

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Teori Keagenan**

Teori ini mengandaikan pemegang saham hanya tertarik kepada hasil keuangan dari investasinya dalam suatu perusahaan sedangkan agen atau perusahaan dianggap menerima kepuasan dalam bentuk kompensasi yang sesuai dengan kontrak. Teori keagenan atau *agency theory* merupakan teori yang menjelaskan perbedaan antara fungsi manajemen perusahaan (oleh manajer) dengan fungsi kepemilikan (oleh pemegang) saham suatu perusahaan. Teori keagenan menyatakan bahwa jika kepentingan manajer dan pemilik dapat disejajarkan, manajer tidak akan termotivasi untuk meningkatkan kualitas informasi akuntansi dan keinformatifan laba (Yulianingsih & Wahyuni, 2023).

Teori keagenan dilandasi oleh 3 (tiga) asumsi yaitu: sifat manusia, keorganisasian, dan informasi (Hendrawaty, 2017). Manusia memiliki keterbatasan dalam pola berpikir, egois dan tidak suka ambil risiko. Keorganisasian, dalam organisasi terkadang terdapat konflik antar anggotanya dalam efisiensi produktivitas dan adanya ketidaksimetrisan informasi prinsipal (pemegang saham) dan agen. Asumsi informasi yaitu informasi dapat dijadikan sebagai komoditi yang dapat diperjual belikan. Agen sebagai pihak yang mengatur segala kegiatan bisnis dan menjalankan aktivitas operasional perusahaan dapat melakukan

tindakan yang menyalahgunakan aturan seperti memalsukan laporan keuangan yang merugikan prinsipal demi keuntungan pribadi. Agen seharusnya bertanggung jawab untuk dapat memaksimalkan keuntungan perusahaan. Hal ini berhubungan dengan penggunaan dana pihak ketiga serta pengaruh adanya kepemilikan institusional dalam suatu perusahaan (Chabachib & Abdurahman, 2020).

Teori agensi menekankan penyelesaian dari dua permasalahan. Pertama adalah masalah keagenan yang timbul pada saat (a) keinginan atau tujuan dari prinsipal dan agen berlawanan dan (b) merupakan suatu hal yang sulit atau mahal bagi prinsipal untuk melakukan verifikasi tentang apa yang telah benar-benar dilakukan oleh agen (Hendrawaty, 2017). Prinsipal tidak dapat memverifikasi bahwa agen melakukan sesuatu dengan tepat. Selain itu prinsipal dan agen memiliki sikap berbeda dalam mengatasi masalah, Oleh karena itu perlu adanya kontrak yang menyelaraskan kepentingan prinsipal dan agen.

Adanya perbedaan fungsi antara pemegang saham dan manajemen maka perlu adanya keselarasan tujuan diantara keduanya. Teori keagenan dianggap perlu untuk dapat menyelaraskan kepentingan antara prinsipal dan agen. Dengan keselarasan tujuan antara prinsipal dan agen maka, agen akan berusaha dalam memaksimalkan profitabilitas dan dapat meningkatkan kemakmuran pemegang saham dan pihak perusahaan. Sehingga nilai perusahaan pun ikut meningkat.

## 2. Teori Sinyal

Sinyal merupakan informasi manajemen dalam upaya mewujudkan keinginan pemiliknya. Laporan keuangan yang baik merupakan sinyal positif bagi investor karena perusahaan telah beroperasi dengan baik. Penyampaian informasi laporan keuangan perlu dilakukan untuk mengurangi asimetri informasi antara manajemen dengan investor dan kreditor. Teori ini didasarkan pada timbulnya asimetri informasi antara perusahaan (manajemen) dengan pihak luar (investor dan kreditor) dimana kemampuan investor dalam memperoleh informasi internal perusahaan lebih terbatas dibandingkan pihak manajemen (Istiqomah, 2022). Manajer melakukan publikasi laporan keuangan untuk memberikan informasi sebagai sinyal kepada pasar. Pelaku pasar yang menerima sinyal akan menganalisis informasi yang diterima tersebut sebagai sinyal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*). Apabila sinyal tersebut merupakan sinyal yang baik, respon yang diharapkan yaitu pelaku pasar modal dapat melakukan pembelian terhadap saham perusahaan sehingga dapat menaikkan volume perdagangan saham dan harga saham yang akan berdampak pada kenaikan nilai perusahaan.

