

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Sinyal (Signalling Theory)

Teori sinyal (*signaling theory*) pertama kali dikenalkan oleh Michael Spence pada tahun 1973. Menurut Spence, teori sinyal adalah sinyal sebagai upaya pemilik informasi untuk memberikan informasi mengenai gambaran yang jelas tentang perusahaan kepada pihak lain sehingga pihak lain tersebut bersedia menanamkan modalnya kepada perusahaan tersebut. Pengumuman informasi *green accounting* dan profitabilitas yang tinggi menandakan sinyal positif untuk perusahaan memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang sehingga investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut, pasar kemudian merespon pengumuman tersebut yang ditandai dengan berubahnya harga saham dari entitas bisnis tersebut.

Teori sinyal juga menjelaskan motivasi entitas bisnis untuk memberikan informasi mengenai laporan keuangan kepada pihak eksternal dan bukan hanya kepada pihak internal. Pemberian sinyal oleh entitas bisnis dapat dilakukan dengan cara mengungkapkan informasi akuntansi seperti laporan keuangan, catatan atas laporan keuangan, laporan perincian kegiatan yang dilakukan pihak manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik, bahkan hingga informasi lain yang menyatakan bahwa entitas bisnis tersebut lebih baik dari entitas bisnis lain. Sejalan dengan Astuti dkk (2023), mengungkapkan bahwa teori

sinyal menjadi dasar dalam memotivasi perusahaan dalam menyebarkan informasi kinerja perusahaan kepada pemangku kepentingan.

Alasan peneliti menggunakan teori sinyal karena berkaitan dengan variable-variabel dalam penelitian ini. Hubungan teori sinyal dengan nilai perusahaan yaitu nilai perusahaan yang baik dapat menjadi sinyal positif dan sebaliknya nilai perusahaan yang buruk dapat menjadi sinyal negatif. Hal ini berkaitan dengan motivasi investor dalam melakukan investasi untuk memperoleh keuntungan, sehingga perusahaan yang bernilai tidak baik cenderung akan dihindari investor. Investor melakukan analisis mendalam sebelum memutuskan untuk menanamkan modalnya. Mereka hanya akan memilih perusahaan yang memiliki prospek cerah dan nilai yang baik.

2. *Green Accounting*

a. Pengertian *Green Accounting*

Menurut Ikhsan dalam Tampubolon (2022), *green accounting* adalah istilah yang berkaitan dengan dimasukkannya biaya lingkungan (*environmental costs*) ke dalam kegiatan akuntansi perusahaan atau lembaga pemerintah. Biaya lingkungan merupakan konsekuensi finansial dan non-finansial yang ditimbulkan oleh aktivitas yang berdampak negatif terhadap lingkungan.

Lako (2018) mendefinisikan *green accounting* adalah proses mengenali, mengukur, mencatat, meringkas, melaporkan dan

mengungkapkan informasi mengenai objek, transaksi dan peristiwa yang berkaitan dengan aktivitas ekonomi, sosial dan lingkungan yang dilakukan perusahaan terhadap masyarakat dan korporasi itu sendiri.

Dari definisi akuntansi di atas, dapat dikatakan bahwa *green accounting* adalah akuntansi yang mencakup, mengukur, menyajikan, dan mengungkapkan biaya dan manfaat tidak langsung dari kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan masyarakat dan korporasi itu sendiri tentang lingkungan dan sosial.

b. Tujuan *Green Accounting*

Didasarkan teori tiga pilar dasar Elkington dalam Lako (2018), *green accounting* mempunyai tiga pilar dasar. Pertama, akuntansi lingkungan, yaitu akuntansi yang melakukan pengakuan, pengukuran, pencatatan, peringkasan, dan pelaporan transaksi dan peristiwa yang menghasilkan informasi akuntansi tentang lingkungan. Kedua, akuntansi sosial, yaitu akuntansi yang mengakui, mengukur, mencatat, meringkas, dan melaporkan kegiatan transaksi atau peristiwa sosial masyarakat yang menghasilkan informasi akuntansi tentang sosial. Ketiga, akuntansi keuangan, yaitu akuntansi yang melakukan pengakuan, pengukuran, pencatatan, peringkasan, dan pelaporan transaksi dan peristiwa keuangan yang menghasilkan informasi akuntansi tentang keuangan.

Berdasarkan tiga pilar tersebut, *green accounting* bertujuan untuk meningkatkan menyajikan informasi dari akuntansi keuangan, akuntansi sosial dan akuntansi lingkungan secara terpadu menjadi satu agar bisa digunakan oleh pihak-pihak yang berkepentingan dalam penilaian dan pengambil keputusan dalam investasi. *Green accounting* membuka mata perusahaan terhadap dampak nyata dari aktivitasnya terhadap lingkungan, dalam bentuk angka. *Green accounting* diterapkan untuk mencapai berbagai tujuan, seperti:

- 1) Mendorong pertanggung jawaban entitas dan meningkatkan transparansi lingkungan.
- 2) Membantu entitas dalam menetapkan strategi untuk menanggapi isu lingkungan hidup dalam konteks hubungan entitas dengan masyarakat dan terlebih dengan kelompok-kelompok penggiat (*activist*) atau penekan (*pressure group*) terkait isu lingkungan.
- 3) Memberikan citra yang lebih positif sehingga entitas dapat memperoleh dana dari kelompok dan individu, seiring dengan tuntutan etis dari investor yang semakin meningkat.
- 4) Mendorong konsumen untuk membeli produk hijau dan dengan demikian membuat entitas memiliki keunggulan pemasaran yang lebih kompetitif dibandingkan dengan entitas yang tidak melakukan pengungkapan.

