuk mengelola penggunaan sumber daya alam dengan efisien untuk menghindari adanya masalah kontingensi atau ketidakpastian terkait dampak lingkungan yang ditimbulkan perusahaan (Putri, 2019). Konsep eco-efficiency dianggap sebagai sebuah strategi yang mempermudah perusahaan dalam menghasilkan produk dengan nilai tambah dan membantu perusahaan untuk mengurangi dampak dan kerusakan lingkungan yang ditimbulkan dari hasil proses produksinya. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar memiliki total asset yang tinggi dan hal itu membuat manajemen akan lebih fleksibel untuk meningkatkan aktivitas dan kinerjanya.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dianawati dan Kurnianta (2020) mengenai pengaruh eco-efficiency terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan antara eco-efficiency terhadap nilai perusahaan. Penerapan konsep eco-efficiency dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan ukuran perusahaan yang besar dan menjadi daya tarik lebih untuk investor dalam meningkatkan permintaan saham perusahaan sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat. Ukuran perusahaan yang besar menggambarkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik untuk bertahan di masa yang akan datang dan hal itu dapat membantu untuk memperkuat hubungan antara eco-efficiency dan nilai perusahaan karena penerapan eco-efficiency yang membutuhkan biaya tinggi akan didukung oleh seberapa besar ukuran perusahaan.

Berdasarkan pemaparan diatas hipotesis yang ingin diuji adalah H1 adalah ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan antara eco-efficiency terhadap nilai perusahaan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penggunaan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan melihat hubungan antar variabel. Data kuantitatif terdiri dari angka-angka yang dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistik.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2020. Perusahaan sektor consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tercatat sebanyak 57 perusahaan. Pada penelitian ini metode pengumpulan sampel yang digunakan adalah tehnik Purposive sampling. Sampel yang diambil akan didasarkan pada kriteria yang digunakan adalah perusahaan sektor consumer goods yang tidak mengalami delisting selama periode 2017-2020. Karena untuk meneliti variabel nilai perusahaan membutuhkan data harga saham, jika perusahaan mengalami delisting maka perusahaan tidak memiliki harga saham dan hal itu membuat nilai perusahaan tidak dapat dihitung.

Pada penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data sekunder, dimana data yang dikumpulkan telah diolah oleh pihak lain sehingga peneliti menerima data yang sudah jadi. Data penelitian didapatkan dari laporan tahunan perusahaan yang telah dipublikasikan oleh masing-masing perusahaan consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Laporan tahunan perusahaan dapat diakses di situs resmi www.idx.co.id. dan situs resmi perusahaan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi. Pada penelitian ini, data perusahaan yang dikumpulkan harus memenuhi kriteria sampling. Data yang dikumpulkan berisi informasi mengenai eco-efficiency, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan data dari 2017-2020. Data dikumpulkan dengan menelusuri laporan tahunan perusahaan yang dipilih sebagai sampel penelitian dari 2018–2020.

Variabel dependen adalah sebuah variabel yang menjadi akibat dari sebuah variabel independen. Pada penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah nilai perusahaan. Husnan & Pudjiastuti (2012) dalam Gina Amalia, dkk (2017) mengatakan bahwa nilai perusahaan merupakan sebuah ukuran harga yang bersedia dikeluarkan oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. (Wulandari,2013) Seberapa baik dan buruknya pengelolaan manajemen akan terlihat dalam nilai perusahaan. Nilai perusahaan sering dikatakan sebagai persepsi investor mengenai perusahaan dan hal itu sering dikaitkan dengan harga pasar saham.

Variabel independen merupakan variabel yang menjadi penyebab dan mempengaruhi adanya variabel dependen. (Kementrian Lingkungan Hidup, 2003) mengatakan konsep eco-efficiency adalah sebuah konsep untuk mengimplementasikan sebuah konsep efisiensi dan menjadikan aspek sumber daya dan energi untuk meminimalkan hasil dari limbah dari proses produksi produk. Pada penelitian ini, eco- efficiency akan diproksi dengan kepemilikan sertifikasi ISO 14001. Untuk perusahaan yang mempunyai sertifikasi ISO 14001 akan diberi nilai 1, sedangkan perusahaan yang tidak mempunyai sertifikasi ISO 14001 akan diberikan nilai 0.