Penelitian ini menggunakan teori sinyal karena berkaitan dengan variabel Y dalam penelitian ini yaitu nilai perusahaan. Informasi yang diberikan oleh perusahaan kepada para pemegang saham merupakan informasi yang sangat penting karena dapat memengaruhi keputusan para pemegang saham untuk melakukan investasi atau penanaman

modal pada suatu perusahaan (Yulfiatmi, 2021). Berdasarkan teori sinyal, semakin besar untungnya maka ada sinyal positif terhadap investor (Chabachib & Abdurahman, 2020). Terkait pertumbuhan laba yang menyangkut dengan profitabilitas merupakan sinyal yang baik, apabila perusahaan mampu menciptakan sinyal baik atas informasi-informasi keuangan tersebut maka dapat meningkatkan minat investor dalam menanamkan modalnya ke perusahaan sehingga akan menaikkan harga saham dan nilai perusahaan pun akan meningkat.

### **3. Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan merupakan pandangan investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan, yang dilihat dari harga saham yang dimilikinya. Nilai perusahaan, yang secara langsung terkait dengan harga saham suatu perusahaan, merupakan perkiraan investor tentang besar kecilnya tingkat keberhasilan suatu perusahaan (Salsabila & Widiatmoko, 2022). Keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan mensejahterakan para pemegang saham dengan tingkat tingginya nilai perusahaan. Semakin tinggi harga saham perusahaan semakin tinggi nilai perusahaan, sehingga meningkatkan kepercayaan pasar terhadap perusahaan baik saat ini maupun prospek dimasa yang akan datang.

Memaksimalkan harga saham merupakan salah satu tujuan yang penting meskipun perusahaan memiliki berbagai macam tujuan lain. Meningkatnya nilai perusahaan sangat penting bagi manajemen

perusahaan, dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan harga saham. Dengan demikian akan memberikan keuntungan dan manfaat bagi manajemen dan karyawan dan mensejahterakan para pemegang saham.

Pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan beberapa cara dan pendekatan sebagai berikut (Risman, 2021):

**a. *Price to Book Value (PBV)***

*Price to book value (PBV)* merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. PBV merupakan perbandingan nilai pasar (*market value*) dengan nilai buku (*book value*) saham perusahaan. Rumus dari PBV adalah sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Perlembar Saham}}{\text{Nilai Buku Perlembar Saham}}$$

*Market price* (nilai pasar) dapat menggunakan harga penutupan saham pada laporan tahunan perusahaan yang diteliti, dimana harga penutupan merupakan representatif penawaran dan permintaan saham perusahaan di pasar saham. *Book value* (nilai buku) merupakan perbandingan dari total ekuitas perusahaan dengan jumlah saham beredar (*outstanding shares*) yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Book\ Value = \frac{Total\ Ekuitas}{Jumlah\ Saham\ Beredar}$$

**b. Price Earning Ratio (PER)**

*Price Earning Ratio* (rasio harga terhadap laba) adalah perbandingan antara *market price per share* (harga pasar per lembar saham) dengan *earning per share* (laba per lembar saham) (Ningrum, 2022). Rasio ini juga dapat diartikan sebagai ukuran perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh pemegang saham perusahaan. Tujuan pengukuran rasio ini yaitu untuk mengukur perubahan laba yang diharapkan dimasa mendatang. Peningkatan nilai PER memungkinkan perusahaan semakin tumbuh dan berkembang sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. PER dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$PER = \frac{Market\ Price\ per\ Share}{Earning\ per\ Share}$$

**c. Tobin's Q**

Q Tobin diambil dari nama James Tobin. James Tobin adalah seorang ekonom Amerika yang mengembangkan ide-ide ekonomi Keynesian, dan menganjurkan perlunya intervensi pemerintah untuk menstabilkan perekonomian (Risman, 2021). Q Tobin Model atau yang lebih dikenal sebagai nilai Q Tobin

(Tobin's Q) merupakan salah satu referensi dari pemikiran Tobin. Nilai Tobin's Q mendefinisikan nilai perusahaan sebagai nilai pasar (saham dan utang) perusahaan. Selain itu Tobin's Q juga menggambarkan harapan pasar arus kas dimasa mendatang, risiko bisnis perusahaan, dan potensi pertumbuhan perusahaan. Berikut adalah rumus dari Tobin's Q:

$$Q = \frac{MVS + D}{TA}$$

Keterangan:

