

Pengaruh Implementasi *Green Banking*, *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI

Romli

Program Studi Akuntansi, Universitas Jenderal Achmad Yani, 40531, Indonesia
e-mail: romli73@yahoo.com

Ali Rahman Reza Zaputra

Program Studi Akuntansi, Universitas Jenderal Achmad Yani, 40531, Indonesia

Abstract

This study aims to examine the effect of green banking implementation, disclosure of corporate social responsibility on firm value in banking companies listed on the IDX. In this study, implementation of green banking is measured by the presence or absence of policies on provision of environmentally sound lending, disclosure of corporate social responsibility is measured by the number of disclosures of company public information is divided by indicators based on GRI-G4, and company value is measured by the Tobin's Q model. The population in this study is banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017–2019.

The research sample data was determined based on the purposive sampling method, to obtain a sample of 109 samples consisting of 36 companies for 2017 and 2018 and 37 companies for 2019. Data analysis techniques used multiple linear regression analysis with firm value as the dependent variable, and green banking implementation, disclosure of corporate social responsibility as an independent variable. Based on the test results, it was found that the green banking implementation variable had a negative effect on firm value. Meanwhile, the variable of Corporate Social Responsibility disclosure has no effect on firm value.

Keywords: *green banking, corporate social responsibility, firm value*

Abstrak

Penelitian ini bermaksud untuk menguji pengaruh implementasi *green banking*, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang tercatat di BEI. Dalam penelitian ini implementasi *green banking* diukur dengan ada tidaknya kebijakan ketentuan pemberian kredit yang berwawasan lingkungan, pengungkapan *corporate social responsibility* diukur atas jumlah pengungkapan informasi publik perusahaan dibagi dengan indikator berdasarkan GRI-G4, dan nilai perusahaan diukur dengan menggunakan model Tobin's Q. Penelitain ini mengambil populasi yaitu industri perbankan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2017–2019.

Data sampel penelitian ditentukan berdasarkan *purposive sampling method*, sehingga diperoleh sampel sejumlah 109 sampel, terdiri 36 perusahaan untuk tahun

2017 dan 2018 serta 37 perusahaan untuk tahun 2019. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan nilai perusahaan sebagai variabel dependen, sedangkan yang menjadi variabel independennya yaitu implementasi *green banking* dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian, ditemukan bahwa variabel implementasi *green banking* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: *green banking*, tanggung jawab sosial perusahaan, nilai perusahaan

I. PENDAHULUAN

Pada tahun 2013 dalam laporannya, *The World Economic Forum* menempatkan sektor lingkungan hidup dan ekonomi sebagai risiko utama dunia. Dimana keduanya mempunyai keterkaitan terhadap permasalahan lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan perekonomian yang tidak memperhatikan aspek lingkungan, sehingga mengakibatkan dampak yang buruk pada perekonomian global. Pertumbuhan perekonomian yang cepat serta tidak terkontrol bisa berdampak terhadap permasalahan sosial dan lingkungan hidup. Industri perbankan memiliki peran yang vital dalam perekonomian suatu negara. Meskipun penggunaan sumber daya alam dalam aktivitas operasional perbankan tidak semasif penggunaan dibandingkan dengan sector industri lainnya, misalnya industri pengolahan serta pertambangan. Sektor perbankan juga tidak terlepas dari permasalahan meningkatnya kerusakan lingkungan hidup, apabila dalam menyalurkan pembiayaan atau pinjaman kepada nasabahnya, bank tidak memperhatikan aktivitas operasional nasabahnya yang dapat menyebabkan kerusakan lingkungan.

Perhatian terhadap lingkungan demi menjaga lingkungan hidup, konsep ekonomi hijau semakin gencar dilakukan oleh berbagai pihak, baik di tanah air dan di tingkat global. Industri perbankan pada saat ini berusaha untuk mengembangkan aktivitas operasional perbankan yang ramah lingkungan dikenal dengan istilah *green banking*. *Green banking* merupakan suatu usaha untuk memperkuat manajemen risiko suatu bank, terutama yang berkaitan dengan lingkungan hidup dengan mendorong industri perbankan dalam penyaluran kredit atau pinjamannya kepada nasabah yang memperhatikan kelestarian lingkungan hidup, contohnya sektor pertanian organik serta energy terbarukan. Implementasi praktik *green banking* di Indonesia dilatarbelakangi dengan dikeluarkannya PBI (Peraturan Bank Indonesia) nomor 14/15/PBI/2012 yang mendorong kegiatan operasional bank yang berwawasan lingkungan, dengan melakukan analisa terhadap pengelolaan lingkungan hidup calon debitur ketika mengajukan pinjaman kepada bank.

Selain itu terkait pentingnya penerapan konsep *green banking*, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2017 menerbitkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) nomor 51/POJK/03/2017. Peraturan ini mendorong penyediaan sumber-sumber dana untuk pembangunan berkelanjutan serta terkait dengan perubahan iklim bagi Lembaga Jasa Keuangan (LJK), emiten, dan perusahaan *public*.

Banyak perusahaan yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu hal yang perlu perhatian, karena perusahaan selain bertanggung jawab secara ekonomis kepada pemegang saham, tentunya perusahaan juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial terhadap pemangku kepentingan di lingkungan dimana perusahaan berada (Handoko, 2010). Tanggung jawab sosial telah menjadi perhatian sejak beberapa tahun belakang ini, dan tengah marak gaungnya baik ditingkat nasional maupun global.

Memperbaiki masalah sosial dan lingkungan yang terjadi akibat kegiatan perusahaan menjadi tanggung jawab perusahaan. Oleh karena itu program CSR turut mempengaruhi nilai sebuah perusahaan. Perkembangan CSR tidak terlepas dengan banyaknya permasalahan lingkungan yang terjadi akibat dari kegiatan operasional suatu perusahaan. Berkaitan hal tersebut, perusahaan wajib mengungkapkan CSR, hal itu sesuai dengan UU No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Meski telah cukup banyak yang melaksanakan penelitian terkait pengaruh dari tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan, namun masih jarang yang melakukan penelitian terkait dengan pengaruh implementasi *green banking* terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait pengaruh implementasi *green banking*, *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada industri perbankan yang terdaftar di BEI. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah implementasi *green banking* berpengaruh terhadap nilai perusahaan di perusahaan perbankan yang tercatat di BEI.
2. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan di perusahaan perbankan yang tercatat di BEI.
3. Apakah implementasi *green banking* dan pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian yang akan dilakukan dapat bermanfaat sebagai masukan bagi perusahaan perbankan tentang pentingnya implementasi *green banking* dan pengungkapan *corporate social responsibility*, sehingga diharapkan bisa meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai wujud tanggung jawab sosial lingkungan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Teori Stakeholder

Menurut Freeman (1983) menyebutkan bahwa, “Teori *stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan bertanggungjawab. Dalam mengembangkan teori *stakeholder*, memperkenalkan konsep *stakeholder* dalam dua model yaitu: (1) model kebijakan dan perencanaan bisnis; dan (2) model tanggung jawab sosial perusahaan dari manajemen *stakeholder*. Pada model pertama, fokusnya adalah mengembangkan dan mengevaluasi persetujuan keputusan strategis perusahaan dengan kelompok-kelompok yang dukungannya diperlukan untuk kelangsungan usaha perusahaan. Sedangkan dalam model kedua, perencanaan perusahaan dan analisis diperluas dengan memasukkan pengaruh eksternal yang mungkin berlawanan bagi perusahaan”.