Variabel moderasi merupakan sebuah variabel yang berperan dalam memperkuat atau memperlemah sebuah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Pada penelitian ini ukuran perusahaan berperan sebagai variabel moderasi. (Putri,2017) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan merupakan sebuah skala yang digunakan untuk mengukur besar atau kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan juga mempengaruhi perusahaan dalam

pengungkapan informasi sosial. Perusahaan yang mempunyai ukuran yang lebih besar cenderung mengungkapkan informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai ukuran lebih kecil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, populasi yang digunakan adalah perusahaan sektor consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2017-2020. Kriteria sampel ditentukan menggunakan purposive sampling. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan maka diperoleh sampel yang dapat digunakan dalam penelitian ini pada tahun 2017 sebanyak 45 perusahaan, tahun 2018 sebanyak 50 perusahaan, tahun 2019 sebanyak 53 perusahaan dan tahun 2020 sebanyak 56 perusahaan. Maka dari itu, jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 204 sampel data.

Berdasarkan hasil pengujian statistik deskriptif menunjukkan sampel perusahaan (N) yang dapat digunakan dalam penelitian adalah sebanyak 204 sampel. Pada variabel nilai perusahaan (Y) yang diproksi dengan nilai Tobin's Q memberikan hasil nilai minimum sebesar 0,412355 yang dimiliki oleh PT Chitose Internasional Tbk pada tahun 2017 dan nilai maksimum sebesar 53.401912 yang dimiliki oleh PT Prima Cakrawala Abadi Tbk pada tahun 2018. Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa rata-rata nilai perusahaan dari 204 sampel adalah sebesar 3.25166638 dengan standar deviasi sebesar 5.617337178 Hal ini menunjukkan bahwa 204 perusahaan yang diteliti memiliki sampel yang tinggi. Menurut Utami dan Dhani (2017) nilai perusahaan dapat dikatakan tinggi jika rata-rata nilai Tobin's Q seluruh sampel perusahaan memiliki nilai >1 dan sampel pada penelitian ini memiliki rata-rata nilai Tobin's Q >1 . Hal itu menunjukkan bahwa sampel pada penelitian ini tergolong memiliki nilai perusahaan yang tinggi.

Pada variabel ukuran perusahaan (X2) yang menggambarkan mengenai besar kecilnya perusahaan memberikan hasil nilai minimum sebesar 25.210086 yang dimiliki oleh PT Magna Investama Mandiri Tbk pada tahun 2019 dan nilai maksimum sebesar 32.725608 yang dimiliki oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk pada tahun 2020. Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa rata-rata nilai perusahaan dari 204 sampel adalah sebesar 28.42867276 dengan standar deviasi sebesar 1.641440294. Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata menunjukkan bahwa sebesar 28,42% asset yang dimiliki oleh perusahaan sektor consumer goods. Perusahaan yang memiliki rata-rata ukuran perusahaan yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut juga memiliki jumlah asset yang tinggi.

Berdasarkan hasil pengujian statistik frekuensi eco-efficiency, menunjukkan bahwa jumlah perusahaan yang tidak mempunyai sertifikasi ISO 14001 adalah sebesar 125 perusahaan atau 61,35% dari jumlah sampel yang ada. Sedangkan jumlah perusahaan yang mempunyai sertifikasi ISO 14001 adalah sebesar 79 atau 38,75% dari jumlah sampel yang ada. Dengan melihat hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa dari sampel penelitian perusahaan yang menerapkan konsep eco-efficiency masih relatif sedikit.

Berdasarkan hasil pengujian normalitas, menunjukkan bahwa data tidak terdistribusi secara normal karena nilai Asymp. Sig sebesar 0.000 dimana data

dapat dikatakan terdistribusi secara normal jika $Asymp. Sig. > 0.05$. Dengan adanya permasalahan normalitas tersebut, peneliti menggunakan teknik transformasi data untuk mengatasi normalitas data. Sebelum melakukan pengujian dengan teknik transformasi data, peneliti melihat grafik histogram dari masing-masing variabel agar dapat menentukan bentuk transformasi yang tepat untuk digunakan dalam variabel. Untuk variabel eco-efficiency yang mempunyai nilai nominal tidak dilakukan transformasi data.