MVS = *Market value of all outstanding shares*

D = *Debt.*

TA = *Firm's assets*

#### 4. ***Green Accounting***

Sejak tahun 1970-an di Eropa sudah mulai berkembang konsep *green accounting* atau akuntansi hijau. *Green accounting* atau akuntansi hijau dapat menjadi langkah awal solusi permasalahan lingkungan yang diakibatkan oleh perusahaan. *Green accounting* adalah jenis akuntansi yang mencoba untuk menghubungkan berbagai faktor lingkungan dan sosial ke dalam hasil kegiatan usaha pada perusahaan (Kristopeni, 2022). Dalam bukunya, Andreas Lako mendefinisikan akuntansi hijau sebagai berikut (Lako, 2018):

“Suatu proses pengakuan, pengukuran nilai, pencatatan, peringkasan, pelaporan, dan pengungkapan informasi berkenaan dengan transaksi, peristiwa dan atau objek keuangan, sosial, dan lingkungan secara terpadu dalam proses akuntansi agar dapat menghasilkan informasi akuntansi yang terpadu, utuh, dan relevan yang berguna bagi pemakai dalam penilaian dan pengambilan keputusan ekonomi dan nonekonomi”.

Akuntansi hijau pada dasarnya menuntut kesadaran penuh perusahaan maupun organisasi lainnya yang telah mengambil manfaat dari lingkungan (Hamidi, 2019). Tujuan umum akuntansi hijau yaitu menyediakan informasi akuntansi keuangan, sosial, dan lingkungan yang terintegrasi dan relevan. Pertimbangan pengadopsian *green accounting* oleh suatu perusahaan dapat menjadi bagian dari sistem akuntansi perusahaan dengan pengelompokkan biaya lingkungan, perbaikan kinerja lingkungan dan keberlanjutan perusahaan. Sasarannya adalah agar pihak manajemen, pemegang saham, kreditor, karyawan, pemerintah dan masyarakat dapat mengetahui tentang kualitas manajemen dalam bertanggung jawab sosial dan lingkungan atas kegiatan operasional perusahaan sebagai syarat keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang.

Terdapat tiga karakteristik kualitatif khusus akuntansi hijau yang bermanfaat dalam evaluasi penilaian pengambilan keputusan pemakainya yaitu sebagai berikut (Lako, 2018):

- a. Akuntabilitas, yaitu informasi akuntansi yang disajikan memperhitungkan semua aspek informasi entitas, terutama informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab ekonomi, sosial,

dan lingkungan entitas, serta biaya manfaat dari dampak yang ditimbulkan.

- b. Terintegritas dan komprehensif, yaitu informasi akuntansi yang disajikan merupakan hasil integrasi antara informasi akuntansi keuangan dengan informasi akuntansi sosial dan lingkungan yang disajikan secara komprehensif dalam satu paket pelaporan akuntansi.
- c. Transparan, yaitu informasi akuntansi terintegrasi harus disajikan secara jujur, akuntabel, dan transparan agar tidak menyesatkan para pihak dalam evaluasi, penilaian, dan pengambilan keputusan ekonomi dan nonekonomi.

Terdapat beberapa akun krusial yang membedakan akuntansi hijau dengan akuntansi keuangan konvensional yaitu sebagai berikut (Lako, 2018):

- a. Struktur aset entitas yang melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan (TJSLP), CSR, dan *green business* akan muncul akun-akun baru seperti aset sumber daya alam, investasi sosial dan lingkungan, investasi hijau, atau investasi CSR dibawah kelompok aset tetap.
- b. Struktur akun liabilitas entitas yang melaksanakan TJSLP, CSR, dan korporasi hijau akan muncul akun-akun baru seperti liabilitas sosial dan liabilitas lingkungan yang bersifat kontinjen. Liabilitas sosial kontinjensi dan liabilitas lingkungan kontinjen tersebut bias

bersifat jangka pendek atau jangka panjang tergantung pada komitmen perusahaan untuk memenuhinya.

- c. Struktur akun-akun ekuitas dari entitas korporasi yang melaksanakan aktivitas CSR yang bersifat sukarela, muncul akun baru yaitu akun donasi CSR, dibawah akun laba rugi periode berjalan.
- d. Struktur akun-akun biaya produksi dan biaya operasi entitas yang melaksanakan TJSLP, CSR, dan *green business* akan muncul akun-akun biaya baru seperti biaya sosial dan biaya lingkungan, atau biaya penghijauan perusahaan (*greening costs*) yang bersifat periodik atau temporer. Misalnya, biaya bantuan sosial bencana alam, biaya pengelolaan limbah, biaya daur ulang, biaya audit lingkungan, biaya pencemaran, biaya pengendalian polusi, biaya kerusakan lingkungan, biaya pengungkapan informasi sosial-lingkungan.