Teori *stakeholder* muncul bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu hal yang perlu mendapat perhatian, karena perusahaan selain bertanggung jawab secara ekonomis kepada pemegang saham, tentunya perusahaan juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial terhadap pemangku kepentingan di lingkungan dimana perusahaan berada.

Pengertian *stakeholder* menurut Freeman dan McVea (2001), adalah “Setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi”. Pengertian lainnya, *stakeholder* juga biasa didefinisikan sebagai kelompok yang mempunyai kepentingan, baik secara langsung ataupun secara tidak langsung, terkait dengan keberadaan atau kegiatan suatu perusahaan, oleh karenanya kelompok ini dapat dipengaruhi atau mempengaruhi perusahaan (Wibisono:2007). Sedangkan pengertian *stakeholder* menurut Purwanto (2011), *stakeholder* merupakan semua pihak yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan, seperti: karyawan, masyarakat, perusahaan pesaing dan pemerintah.

Perusahaan tentunya perlu menjaga hubungan baik dengan stakeholdernya, terutama kelompok-kelompok yang memiliki pengaruh kepada tersedianya sumber daya yang dibutuhkan untuk kegiatan operasional perusahaan, misalnya seperti pasar untuk memasarkan produk perusahaan, tenaga kerja dan yang lainnya (Chariri dan Ghazali, 2007). Melalui teori *stakeholder* dapat memberikan pemahaman kepada manajemen perusahaan dalam kaitannya dengan peningkatan penciptaan nilai perusahaan melalui kegiatan yang dilaksanakan dengan meminimalkan dampak kerugian bagi pihak-pihak yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan.

Teori Legitimasi

Legitimasi bisa diartikan sebagai penyamaan persepsi atau asumsi bahwa perlakuan suatu entitas merupakan tindakan yang diharapkan dan wajar untuk dilakukan sesuai dengan nilai kepercayaan, system norma, dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Suchman, 1995).

Teori legitimasi muncul karena adanya permasalahan kontak sosial antara entitas dengan lingkungan, karena adanya sasaran dari entitas yang sejalan dengan nilai yang ada di dalam masyarakat. Gray et al (1995), legitimasi diperoleh oleh entitas pada kondisi atau system nilai sebuah perusahaan sejalan dengan sistem sosial yang lebih besar dimana perusahaan merupakan salah satu dari bagiannya.

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan secara berkesinambungan terus menemukan cara bagaimana untuk menjamin operasinya sesuai dengan norma dan batasan yang berlaku di lingkungan perusahaan. O'Donovan (2000) berpendapat bahwa, "Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat. kepada perusahaan. dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat". Teori legitimasi berkaitan dengan teori *stakeholder*. Dalam pandangan teori legitimasi, suatu entitas akan secara sukarela melaporkan aktivitasnya apabila perusahaan menganggap bahwa hal tersebut merupakan yang diharapkan komunitas.

Menurut Deegan (2000) bahwa, "teori legitimasi bergantung. pada premis bahwa terdapat kontrak sosial antara perusahaan dengan lingkungannya di mana perusahaan tersebut beroperasi". Kontrak sosial merupakan suatu bentuk penjelasan terkait sejumlah harapan masyarakat mengenai bagaimana suatu organisasi menjalankan operasinya.

Perusahaan dituntut untuk responsif terhadap perubahan lingkungan di mana mereka beroperasi, seiring dengan harapan sosial ini yang dinamis, bisa berubah mengikuti perkembangan dari waktu ke waktu. Guthrie dan Parker (1989) menyebutkan bahwa, "jika perusahaan merasa bahwa legitimasinya dipertanyakan maka dapat mengambil beberapa strategi perlawanan, yaitu:

1. Perusahaan dapat berupaya untuk mendidik dan menginformasikan kepada stakeholder-nya mengenai perubahan yang terjadi dalam perusahaan.
2. Perusahaan dapat berupaya untuk merubah pandangan stakeholder tanpa mengganti perilaku perusahaan.
3. Perusahaan dapat berupaya untuk memanipulasi persepsi stakeholder dengan cara membelokkan perhatian stakeholder dari isu yang menjadi perhatian kepada isu lain yang berkaitan dan menarik.
4. Perusahaan dapat berupaya untuk mengganti dan mempengaruhi harapan pihak eksternal tentang kinerja (*performance*) perusahaan".

Di dalam teori legitimasi, perusahaan harus secara berkesinambungan menunjukkan bahwa dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya yang konsisten dengan nilai sosial. Hal ini seringkali dapat dicapai dengan cara mengungkapkannya dalam laporan keuangan perusahaan. Organisasi bisa menggunakan pengungkapan untuk menggambarkan perhatian pihak perusahaan terkait nilai sosial, atau untuk mengarahkan kembali perhatian komunitas akan keberadaan pengaruh negatif aktivitas organisasi.

Green Banking

Green Banking merupakan konsep bisnis sebuah institusi keuangan yang mengacu pada praktik bisnis yang ramah lingkungan. Dalam rangka mendorong korporasi perbankan untuk tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan dalam dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan yang terintegrasi. Menurut *Green Banking Report* (2014), “Perbankan tidak hanya berfokus pada tanggung jawab keuangan untuk mengelola bisnisnya sebaik mungkin untuk menghasilkan laba maksimum bagi pemegang saham, tetapi juga memusatkan tanggung jawabnya pada upaya melestarikan lingkungan (planet) dan meningkatkan kesejahteraan sosial rakyat”.