Berdasarkan grafik histogram nilai perusahaan menunjukkan bahwa kurva grafik condong ke arah kiri, sehingga grafik histogram termasuk ke dalam kategori Moderate Positive Skewness. Hal itu membuat bentuk transformasi yang digunakan adalah $SQRT(x)$. Berdasarkan grafik histogram ukuran perusahaan (size) menunjukkan bahwa kurve grafik tegak lurus namun condong ke arah kiri, sehingga grafik histogram termasuk ke dalam kategori Substansial Positive Skewness. Hal itu membuat bentuk transformasi yang digunakan adalah $LG10(x)$. Setelah menentukan bentuk transformasi dari setiap variabel, peneliti melakukan pengujian normalitas kembali untuk melihat apakah data penelitian yang digunakan masih tidak terdistribusi dengan normal.

Berdasarkan hasil pengujian normalitas setelah dilakukan transformasi, menunjukkan bahwa data masih tidak terdistribusi secara normal karena nilai $Asymp. Sig$ sebesar 0.000 dimana data dapat dikatakan terdistribusi secara normal jika $Asymp. Sig. > 0.05$. Dapat disimpulkan bahwa setelah dilakukan transformasi pada data, hasil yang didapatkan masih tidak terdistribusi dengan normal.

Ghozali (2018) mengatakan bahwa jika data yang telah di transformasi masih mengalami gejala tidak terdistribusi dengan normal maka langkah screening selanjutnya yang dapat dilakukan adalah dengan melihat dan mendeteksi keberadaan data outlier. Outlier merupakan sebuah kasus data dimana data yang diolah memiliki karakteristik atau sifat khusus yang mempunyai ciri yang berbeda dari observasi lainnya. Untuk melihat data outlier, peneliti perlu membuang data yang melebihi batas. Menurut Santoso (2013) data yang memiliki nilai *standardized residual* kurang dari -2,5 dan lebih dari 2,5 dikategorikan ke dalam data outlier.

Berdasarkan hasil pengujian normalitas kembali menggunakan uji outlier dengan membuang data sebanyak 6 data sehingga sampel data yang diuji sebanyak 198 data pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa data masih tidak terdistribusi secara normal karena nilai $Asymp. Sig$ sebesar 0.000 dimana data dapat dikatakan terdistribusi secara normal jika $Asymp. Sig. > 0.05$. Dapat disimpulkan bahwa setelah dilakukan uji outlier pada data, hasil yang didapatkan masih tidak terdistribusi dengan normal. Santoso (2013) mengatakan bahwa ketika sebuah sampel data yang diuji tidak terdistribusi dengan normal setelah dilakukan transformasi dan teknik outlier, maka ada 3 asumsi utama yang dapat digunakan oleh peneliti untuk meneruskan penelitian adalah menggunakan data apa adanya, menambah periode pengamatan data atau menambah sampel data dan merubah bentuk analisis dari parametrik menjadi non parametrik

Hartono (2016) mengatakan jika setelah dilakukan beberapa perbaikan pada sebuah data interval atau rasio tetap menunjukkan data tidak terdistribusi dengan normal, maka uji statistik dalam penelitian menggunakan teknik pengujian

nonparamterik. Menurut Ghozali (2016) jika berbagai metode dilakukan dan data masih tidak terdistribusi normal, peneliti dapat mengambil pendekatan nonparametrik berdasarkan alur pengujian. Oleh karena itu, peneliti menggunakan metode bootstraping untuk mengubah analisis dari parametrik menjadi nonparametrik. Pengujian nonparametrik dalam bentuk bootstrapping adalah prosedur pengujian nonparametrik yang mengabaikan metode asumsi klasik.

Berdasarkan hasil pengujian moderating regression analysis diatas pada, menunjukkan bahwa koefisien untuk Eco Efficiency (X1) sebesar -12.442, ukuran perusahaan (X2) sebesar -0.544 dan Interaksi antara Eco-Efficiency dengan Ukuran Perusahaan (X1, X2) sebesar 0.521.