Belum terdapat metode perumusan yang pasti terkait pengukuran, penilaian, pengungkapan, dan penyajian *green accounting* perusahaan. Pengukuran kinerja lingkungan dilakukan sebagai proksi *green accounting* karena *green accounting* umumnya diterapkan oleh perusahaan yang memiliki perhatian dan minat terhadap kelestarian lingkungan (Hamidi, 2019). Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) memiliki program khusus yang memotivasi perusahaan agar memperhatikan dan berminat terhadap kelestarian lingkungan yaitu dengan membuat Program

Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). PROPER merupakan instrumen yang digunakan KLH untuk menilai dan memberikan peringkat ketaatan perusahaan dalam melakukan tanggung jawab lingkungan. Peringkat kinerja usaha dan atau kegiatan yang diberikan yaitu sebagai berikut:

- a. Emas (sangat baik) untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan dalam proses produksi atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.
- b. Hijau (baik) untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumber daya secara efisien dan melakukan upaya tanggung jawab sosial dengan baik.
- c. Biru (cukup baik) untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- d. Merah (buruk) adalah upaya pengelolaan lingkungan yang dilakukan belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.
- e. Hitam (sangat buruk;) adalah usaha dan/atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran atau kerusakan lingkungan serta

pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Dari uraian pemeringkatan PROPER diatas, warna peringkat dapat diukur dengan skala. Berikut adalah tabel yang menunjukkan skala warna tersebut pemeringkatan PROPER:

**Tabel 2.1**  
**Skala Peringkat PROPER**

| <b>Warna Peringkat</b> | <b>Skala</b> |
|------------------------|--------------|
| Emas                   | 1            |
| Hijau                  | 2            |
| Biru                   | 3            |
| Merah                  | 4            |
| Hitam                  | 5            |

*Sumber: [www.menlhk.go.id](http://www.menlhk.go.id)*

## **5. Kepemilikan Manajerial**

Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh dewan komisaris atau pihak manajemen yang secara aktif dalam pengambilan keputusan perusahaan tersebut. Manajer yang sekaligus pemegang saham akan meningkatkan nilai perusahaan karena dengan meningkatkan nilai perusahaan, maka nilai kekayaannya sebagai pemegang saham akan meningkat juga (Darmayanti et al., 2018). Dengan kepemilikan saham oleh manajerial, diharapkan manajer akan bertindak sesuai dengan keinginan para principal karena manajer akan termotivasi

untuk meningkatkan kinerja dan nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Nursanita et al., 2019).

Kepemilikan manajerial memberikan kesempatan manajer terlibat dalam kepemilikan saham sehingga dengan keterlibatan ini kedudukan manajer sejajar dengan pemegang saham (Nurwahhidah et al., 2019). Persentase total saham yang dimiliki direksi dapat dilihat di laporan keuangan tahunan perusahaan pada bagian ikhtisar saham & obligasi selanjutnya melihat pada bagian modal saham (Mayangsari, 2018). Formula yang digunakan untuk mengukur variabel ini adalah sebagai berikut (Yulianingsih & Wahyuni, 2023):

$$KM = \frac{\text{Saham yang Dimiliki Manajaemen}}{\text{Total Jumlah Saham yang Beredar}} \times 100\%$$

## 6. Profitabilitas

Salah satu tujuan dari suatu usaha tentunya adalah untuk mendapatkan laba atau profit. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu dengan menggunakan aktiva atau modal secara produktif (Ningrum, 2022). Tingginya nilai profitabilitas menunjukkan prospek perusahaan yang baik sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan dan memberikan sinyal yang positif kepada para investor. Bagi kreditur dan investor, rasio profitabilitas sangat penting. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan (Irnawati, 2021).