Thombre (2011), berpendapat bahwa dampak lingkungan eksternal aktivitas bank sangat besar meskipun sulit untuk diperkirakan. Pengertian tersebut dapat memicu kemauan melakukan investasi yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan pinjaman yang lebih ketat pada peraturan lingkungan menjadi salah satu tanggung jawab sektor perbankan (Sahoo dan Nayak 2008). Integrasi pilar disebut *Triple Bottom-Line* dari pertanggungjawaban perbankan, bertujuan untuk memastikan keberlanjutan jangka panjang dari laba dan bisnis perbankan. Jika lingkungan sebagai pilar pertama bisnis perbankan berkelanjutan dan masyarakat sebagai pilar dasar kedua juga terpelihara dengan baik, maka implikasinya adalah mengaitkan keuntungan perbankan tumbuh secara berkelanjutan (Emas dan Wardhani, 2016). Keberlanjutan dari ketiga pilar ini tentunya akan menghasilkan pertumbuhan jangka panjang dan keberlanjutan bisnis.

Beberapa hal penting dari kegiatan *green banking* adalah :

1. Bank dapat membantu lingkungan melalui otomatisasi dan perbankan online.
2. *Green Banking* berfokus pada keselamatan dan jaminan sosial melalui perubahan dampak negatif di masyarakat.
3. Sisi pendanaan selalu memprioritaskan investasi atau pinjaman dengan mempertimbangkan faktor risiko terkait kondisi lingkungan.
4. Selalu peduli tentang pertumbuhan yang berkelanjutan dan industri yang ramah lingkungan dan untuk tujuan sosial.
5. Menciptakan suasana yang padu di dalam dan di luar bank.
6. Mengasumsikan klien tidak seperti anggota keluarga mereka, panduan, dan saran pada proyek untuk mengurangi tingkat polusi dengan menerapkan ilmu pengetahuan ilmiah. metodologi dalam kehidupan nyata dengan menerapkan daftar *Environmental Due Diligent* (EDD).
7. Mengurangi biaya dan energi dengan menghemat dana dan meningkatkan PDB suatu Negara.

Corporate Social Responsibility

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), mendefinisikan CSR secara luas bahwa “*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan suatu komitmen berkesinambungan dunia usaha untuk bertindak sesuai norma dan berkontribusi kepada pertumbuhan ekonomi dari kelompok setempat ataupun masyarakat secara luas, seiring dengan meningkatnya kesejahteraan pegawainya berikut keluarganya”.

Sedangkan pengertian CSR menurut John Elkington’s menyatakan bahwa “*Corporate Social Responsibility is a concept that organisation especially (but not only) corporations, have an obligation to consider the interests of costumers, employees, shareholders, communities, and ecological considerations in all aspectr of their operations. This obligation has been to extend beyond their statutory obligation to comply with legislation*”. *Corporate Social Responsibility* dapat dikelompokan dalam tiga kategori umum yaitu:

1. Tanggung Jawab Sosial sebagai Suatu Kewajiban Sosial.

Pandangan ini berpendapat bahwa suatu perusahaan bisa diterima oleh masyarakat jika perusahaan tersebut dalam menghasilkan labanya masih dalam batas ketentuan yang ditetapkan oleh masyarakat. Perusahaan wajib memberikan kompensasi kepada masyarakat atas keuntungannya karena telah diizinkan untuk menjalankan kegiatannya.

2. Tanggung Jawab Sosial Sebagai Suatu Reaksi Sosial.

Pandangan ini menegaskan bahwa masyarakat memiliki harapan-harapan pada aktivitas bisnis dan kegiatan perusahaan. Perusahaan wajib bertanggung jawab atas biaya-biaya lingkungan, sosial, dan ekologi yang disebabkan kegiatan perusahaan

3. Tanggung Jawab Sosial Sebagai Daya Tanggap Sosial.

Pandangan ini berpendapat bahwa berbagai perilaku yang bertanggung jawab secara sosial bersifat preventif dan antisipatif. Tanda-tanda dari perilaku yang bersifat tanggap secara sosial diantaranya berkaitan dengan diterimanya tuntutan dari masyarakat, antisipasi kebutuhan masyarakat masa depan dan bergerak ke arah pemuasan mereka, mengomunikasikan dengan pemerintah terkait dengan peraturan yang ada dan antisipasi yang diinginkan oleh masyarakat, dan kemauan untuk bertindak bagi kelompok apapun.

Pengungkapan informasi tanggung jawab sosial ini, didasari atas jumlah pengungkapan informasi publik perusahaan dibagi dengan indikator berdasarkan GRI-G4. Dalam mendukung pendekatan yang terstandarisasi, transparan dan konsisten dalam pembuatan laporan pengungkapan CSR, sehingga dapat menghasilkan informasi yang berguna dan dapat dipercaya oleh pasar dan masyarakat, GRI-G4 telah menyediakan kerangka kerja yang relevan secara global. Berikut indikator pengungkapan tanggung jawab sosial pada kategori lingkungan berdasarkan GRI-G4.

Tabel 1. Indikator CSR GRI-G4

Kategori Lingkungan		
Bahan	EN1	Bahan yang dipakai didasarkan atas kuantitas atau berat
	EN2	Tingkat persentase penggunaan bahan daur ulang
Energi	EN3	Jumlah pemakaian energi dalam perusahaan
	EN4	Jumlah pemakaian energi diluar perusahaan
	EN5	Intensitas energi
	EN6	Pengurangan pemakaian energi
Air	EN7	Pemakaian air diluar perusahaan
	EN8	Jumlah pengguna air berdasarkan sumbernya
	EN9	Sumber air secara signifikan yang dipengaruhi penggunaan air
	EN10	Tingkat persentase dan jumlah kapasitas air yang didaur ulang dan dipakai lagi
Keekaragaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang disewa, dikelola dan dimiliki, yang berdekatan dengan, area lindung dan area dengan nilai keekaragaman hayati diluar
	EN12	Uraian pengaruh signifikan aktivitas, jasa, dan produk terhadap area dengan nilai keekaragaman hayati diluar area lindung dan keekaragaman hayati dikawasan lindung
	EN13	Lingkungan yang dipulihkan dan dilindungi
	EN14	Total jenis mahluk hidup dalam daftar spesies terancam dan dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan lingkungan yang dipengaruhi aktivitas, didasarkan pada tingkat risiko kepunahan
Emisi	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (cakupan 1)
	EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (cakupan 2)
	EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya
	EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN20	Emisi bahan perusak ozon (PBO)
	EN21	NOX, SOX dan emisi udara signifikan lainnya
Efluen dan Limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas tujuan
	EN23	Bobot total limbah berdasarkan metode pembuangan dan jenisnya