Berdasarkan persamaan hasil pengujian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa konstanta sebesar 17.645 menunjukkan bahwa jika variabel eco efficiency, ukuran perusahaan dan interaksi antara eco-efficiency dengan ukuran perusahaan dianggap tetap atau konstan, maka nilai perusahaan sebesar 17.645, nilai koefisien regresi yang dihasilkan untuk variabel eco-efficiency (X1) adalah sebesar -12.442 , maka setiap satu kali kenaikan yang dihasilkan oleh variabel eco-efficiency akan membawa penurunan pada nilai perusahaan sebesar 12.442 dengan adanya asumsi bahwa variabel lain bernilai tetap. Hasil koefisien regresi yang negatif menunjukkan adanya hubungan negatif antara variabel eco-efficiency dengan nilai perusahaan, nilai koefisien regresi yang dihasilkan untuk variabel ukuran perusahaan (X2) adalah sebesar -0.544 , maka setiap satu kali kenaikan yang dihasilkan oleh variabel ukuran perusahaan akan membawa penurunan pada nilai perusahaan sebesar 0.544 dengan adanya asumsi bahwa variabel lain bernilai tetap. Hasil koefisien regresi yang negatif menunjukkan adanya hubungan negatif antara variabel ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan dan nilai koefisien regresi yang dihasilkan untuk variabel interaksi antara eco-efficiency dengan ukuran perusahaan (X1, X2) adalah sebesar 0.521, maka setiap satu kali kenaikan yang dihasilkan oleh variabel interaksi antara eco-efficiency dengan ukuran perusahaan akan membawa kenaikan pada nilai perusahaan sebesar 0.521 dengan adanya asumsi bahwa variabel lain tetap. Hasil koefisien regresi yang positif menunjukkan adanya hubungan positif antara variabel interaksi eco-efficiency dan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan.

Uji F atau uji kelayakan model digunakan untuk menguji kelayakan model regresi yang telah dibentuk dan menjelaskan mengenai seberapa kuat model regresi dapat menjelaskan permasalahan yang ada. Pengujian ini melihat nilai signifikansi yang dihasilkan, apabila nilai signifikansi yang diperoleh <0.05 maka model regresi dapat digunakan untuk peramalan pada penelitian ini dan begitupun sebaliknya jika nilai signifikansi yang diperoleh >0.05 maka model regresi tidak dapat digunakan untuk peramalan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji f, menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh X1 (Eco-Efficiency) dan X2 (Ukuran Perusahaan) secara simultan terhadap Y (Nilai Perusahaan) adalah sebesar $0.021 < 0.005$ dan F hitung $3.321 > 3.04$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini layak untuk digunakan dalam penelitian.

Berdasarkan hasil uji t, menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk koefisien interaksi antara eco-efficiency dengan ukuran perusahaan adalah sebesar

0.528 >0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 dalam penelitian ini ditolak yang berarti ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan antara eco-efficiency terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi, menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0,033. Hasil pengujian memberikan kesimpulan bahwa variabel X1 (Eco-Efficiency) dan variabel X2 (Ukuran Perusahaan) mempengaruhi variabel Y (Nilai Perusahaan) hanya sebesar 3,3% dimana sekitar 96,7% lainnya dipengaruhi oleh variabel dan faktor lain yang belum digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini. Hubungan antara variabel X dan Y jika dilihat dari hasil pengujian ini tergolong relatif kecil.

Berdasarkan hasil pengujian statistik deskriptif yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa jumlah perusahaan yang mempunyai sertifikasi ISO 14001 adalah sebesar 79 perusahaan atau 38,75% dari jumlah sampel yang ada. Dengan melihat hasil penelitian maka dapat dikatakan bahwa perusahaan yang menerapkan konsep eco-efficiency masih relatif sedikit. Selain itu, berdasarkan pengujian yang telah dilakukan hasil yang didapatkan tidak mendukung hipotesis pertama (H1) karena ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan antara eco-efficiency terhadap nilai perusahaan. Hal itu didukung dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi sebesar 0.521 dan nilai Sig. 0.528 dimana nilai signifikansi yang dihasilkan >0.05.