Rasio profitabilitas memiliki beberapa klasifikasi diantaranya yaitu *net profit margin* (margin laba bersih), *gross profit margin* (margin laba kotor), *operating profit margin* (margin laba operasi), *pretax profit margin* (margin laba sebelum pajak), *return on assets* (ROA), *return on equity* (ROE). Dalam penelitian ini, pengukuran rasio profitabilitas menggunakan ROE. ROE merupakan tingkat pengembalian ekuitas pemilik perusahaan. Adapun rumusan ROE adalah sebagai berikut (Chabachib & Abdurahman, 2020):

$$ROE = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kegiatan membandingkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan penelitian yang sedang berlangsung. Kegiatan ini sebagai tolak ukur dari penelitian yang sedang dilakukan dan berikut adalah tabel dari penelitian sebelumnya:

**Tabel 2.2**  
***State of The Art Green Accounting***

| No | Nama Peneliti       | Judul Penelitian                                                                              | Metode Penelitian                | Variabel Penelitian                                                                                | Hasil                                                                                     |
|----|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Cahyaning Istiqomah | Pengaruh <i>Green Accounting</i> dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan | Analisis regresi linier berganda | X <sub>1</sub> : <i>Green Accounting</i><br>X <sub>2</sub> : Profitabilitas<br>Y: Nilai Perusahaan | <i>Green accounting</i> dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. |

|    |                                                            |                                                                                                                                                                                                          |                                  |                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                 |
|----|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                            | Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)                                                                                                                                                  |                                  |                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                 |
| 2. | Nursanita, Faris Faruqi, S. Rahayu                         | Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia Tahun 2015-2018. | Analisis regresi linier berganda | X <sub>1</sub> : Kepemilikan Manajerial<br>X <sub>2</sub> : Kepemilikan Institusional<br>X <sub>3</sub> : Struktur Modal<br>X <sub>4</sub> : Pertumbuhan Perusahaan<br>X <sub>5</sub> : Profitabilitas<br>Y: Nilai Perusahaan | Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan                                                              |
| 3. | Ni Wayan Mega Mirnawati, Putu Eka Dianita MARvillanti Dewi | Pengaruh Penerapan <i>Green Accounting</i> , Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham terhadap Nilai Perusahaan Sektor Kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021.               | Analisis Regresi Linier Berganda | X <sub>1</sub> : <i>Green Accounting</i><br>X <sub>2</sub> : Ukuran Perusahaan<br>X <sub>3</sub> : Kepemilikan Saham<br>Y: Nilai Perusahaan                                                                                   | Penerapan <i>green accounting</i> dan kepemilikan manajerial (kepemilikan saham) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. |

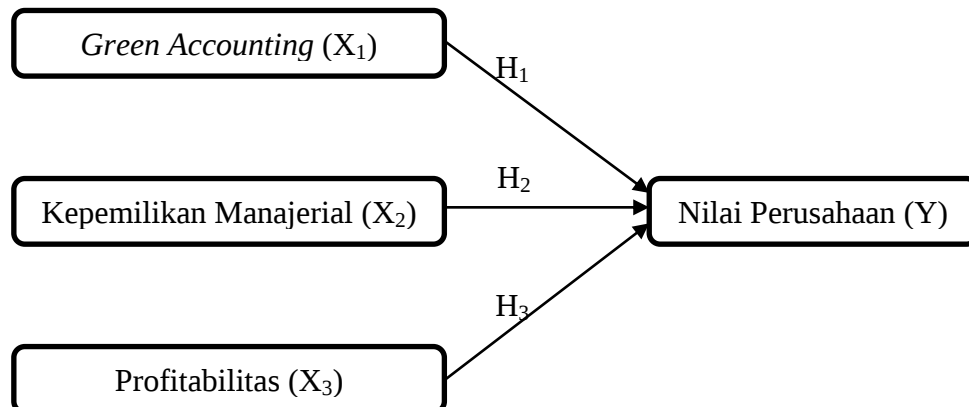
|   |                                 |                                                                                                                                                                                                               |                                           |                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                          |
|---|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4 | Ulya<br>Choirul<br>Amiroh       | Pengaruh<br>Kepemilikan<br>Manajerial,<br>Kepemilikan<br>Institusional,<br>dan<br>Profitabilitas<br>terhadap<br>Nilai<br>Perusahaan                                                                           | Analisis<br>Regresi<br>Linier<br>Berganda | X <sub>1</sub> :<br>Kepemilikan<br>Manajerial<br>X <sub>2</sub> :<br>Kepemilikan<br>Institusional<br>X <sub>3</sub> :<br>Profitabilitas<br>Y: Nilai<br>Perusahaan | Kepemilikan<br>manajerial<br>tidak terbukti<br>berpengaruh<br>terhadap nilai<br>perusahaan<br>sedangkan<br>profitabilitas<br>terbukti<br>berpengaruh<br>terhadap nilai<br>perusahaan.                    |
| 5 | Patrisia<br>Putri<br>Kristopeni | Analisis<br>Pengaruh<br>Penerapan<br><i>Green<br/>Accounting</i> ,<br>Ukuran<br>Perusahaan,<br>dan<br>Profitabilitas<br>terhadap<br>Nilai<br>Perusahaan<br>Subsektor<br>Farmasi di<br>Bursa Efek<br>Indonesia | Analisis<br>Regresi<br>Linier<br>Berganda | X <sub>1</sub> : <i>Green<br/>Accounting</i><br>X <sub>2</sub> : Ukuran<br>Perusahaan<br>X <sub>3</sub> :<br>Profitabilitas<br>Y : Nilai<br>Perusahaan            | Hasil<br>pengujian<br>menunjukkan<br>bahwa <i>green<br/>accounting</i><br>tidak<br>berpengaruh<br>terhadap nilai<br>perusahaan,<br>dan<br>profitabilitas<br>berpengaruh<br>terhadap nilai<br>perusahaan. |