	EN24	Jumlah dan total tambahan signifikan
	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi basel 2 lampiran I, II, III dan IV yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN26	Ukuran, identitas, status lindung dan nilai keanekaragaman mahluk hidup dari badan air dan lingkungan terkait yang secara signifikan terkait akibat dari pembangunan dan air limpasan organisasi
Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi akibat kepada lingkungan jasa dan produk
	EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasikan menurut kategori
Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total saksi non moneter atas ketidak pastian terhadap UU dan peraturan lingkungan
Transportasi	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi dan pengangkutan tenaga kerja
Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi untuk perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
Asesmen pemasok atas lingkungan	EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
	EN33	Dampak lingkungan negative signifikan actual dan potensial dalam rantai pasokan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan masalah lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui pengaduan resmi

Sumber: www.globalreporting.org

Pengungkapan tanggung jawab sosial ini dihitung dengan rasio seperti pada penelitian Ho dan Taylor, (2007):

$$CSR = \frac{\text{Jumlah Indikator yang diungkapkan}}{\text{Jumlah Indikator Ekonomi berdasarkan GRI - G4}}$$

Nilai Persusahaan

Menurut Noerirawan (2012), “nilai perusahaan merupakan kondisi 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”. Tujuan utama perusahaan salah satunya memaksimalkan nilai perusahaan, oleh karena itu memaksimalkan nilai suatu perusahaan perlu dilakukan oleh manajemen perusahaan. Seiring dengan meningkatnya nilai suatu perusahaan, maka kesejahteraan pemegang saham juga mengalami peningkatan. Oleh karena itu meningkatkan nilai perusahaan merupakan sebuah pencapaian yang sesuai dengan tujuan para pemiliknya.

Menurut Yulius dan Tarigan (2007), bahwa “Beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan adalah: nilai nominal, nilai pasar, nilai intrinsik, nilai buku dan nilai likuidasi. Nilai nominal adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif. Nilai pasar, sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham. Nilai intrinsik merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekadar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari. Sedangkan nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Secara sederhana dihitung dengan membagi selisih antara total aktiva dan total utang dengan jumlah saham yang beredar. Nilai likuidasi itu adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian para pemegang saham. Nilai likuidasi bisa dihitung dengan cara yang sama dengan menghitung nilai buku, yaitu berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan likuidasi”

Untuk mengetahui nilai sebuah perusahaan dapat menggunakan pendekatan rumus analisis Tobin’s Q, yang dikenal dengan rasio Tobin’s Q. Rasio ini menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap nilai uang yang diinvestasikan pada suatu emiten dimasa yang akan datang. Menurut Smithers dan Wright (2007), menyatakan bahwa “Tobin’s Q dihitung dengan rasio nilai pasar saham perusahaan ditambah dengan hutang lalu membandingkan dengan total aset perusahaan”. Sehingga dapat dibuat rumus sebagai berikut:

$$Tobins\ Q = \frac{MVE + Debt}{Total\ Aktiva}$$

Dimana:

MVE = Nilai pasar jumlah lembar saham beredar yang diperoleh dengan cara jumlah saham beredar dikalikan dengan *closing price*

Debt = Nilai total hutang perusahaan

Hubungan *Green Banking* dengan Nilai Perusahaan

Green Banking merupakan suatu konsep mengenai kegiatan suatu institusi lembaga keuangan dengan memprioritaskan pada keberlanjutan lingkungan didalam melaksanakan aktivitas operasional bisnisnya. Sebagaimana diketahui bahwa fungsi utama dari perbankan adalah melakkan penghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan selanjutnya menyalurkannya kembali pada masyarakat dalam bentuk kredit atau pinjaman. Dalam setiap kegiatan operasionalnya selain perlu mempertimbangkan faktor-faktor ekonomis, manajemen perbankan juga harus mempertimbangkan faktor lainnya seperti permasalahan lingkungan hidup.

Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai pandangan investor pada tingkat keberhasilan kinerja perusahaan yang diidentikkan dengan nilai saham. Apabila nilai saham sebuah perusahaan mengalami peningkatan dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan juga meningkat, sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan pasar yang tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini, tetapi pada prospek perkembangan perusahaan di masa yang datang (Maramis, 2016).

Nilai perusahaan tentu dapat ditentukan berdasarkan kinerja keuangan perusahaan, dengan penilaian atas kinerja yang baik tentu akan mencerminkan nilai perusahaan tersebut. Apabila debitur bank dalam menjalankan kegiatan operasionalnya mencemari lingkungan, bisa jadi kegiatan operasionalnya ditutup oleh pemerintah, maka apabila hal ini terjadi dapat mengganggu kelancaran pengembalian pinjamannya bahkan ada kemungkinan menjadi kredit macet karena tidak bisa lagi mengembalikan pinjamannya sehingga bisa merugikan bank.

Hal tersebut tentu akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan, penyaluran fasilitas yang diharapkan mendapatkan tingkat pengembalian, menjadi nilai yang menurunkan kinerja perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang dapat diajukan sebagai berikut,

H1 : *Green Banking* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Hubungan Pengungkapan CSR dan Nilai Perusahaan

Salah satu tujuan utama perusahaan yaitu meningkatnya nilai perusahaan secara berkesinambungan (*sustainable*). Untuk mencapai tujuan tersebut dapat dilakukan oleh perusahaan dengan memperhatikan dimensi lingkungan, sosial, dan ekonomi (Kusumadilaga, 2010). CSR merupakan sebuah konsep yang melibatkan tanggung jawab bersama antara perusahaan, lembaga swadaya masyarakat, komunitas setempat, serta pihak pemerintah. Manajer perusahaan berharap untuk mendapatkan pengakuan dari masyarakat dalam menjalankan perusahaannya melalui kebijakan kegiatan CSR. Dalam teori legitimasi menyatakan bahwa setiap perusahaan terus berusaha untuk mendapatkan keyakinan bahwa dalam menjalankan operasionalnya dapat diterima dan tidak bertentangan dengan tatanan nilai yang dianut masyarakat setempat dimana perusahaan itu berada.

Melalui pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), perusahaan dapat menginformasikan perihal kegiatan operasionalnya yang berdampak pada aspek sosial dan lingkungan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dan kepada masyarakat secara luas. pengungkapan CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan di luar fungsi utamanya berupa menerbitkan laporan keuangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama pemegang saham. Hal ini menunjukkan bahwa selain perusahaan memiliki tanggung jawab untuk mencari laba bagi pemilik perusahaan, juga memiliki tanggung jawab lainnya yang lebih luas (Gray, et al., 1987).