Jika dilihat dari sampel perusahaan yang menerapkan konsep eco-efficiency, terdapat beberapa perusahaan yang mempunyai ukuran perusahaan yang tinggi (>median) dan nilai perusahaannya juga tinggi namun, ada beberapa perusahaan yang mempunyai ukuran perusahaan rendah (<median) namun nilai perusahaannya tinggi. Seperti pada perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) yang menerapkan konsep eco-efficiency mempunyai ukuran perusahaan yang tinggi sebesar 30,57052229 serta nilai perusahaan yang tinggi sebesar 23,28575098. Berbeda dengan perusahaan PT Inti Agri Resources Tbk (IIKP) yang menerapkan konsep eco-efficiency memiliki nilai perusahaan yang tinggi sebesar 35,40034507 namun mempunyai ukuran perusahaan yang rendah sebesar 26,47241843. Perbedaan yang jelas terlihat pada perusahaan PT Siantar Top Tbk (STTP) yang tidak menerapkan konsep eco-efficiency namun memiliki nilai perusahaan yang tinggi sebesar 3,833202609 serta ukuran perusahaan yang tinggi sebesar 28,86910402. Hasil tersebut memberikan kesimpulan bahwa semakin besar ukuran perusahaan tidak menjamin perusahaan akan menerapkan eco-efficiency yang dapat memberikan peningkatan pada nilai perusahaan yang tinggi. Kesimpulan ini terbukti melalui hasil hipotesis (H1) pada penelitian ini ditolak, dimana ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan antara eco-efficiency terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan dugaan sebelumnya bahwa adanya variabel lain seperti ukuran perusahaan yang dapat memoderasi hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini ukuran perusahaan tidak dapat memperkuat hubungan antara variabel eco-efficiency terhadap variabel nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurnianta dan Dianawati (2020) yang menyatakan

bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan antara eco-efficiency terhadap nilai perusahaan.

Walaupun hipotesis dalam penelitian ini ditolak, namun peneliti memberikan hasil interaksi antara eco-efficiency dengan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang menunjukkan hasil bahwa perusahaan yang memiliki rata-rata nilai perusahaan (Tobin's Q) tertinggi adalah perusahaan yang menerapkan eco-efficiency dan mempunyai ukuran perusahaan yang besar. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan dapat meningkat jika perusahaan mempunyai ukuran yang besar serta menerapkan eco-efficiency.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh eco-efficiency terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variable moderasi. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, maka beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi hubungan antara eco-efficiency terhadap nilai perusahaan. Namun berdasarkan hasil interaksi antara eco-efficiency dengan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menunjukkan perusahaan yang memiliki rata-rata nilai perusahaan (Tobin's Q) tertinggi adalah perusahaan yang menerapkan eco-efficiency serta mempunyai ukuran perusahaan yang besar. Hal ini dapat memberikan kesimpulan bahwa nilai perusahaan dapat meningkat seiring dengan meningkatnya ukuran perusahaan serta penerapan konsep eco-efficiency pada perusahaan.

Adapun beberapa keterbatasan dalam melakukan penelitian ini yaitu dalam penelitian ini hanya menggunakan 2 (dua) variabel yaitu eco-efficiency dan ukuran perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi diketahui bahwa variabel eco-efficiency dan ukuran perusahaan hanya berpengaruh sebesar 3,3% terhadap nilai perusahaan dimana sekitar 96,7% lainnya dipengaruhi oleh variabel dan faktor lain yang belum digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil dan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah dalam penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sektor perusahaan yang lebih luas seperti sektor manufaktur secara keseluruhan sehingga hasil yang didapatkan dapat lebih maksimal dan dapat memberikan gambaran secara lebih menyeluruh dan ada penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat menggunakan variabel moderasi lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan seperti profitabilitas dan leverage.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, dkk. (2017). Pengaruh Eko-Efisiensi terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Bei) (Studi Empiris Pada Sub Sektor Semen dan Sub Sektor Pulp dan Kertas yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun Tahun 2013-2015). Prosiding Akuntansi Vol 3 No 2 2017. Bandung : Univeristas Islam Bandung.
- Atmaja, Fajar. (2017). Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan Terhadap Karakteristik Informasi Sistem Akuntansi Manajemen Dengan Locus Of