*Sumber: Olah Data Penelitian (2024)*

### C. Kerangka Teori

Berdasarkan penjelasan diatas, maka kerangka teori dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pikir Pengaruh *Green Accounting*, Kepemilikan Manajerial dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur pada BEI**



*Sumber: Olah Data Penelitian (2024)*

### D. Hipotesis

#### 1. Pengaruh *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan akan melakukan berbagai usaha untuk mencapai dan mempertahankan usahanya, salah satu upaya tersebut adalah dengan melakukan program *green accounting*. Penerapan *green accounting* berkaitan dengan kegiatan-kegiatan konservasi lingkungan yang mencakup kepentingan perusahaan dan organisasi dan penerapan *green accounting* nantinya dapat mempengaruhi keputusan investor. Pengakuan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dapat menjadi hal yang positif karena dapat meningkatkan citra baik kepada masyarakat dan investor dengan demikian akan meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Salsabila & Widiatmoko (2022) menunjukkan bahwa *green accounting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang sama juga dilakukan oleh Yuliani & Prijanto (2022) yang menyatakan bahwa *green accounting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Istiqomah (2022) menyebutkan bahwa *green accounting* terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, artinya jika *green accounting* naik satu satuan maka jumlah nilai perusahaan akan naik. Namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Sapulette & Limba, (2021) menyatakan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

**H<sub>1</sub>: *Green accounting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.**

## **2. Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan**

Dengan adanya kepemilikan manajemen terhadap saham perusahaan dapat mengurangi perbedaan kepentingan antara manajemen dan pemegang saham lainnya sehingga permasalahan antara manajemen dan pemegang saham diasumsikan akan hilang apabila seorang manajer juga sekaligus sebagai pemegang saham (Aini, 2019). Kepemilikan saham oleh pihak manajemen secara otomatis akan meningkatkan kinerja para manajer untuk mendapatkan profitabilitas yang maksimal sehingga para pemegang saham akan

memperoleh manfaat yang diharapkan dan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian Nurwahhidah et al., (2019) menyatakan pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan. Hasil penelitian Aini (2019) menunjukkan hasil kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Darmayanti et al. (2018) menyebutkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan Mayangsari (2018) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

**H<sub>2</sub>: Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.**

### **3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Perusahaan yang memiliki efisiensi kinerja perusahaan dan menguntungkan, tentunya memiliki peluang lebih baik menarik investor untuk berinvestasi. Profitabilitas merupakan aspek penting bagi perusahaan untuk mempertahankan keberlangsungan hidup usahanya dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah suatu badan usaha memiliki prospek yang baik dimasa depan (Nursanita et al., 2019). Dapat dikatakan bahwa profitabilitas sangat mempengaruhi nilai perusahaan.

Hasil penelitian Widyastuti et al., (2022) menunjukkan hasil profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian oleh Yoas et al., (2020) menyatakan bahwa dari uji signifikansi terdapat pengaruh yang signifikan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur dari tahun 2014-2018. Hasil yang sama ditunjukkan oleh Nursanita et al., (2019) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan manufaktur tahun 2016-2018. Namun penelitian yang dilakukan oleh Ali & Faroji (2021) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

**H<sub>3</sub>: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.**