Pengaruh Implementasi *Green Banking, Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI

Berkaitan hal tersebut, perusahaan wajib mengungkapkan CSR, hal itu sesuai dengan UU Perseroan Terbatas No.40 tahun 2007 pasal 40 mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan, yaitu bahwa, “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”. Berdasarkan peraturan tersebut, pihak berwenang dapat memberikan sanksi kepada perusahaan yang tidak menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungannya,

Aktivitas CSR dapat membantu dalam membangun nama baik perusahaan diantara para pemangku kepentingan, selain itu juga dapat membantu untuk mendapatkan pengakuan sehingga dapat mengurangi konflik kepentingan yang terjadi diantara pemegang saham, manajer, dan para pemangku kepentingan (Orlitzky et al, 2003). Melalui nama baik perusahaan yang positif, tentunya dapat meningkatkan nilai perusahaan dan mendapatkan kepercayaan yang lebih dimana perusahaan dapat memberikan tingkat pengembalian investasi yang stabil, sehingga pada akhirnya dapat mendorong investor untuk melakukan investasi.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Orlitzky (2003), Zuraedah (2010), Harjoto dan Jo (2011), Indriyani dkk (2012) dan Servaes dan Tamayo (2013) yang mana hasilnya bahwa CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Selain itu berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh McWilliams dan Siegel, (2001), menunjukkan bahwa apabila perusahaan melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), perusahaan akan mampu menghasilkan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan yang pada akhirnya dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

H2 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

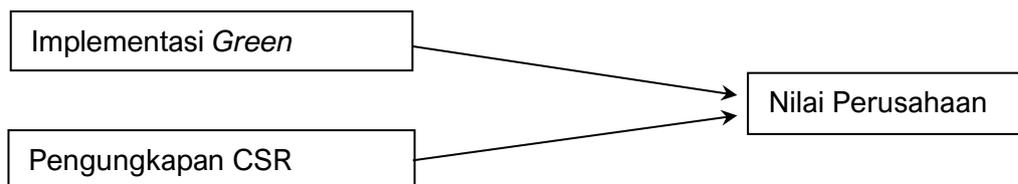
Tabel 2. *State of The Art*

JUDUL	PENELITI	KESIMPULAN
<i>Corporate Social Responsibility, and Concern on Banking Company in Indonesia Stock Exchange</i>	Omika Dewi, I Gusti Agung (2017)	Penerapan <i>Green banking</i> dapat memperkuat hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dan kelangsungan perusahaan perbankan
Pengaruh Kinerja Keuangan dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan pada Bank <i>Go Public</i> yang Terdaftar Di BEI	Ardimas, Wahyu dan Wardoyo (2014)	ROA dan ROE berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan OPM, NPM, dan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

JUDUL	PENELITI	KESIMPULAN
Tanggung Jawab Perbankan Dalam Penegakan <i>Green Banking</i> mengenai Kebijakan Kredit	Maramis, Nicholas. (2013)	Perbankan dan Bank Indonesia merupakan pihak yang tidak terkait secara langsung dan berperan secara tidak langsung dalam penegakan <i>Green Banking</i> dalam kebijakan kreditnya sebagai upaya menjaga lingkungan hidup.
Model Integrasi untuk mengukur Dampak dari <i>Green Banking</i> dan Kinerja Keuangan Terhadap Profitabilitas Bank	Ratnasari, Tria (2017)	Operasional harian green banking terbukti berpengaruh signifikan dan positif terhadap profitabilitas bank. Kebijakan <i>green banking</i> dan efisiensi bank terbukti memiliki pengaruh signifikan dan negatif terhadap profitabilitas bank.
<i>Green Banking in India</i>	Sahoo, B. P., Singh, A., & Jain, N. (2016)	<i>Green banking</i> adalah salah satu cara mengembangkan praktek perbankan yang ramah lingkungan dan meminimalisir <i>carbon footprint</i> yang berasal dari kegiatan perbankan, seperti <i>online banking</i> , <i>mobile banking</i> , <i>green loans</i> dan lain-lainnya.

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian

Model dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

H1: Implementasi *green banking* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

H2: Pengungkapan CSR berpengaruh positif Nilai Perusahaan.

III. METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini tergolong penelitian kausal. Jenis penelitian kausal bertujuan untuk menguji hipotesis, yang dikembangkan berdasarkan teori-teori yang telah ada sebelumnya. Selanjutnya diuji berdasarkan data yang dikumpulkan. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data yang digunakan merupakan data-data kuantitatif.

Pengaruh Implementasi *Green Banking*, *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI

Data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi berupa publikasi. Sumber data yang digunakan ini diperoleh dari *Indonesia Capital Market Directory (ICMD)*, *annual report*, *IDX Quarterly Statistics* melalui website Bursa Efek Indonesia melalui internet (www.idx.co.id).

Populasi dan Sampel

Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah berbagai jenis perusahaan perbankan yang menerbitkan laporan keuangan tahunan yang telah diaudit dan dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk periode 2017 sampai dengan 2019. Metode sampel penelitian yang digunakan adalah *nonprobability sampling* yang mana data yang dijadikan penelitian menggunakan *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan penilaian subjektif peneliti dengan karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai keterkaitan dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya dengan pertimbangan tertentu (Iskandar, 2009).

Operasionalisasi Variabel

Untuk mengukur variabel-variabel tersebut, maka berikut ini adalah definisi operasional dan skala pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Matriks Operasional Variabel

NO	VARIABEL	INDIKATOR PENGUKURAN VARIABLE	SKALA PENGUKURAN
1	X_1 : <i>Green Banking</i>	Bila perusahaan sampel telah mengimplementasikan program <i>green banking</i> maka diberi nilai 1, dan apabila belum mengimplementasikan <i>green banking</i> maka diberi nilai 0	Nominal
2	X_2 : Pengungkapan CSR	“Suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan. etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi yang diikuti dengan peningkatan kualitas hidup. bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas”	Rasio
3	Y : Nilai Perusahaan	Tobin Q yaitu perbandingan antara laba setelah pajak dengan total kekayaan	Rasio