- Control dan Desentralisasi Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di Kabupaten Semarang). Skripsi. Semarang : Universitas Semarang.
- Aviyanti, Syera Christianing dan Isbanah, Yuyun (2019). Pengaruh Eco-Efficiency, Corporate Social Responsibility, Ownership Concentration, dan Cash Holding Terhadap Nilai Perusahaan Sektor onsumer Goods di BEI Periode 2011-2016. *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol 7 No 1. Surabaya : Universitas Negeri Surabaya.
- Ayuningtyas, Dwi. Menakar Kinerja Saham Ramah Lingkungan di Hari Bumi (Online). Terbit 22 April 2019. (<https://www.cnbcindonesia.com>). Diakses 5 Oktober 2021.
- Dewi, Nur Aulya. (2020). Pengaruh Eco-efficiency, Corporate Social Responsibility, Ownership Concentration Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017). Skripsi. Bandung : Universitas Pasundan.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Greenpeace Indonesia. (2019). Sampah Kemasan dan Minuman Mendominasi (Online). Terbit 14 November 2019. (<https://www.greenpeace.org>). Diakses 26 September 2021.
- Greenpeace Indonesia. (2018). Survei Global Mengungkap Kontribusi Perusahaan FMCG Terhadap Krisis Polusi Plastik di Masa Depan (Online). Terbit 23 Oktober 2018. (<https://www.greenpeace.org>). Diakses 26 September 2021.
- Hartono, Jogiyanto. (2016). Metode Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman. Yogyakarta : BPFE.
- Haruman, Tendi. (2008). Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Keputusan Keuangan Dan Nilai Perusahaan Survey Pada Perusahaan Manufaktur di PT. Bursa Efek Indonesia. *Jurnal*. Bandung : Universitas Widyatama.
- Humairoh, Fitri. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 - 2015. *Akuntansi, Auditing Dan Keuangan* , 15(2), 162–188. Jakarta : Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Idnfinancials. 2020. Garudafood, Indofood, dan Wings digugat Rp4 miliar karena dinilai merusak lingkungan (Online). Terbit 22 September 2020. (<https://www.idnfinancials.com>). Diakses 5 Oktober 2021.
- Junardi. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol 4 No 2 November 2019.
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. (2020). Capaian Kinerja Pengelolaan Sampah (Online). Terbit 2021. (<https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn>). Diakses 24 September 2020.

- Komalasari, Shinta Nastitie. (2021). Pengaruh Eco-efficiency terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Leverage sebagai Variabel Moderasi. Skripsi. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Kurnianta, Brian & Dianawati, Wiwiek. (2020). The Impact of Eco-efficiency on Firm Value and Firm Size: An Indonesian Study. In International Journal of Innovation, Creativity and Change. www.ijicc.net (Vol. 13).
- Kusumaningrum, R. (2013). Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Dividend Payout Ratio Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Skripsi. Yogyakarta : Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Mayogi, D. G., & Fidiana. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen dan Kebijakan Utang Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Vol 5 No 1 Januari 2016.
- Pangau, N. D., & Septiani, A. (2017). Pengaruh Eco-efficiency Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Leverage Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. Diponegoro Journal Of Accounting Vol 6 No 4 Tahun 2017.
- Putri, Adinda Yustika. (2019). Pengaruh Eco-efficiency Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Pendanaan Sebagai Variabel Moderasi. Skripsi. Surabaya : Universitas Airlangga.
- Rahmah, D. M., & Fitri, A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018. Jurnal ASSETS Vol 10 No 2 Desember 2020.
- Rais, Anisatun Humayrah. (2021). Pengaruh Eco-efficiency Dan Kinerja Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening. Tesis. Makassar : Universitas Hasanuddin.
- Santoso, S. (2013). Menguasai SPSS 21 di Era Informasi. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Setiawati, Loh Wenny & Lim, Melliana. (2018). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Pengungkapan Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. Jurnal Akuntansi Vol 12 No 1.
- Sianipar, Yunita Yusephine. (2016). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. Skripsi. Bandung : Universitas Pendidikan Indonesia.
- Sutapa, & Erviana, R. (2010). Locus Of Control, Ketidakpastian Lingkungan dan Sistem Akuntansi Manajemen. Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Vol 17 No 2 September 2010.