Sumber: Nor Hadi, 2011:48

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Objek Penelitian

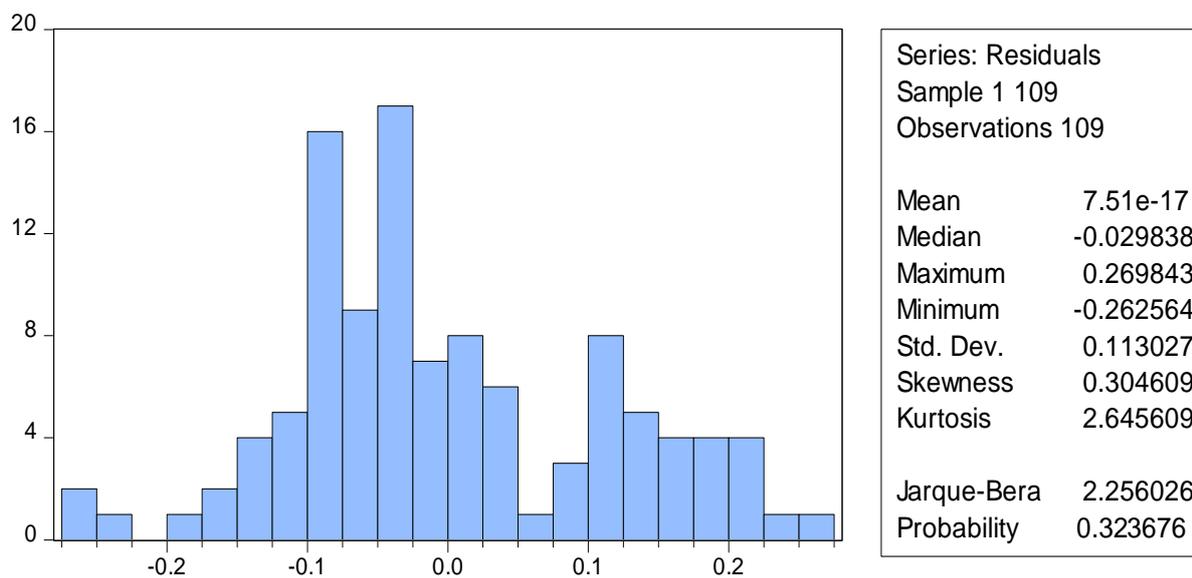
Sampel yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah berbagai jenis perusahaan perbankan yang menerbitkan laporan keuangan tahunan (*annually report*) yang telah diaudit dan dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia (BEI). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2019, dengan rentang waktu tersebut terdapat 36 perusahaan di tahun 2017, 36 perusahaan di tahun 2018 dan 37 tahun perusahaan di 2019. Sehingga total sampel pada penelitian ini terdapat 109 sampel.

Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan teknik penentuan sampel dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini, uji asumsi klasik diperlukan pada penelitian ini. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan terhadap nilai residual (*error term*) persamaan regresi untuk memenuhi asumsi regresi yang baik apabila residual nilai taksiran model regresi berdistribusi normal



Gambar 2. Pengujian Normalitas

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Gambar 2. menunjukkan hasil pengujian normalitas, berdasarkan gambar tersebut dapat dilihat Nilai Probabilitas pada pengujian bernilai 0.3236. Nilai tersebut lebih besar dari 0.005 sebagai toleransi kelasahan yang digunakan pada penelitian ini. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Untuk mendeteksi apakah model regresi mengandung multikolonieritas atau tidak dalam penelitian ini penulis menggunakan nilai *Variance Inflation Factors* (VIF). Hasil pengujian kolinearitas untuk variabel bebas dalam model regresi yang diperoleh terlihat pada Tabel 4 berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolonieritas

Variance Inflation Factors
Date: 11/01/20 Time: 15:26
Sample: 1 109
Included observations: 109

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	0.004408	36.91365	NA
IMGB	0.000530	1.832057	1.075703
CSR	0.025127	39.07749	1.075703

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Tabel 4 memberikan informasi dari pengujian multikolonieritas, nilai *Centered VIF* untuk variable Implementasi *Green Banking* bernilai 1.075, nilai tersebut lebih besar dari 0.1 dan lebih kecil dari nilai 10. Sehingga variabel Implementasi *Green Banking* dapat disimpulkan tidak ada multikolonieritas pada data penelitian. Nilai untuk variabel Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan nilai 1.075 pada *Centered VIF*, nilai tersebut lebih kecil dari nilai 10. Sehingga dapat disimpulkan variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak ada multikolonieritas pada data penelitian.

Uji Autokorelasi

Untuk menguji apakah terdapat korelasi diantara kesalahan pengganggu pada periode uji (t) dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya (t-1), terlebih dahulu dilakukan uji autokorelasi. Karena apabila terjadi korelasi, terjadi masalah autokorelasi. Menurut Ghazali (2013:110), mengatakan bahwa, "Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi".

Tabel 5. Hasil Uji Multikolonieritas

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	16.23249	Prob. F(2,104)	0.6154
Obs*R-squared	25.93107	Prob. Chi-Square(2)	0.5735

Test Equation:

Dependent Variable: RESID

Method: Least Squares

Date: 11/01/20 Time: 15:27

Sample: 1 109

Included observations: 109

Presample missing value lagged residuals set to zero.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.015271	0.058683	-0.260221	0.7952
IMGB	-0.002750	0.020316	-0.135352	0.8926
CSR	0.038271	0.140178	0.273017	0.7854
RESID(-1)	0.497482	0.098332	5.059206	0.0000
RESID(-2)	-0.018950	0.098319	-0.192738	0.8475
R-squared	0.237900	Mean dependent var	7.51E-17	
Adjusted R-squared	0.208588	S.D. dependent var	0.113027	
S.E. of regression	0.100550	Akaike info criterion	-1.711532	
Sum squared resid	1.051477	Schwarz criterion	-1.588075	
Log likelihood	98.27848	Hannan-Quinn criter.	-1.661466	
F-statistic	8.116246	Durbin-Watson stat	1.986399	
Prob(F-statistic)	0.000010			

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Tabel 5 menunjukkan nilai hasil pengujian autokorelasi, pada table tersebut nilai Chi-Square didapatkan sebesar 0.5735. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat kesalahan yang ditetapkan pada penelitian ini sebesar 0.05 atau 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Menurut Ghazali (2013:139), “Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas”, maka untuk mengetahui apakah galat atau residu pada model regresi bersifat heterogen atau homogeny terlebih dahulu dilakukan uji heteroskedastisitas. Apabila bersifat heterogen, akan menyebabkan model regresi tidak mampu meramalkan dengan akurat, karena memiliki residu yang tidak teratur.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolonieritas

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	2.255506	Prob. F(4,104)	0.0681
Obs*R-squared	8.700963	Prob. Chi-Square(4)	0.0690
Scaled explained SS	6.770530	Prob. Chi-Square(4)	0.1485

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Pengaruh Implementasi *Green Banking*, *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI

Tabel 6 menunjukkan hasil pengujian heteroskedastisitas, probabilitas Chi-Square pada tabel tersebut menunjukkan nilai 0.0690, dimana nilai tersebut lebih besar dari tingkat kesalahan yang digunakan pada penelitian ini sebesar 0.05 atau 5%. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas pada data penelitian ini.

Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk pengujian hipotesis pada penelitian ini, dilakukan pengujian menggunakan metode uji regresi linear berganda, dengan hasil pada tabel berikut ini.

Tabel 7. Hasil Uji Multikolonieritas

Dependent Variable: NilaiPerusahaan
Method: Least Squares
Date: 11/01/20 Time: 15:31
Sample: 1 109
Included observations: 109

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.989084	0.066393	14.89745	0.0000
IMGB	-0.049061	0.023020	-2.131218	0.0354
CSR	0.160733	0.158516	1.013986	0.3129

R-squared	0.042963	Mean dependent var	1.037136
Adjusted R-squared	0.024906	S.D. dependent var	0.115536
S.E. of regression	0.114088	Akaike info criterion	-1.476552
Sum squared resid	1.379710	Schwarz criterion	-1.402478
Log likelihood	83.47208	Hannan-Quinn criter.	-1.446512
F-statistic	2.379288	Durbin-Watson stat	1.018111
Prob(F-statistic)	0.097546		

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan hasil pengujian dengan regresi linear berganda pada tabel 7, diperoleh nilai konstanta (a) sebesar 0,989, dengan nilai koefisien regresi masing-masing variabel sebagai berikut: Implementasi *green banking* (b_1) sebesar -0,049 dan Pengungkapan CSR (b_2) 0,160, sehingga membentuk persamaan regresi linear sebagai berikut:

$$Y = 0.989 - 0.049X_1 + 0.160X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat diartikan, apabila nilai dari variabel Implementasi *Green Banking* dan Pengungkapan *Coorporate Social Responsibility* bernilai nol, maka variable Nilai Perusahaan akan meningkat sebesar 0.989. Selanjutnya nilai koefisien regresi variabel Implementasi *Green Banking* bernilai -0.0496 dapat diartikan apabila Implementasi *Green Banking* meningkat sebesar 1% dan variabel lain dianggap konstan, maka nilai perusahaan akan menurun sebesar -0.0496 persen.

Berdasarkan nilai koefisien regresi variable Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* bernilai 0.160, sehingga dapat diartikan apabila Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* meningkat 1% dan variable lain dianggap konstan, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0.160%.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikatnya (Ghozali, 2013:97). Berdasarkan table 4.4 kita mendapatkan nilai *Adjusted R-Squared* sebesar 0.024 atau sebesar 2.4%. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Implementasi *Green Banking* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* hanya mampu mempengaruhi variabel Nilai Perusahaan sebesar 2.4%. atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model regresi hanya mampu menjelaskan sebesar 2,4% variasi variabel dependennya. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 97,6% dijelaskan atau dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Uji Hipotesis

Pengujian Simultan (Uji F)

Berdasarkan table 8 diperoleh nilai F Statistik sebesar 2.379, dan jika dibandingkan dengan nilai F-Tabel didapatkan nilai sebesar 3.08. Dimana nilai F table lebih besar dari nilai F Statistik, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Implementasi *Green Banking* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada saat yang bersamaan tidak mempengaruhi variabel Nilai Perusahaan. Dengan interpretasi lain, dengan cara membandingkan nilai probabilitas F-Statistik pada tabel 8 dengan tingkat kesalahan. Nilai Probabilitas F-Statistik sebesar 0.097, nilai tersebut lebih besar dari tingkat kesalahan yaitu sebesar 0.05. Karena nilai F-Statistik lebih besar dari tingkat kesalahan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Implementasi *Green Banking* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada saat yang bersamaan tidak mempengaruhi variabel Nilai Perusahaan.

Tabel 8. Uji F Regresi Linear Berganda

F STATISTIK	PROB	A	KEPUTUSAN	KESIMPULAN
2.379	0,097	0,05	H ₀ diterima	Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Pengujian Parsial

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikatnya (Ghozali, 2013:98). Jika nilai signifikansinya $\leq 0,05$ (5%), maka secara individual variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Pengaruh Implementasi *Green Banking* terhadap Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan tentu dapat ditentukan berdasarkan kinerja keuangan perusahaan, dengan penilaian atas kinerja yang baik tentu akan mencerminkan nilai perusahaan tersebut. Apabila perusahaan melakukan pencemaran lingkungan, dapat mengakibatkan ditutupnya perusahaan tersebut oleh pemerintah, apabila hal ini terjadi dapat menimbulkan kerugian bagi bank, karena debitur tidak dapat mengembalikan pinjamannya. Hal tersebut tentu akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan, penyaluran fasilitas kredit yang diharapkan mendapatkan tingkat pengembalian, menjadi nilai yang menurunkan kinerja perusahaan. Sehingga dalam penelitian ini implementasi *Green Banking* diproksikan dengan ada tidaknya, kebijakan penyaluran kredit yang mempertimbangkan aspek dampak lingkungan hidup. Secara parsial untuk pengujian Hipotesis variabel Implementasi *Green Banking* terhadap Nilai Perusahaan dapat dilihat berdasarkan tabel 9.

Tabel 9. Pengujian Hipotesis Parsial X1

MODEL	T_{Statistic}	PROB.	A	KEPUTUSAN
ImGB	-2.131	0.035	0,05	H ₀ ditolak

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan tabel tersebut didapatkan nilai probabilitas dari perhitungan t-statistik sebesar -2.131 dengan tingkat probabilitas 0.035, dimana nilai tersebut lebih kecil dari tingkat kesalahan sebesar 0.05. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Implementasi *Green Banking* berpengaruh negatif terhadap variabel nilai perusahaan, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Implementasi *Green Banking* berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan ditolak.

Hasil penelitian ini berarti menunjukkan bahwa implementasi *green banking* belum mampu meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa investor tidak merespon atas *Implementasi Green Banking* yang telah dilakukan oleh perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tria (2017) yaitu kebijakan *green banking* dan efisiensi bank terbukti memiliki pengaruh signifikan dan negatif terhadap profitabilitas bank.

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Melalui pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), perusahaan dapat menginformasikan perihal kegiatan operasionalnya yang berdampak pada aspek sosial dan lingkungan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dan kepada masyarakat secara luas.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh McWilliams dan Siegel (2001), menunjukkan bahwa apabila perusahaan melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), perusahaan akan mampu menghasilkan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan yang pada akhirnya dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan.

Tabel 10. Pengujian Hipotesis Parsial X₂

MODEL	T _{Statistic}	PROB.	A	KEPUTUSAN
CSR	1.013	0.312	0,05	H ₀ diterima

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Tabel 10 menunjukkan, diketahui bahwa nilai T-hitung yang diperoleh variabel pengungkapan CSR sebesar 1,013 dengan nilai probabilitas sebesar 0,312. Dikarenakan nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 maka dapat diambil kesimpulan bahwa menolak H₀ dan menerima H_a, artinya secara parsial pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada entitas perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017 – 2019. Hal ini menunjukkan pengungkapan CSR belum menjadi pertimbangan investor ketika berinvestasi pada perusahaan perbankan.

V. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis Implementasi *Green Banking* dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, sampelnya adalah perusahaan perbankan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk periode 2017 sampai dengan 2019. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling method*. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka dapat dihasilkan kesimpulan bahwa implementasi *green banking* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan implementasi *green banking* dan pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Saran

Banyak faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan antara lain kinerja perusahaan, perbandingan hutang dengan modal, dan kebijakan deviden. Berdasarkan hal tersebut untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, memperluas sampel penelitian seperti menambah sampel tahun penelitian, mengganti atau menambah proksi implementasi *green banking* seperti penghematan energi, produk ramah lingkungan (*paperless*) dan penggunaan bahan daur ulang. Sehingga kesimpulan hasil penelitian lebih memungkinkan secara umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardimas, Wahyu dan Wardoyo (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Go Public yang Terdaftar di BEI, *Benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Volume 18 No.1 Hlm. 57-66.
- Bahl, S. (2012). The Role of Green Banking in Sustainable Growth. *International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research*, Vol. 1 No. 2, 27-35.
- Ernawan, Erni R. (2007). *Bussiness Ethnics*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Freeman, R. Edward., McVea, J. (2001). "A Stakeholder Approach to Strategic Management". Darden Business School Working Paper.
- Freeman, R. Edward. (2000). "Business Ethics at the Millenium". *Business Ethics Quarterly*
- Freeman, R. Edward. (1983). "Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance". *California Management Review*.
- Frost, G and Wilmshurst, T. (2000). The Adoption of Environmental-Related Management Accounting: An Analysis of Corporate Environmental Sensitivity. *Accounting Forum* 24.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program SPSS (Edisi 7)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam., Chariri, Anis. (2007). *Teori Akuntansi*. Edisi 4. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Global Reporting Initiative. (2018). *Global reporting.org*
- Grey, et Al. (1995). Corporate Social and Environment Reporting: A Review of Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*.
- Guthrie, J. and Parker, L.D. (1989). Corporate Social Reporting A Rebuttal of Legitimacy Theory. *Accounting and Business research* Vol. 19.
- Handajani, Lilik., Rifai, Ahmad., Husnan, L. Hamdani (2019). Kajian Tentang Inisiasi Praktik Green Banking Pada Bank BUMN, *Jurnal Economia*, Vol 15 No.1 Hal 1-16.
- Handoko, Yuanita, (2010). Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi*, hal 1-15.
- Ho, L.J. dan Taylor, M.E. (2007). "An Empirical Analysis of Triple Bottom-Line Reporting and its Determinants: Evidence from the Unites States and Japan". *Journal of International Financial and Accounting* Vol. 18.
- James L. Gibson, dkk. *Manajemen jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 1996) hlm 105-108
- Maramis, Nicholas. (2013). Tanggung Jawab Perbankan Dalam Penegakan Green Banking mengenai Kebijakan Kredit. *Lex Et Socieatis*, Vol. IV

- Maulida, KA., Adam, H. (2012). "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sustainability Performance". Jurnal Ilmiah Universitas Brawijaya.
- McWilliams, Abigail & Siegel, Donald. (2001). Corporate Social Responsibilities: A Theory of the Firm Perspective. *The Academy of Management Reviews*, vol. 26, p. 117-127.
- Noerirawan, M.R. (2012). Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*.
- O'Donovan. (2000). Environmental Disclosure in the Annual Reports: Extending the Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*.
- Omika Dewi, I Gusti Agung (2017). "Corporate Social Responsibility, Green Banking, and Going Concern on Banking Company in Indonesia Stock Exchange". *International Journal of Social Sciences and Humanities (IJSSH) Vol 1 No 3 Hal 118 – 134*.
- Pflieger, Juli et.al. (2005). The contribution of life cycle assessment to global sustainability reporting of Organization. *Management of Environmental*. Vol. 16, No. 2.
- Ratnasari, Tria (2017). Model Integrasi untuk mengukur Dampak dari Green Banking dan Kinerja Keuangan Terhadap Profitabilitas Bank.
- Sahoo, B.P., Singh, A., & Jain, N. (2016). Green Banking in India: Problems and Prospects. *International Journal of Research-Granthaalayah*, 4(8), 92-99.
- Sahoo, P dan Nayak, BP. (2008). Green Banking in India. *The Indian Economic Journal: The Quarterly Journal of The Indian Economic Association* Vol. 55
- Saravanaselvi, C., & Sangeetha, G. (2016). Green Banking in India. *Primax International Journal of Commerce and Management Research*, Vol IV (Issue 3), 119-121.
- Scholtens, B. (2008). A Note on the Interaction between Corporate Social Responsibility. *Ecological Economics*, 68, 46-55
- Sjahdeini, Sutan Remy. (1998). *Pertimbangan Aspek Lingkungan Hidup Dalam Pemberian Kredit Oleh Bank*. Universitas Airlangga. Surabaya.
- Smithers, Andrew dan Wright, Stephen., (2007), *Valuing Wall Street*, McGraw Hill.
- Suchman, M.C. (1995). *Managing legitimacy: Strategic and Institutional approaches*. *Academy of Management Review*.
- Thombre, K.A. (2011). *The New Face of Banking: Green Banking*. *Indian Streams Research Journal* Vol. I
- Wardhani R.S., (2013). Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening
- Yadav, S., & Viswanadham, B. K. (2016). Green banking in India: An inovative initiative for sustainable development. *International Journal of Academic Research*, Vol 3(Issue 3 (1)), 88-96.

Pengaruh Implementasi *Green Banking, Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI

Yulius, Christiawan dan tarigan, Josua. Kepemilikan Manajerial: Kebijakan Hutang, Kinerja dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 9.

Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 14/15/PBI/2012 tentang Penilaian Kualitas Aset Bank Umum, Jakarta.

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor. 51/POJK.03/2017 mengenai: Keuangan Berkelanjutan, Jakarta.

<https://www.infid.org/news/read/indeks-investasi-hijau-untuk-perbankan-berkelanjutan>