- 5) Menunjukkan komitmen entitas terhadap usaha perbaikan lingkungan hidup.
- 6) Mencegah opini negatif publik mengingat perusahaan yang berusaha pada area yang berisiko tidak ramah lingkungan pada umumnya akan menerima tantangan dari masyarakat.

c. Karakteristik *Green Accounting*

Lako (2018), menyatakan bahwa terdapat tiga karakteristik kualitatif khusus dari informasi *green accounting* yang sangat bermanfaat dalam evaluasi penilaian pengambilan keputusan bagi para penggunanya. Ketiga karakteristik khusus tersebut, yaitu:

- 1) Akuntabilitas, yaitu informasi akuntansi yang ditampilkan dengan memperhitungkan semua aspek informasi entitas, terutama informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab ekonomi, sosial, dan lingkungan entitas, serta biaya (manfaat) dari dampak yang ditimbulkan.
- 2) Terintegrasi dan Komprehensif, yaitu informasi akuntansi yang ditampilkan sebagai hasil integrasi antara informasi akuntansi keuangan dengan informasi akuntansi sosial dan lingkungan yang disajikan secara komprehensif dalam satu paket pelaporan akuntansi.
- 3) Transparan, yaitu informasi akuntansi yang terintegrasi harus disajikan secara jujur, akuntabel, dan transparan agar tidak menyesatkan para pengguna dalam evaluasi, penilaian, dan pengambilan keputusan ekonomi dan non ekonomi.

d. Komponen Laporan *Green Accounting*

Lako (2018), mengungkapkan bahwa walaupun secara umum komponen-komponen laporan keuangan dalam akuntansi keuangan konvensional tidak jauh berbeda dengan komponen laporan keuangan *green accounting*, tetapi terdapat beberapa akun krusial yang membedakan antara *green accounting* dengan akuntansi keuangan konvensional, yaitu sebagai berikut:

- 1) Dengan menerapkan TJSLP, CSR, dan green business, perusahaan tak hanya berkontribusi pada kelestarian lingkungan, tetapi juga memperkaya struktur asetnya dengan aset-aset "berharga" seperti sumber daya alam, investasi sosial dan lingkungan, dan investasi hijau. Secara umum, struktur aset perusahaan dalam konstruksi *green accounting* meliputi aset lancar, investasi finansial, aset tetap, aset sumber daya alam, investasi sosial dan lingkungan, aset tak berwujud, dan aset lainnya.
- 2) Dalam 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. Perusahaan dapat memiliki liabilitas sosial dan lingkungan jangka pendek atau jangka panjang, tergantung pada sifat dan jangka waktu komitmennya.
- 3) Dalam 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.

- 4) Dalam 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, lingkungan, dan *greening costs* dapat bersifat periodik atau temporer, tergantung pada sifat program atau aktivitas yang dilakukan.

e. Pengukuran *Green Accounting*

Menurut Lako (2018), tidak ada pengukuran pasti untuk merumuskan bagaimana metode dalam mengukur *green accounting* dalam suatu perusahaan. Tingkat kinerja lingkungan yang baik akan berdampak pula pada *green accounting* yang baik. *Green accounting* yang berhubungan dengan kinerja lingkungan dapat diukur menggunakan kriteria penilaian PROPER.

Kinerja lingkungan perusahaan dapat diukur dari pencapaian perusahaan peserta program PROPER yang merupakan salah satu program yang dilakukan Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong tata kelola perusahaan dalam pengelolaan lingkungan melalui instrumen informasi. Yang menjadi dasar penghargaan PROPER adalah penilaian kinerja tanggung jawab bisnis dalam:

- 1) Pencegahan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup.

- 2) Penanggulangan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup.
- 3) Pemulihan pencemaran dan/ atau kerusakan lingkungan hidup.

Dalam PROPER, penilaian kinerja lingkungan diukur menggunakan warna, penilaian tersebut dimulai dari predikat warna terbaik emas, lalu hijau, biru, merah hingga predikat warna terburuk hitam. Hasil penilaian tersebut akan diumumkan secara rutin setiap tahunnya kepada masyarakat sehingga masyarakat dan calon investor dapat mengetahui tingkat pengelolaan lingkungan pada entitas bisnis hanya dengan melihat warna yang ada. Lebih lengkapnya, kriteria penilaian PROPER dapat dilihat pada Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup No. 1 Tahun 2021 tentang Program Penilaian Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan. Menurut Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, peringkat kinerja PROPER dapat dibedakan menjadi lima warna sebagai berikut:

- 1) Emas; Sangat Baik; Skor 5

Bagi usaha dan/atau kegiatan yang secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan (*environmental excellence*) dalam proses produksi dan/atau jasa, menjalankan usaha yang beretika dan bertanggung jawab kepada masyarakat.

2) Hijau; Baik; Skor 4

Bagi usaha dan kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (*beyond compliance*) melalui penerapan sistem manajemen lingkungan, efisiensi penggunaan sumber daya melalui upaya 4R (*Reduce, Reuse, Recycle, and Recovery*), dan melaksanakan upaya tanggung jawab sosial (CSR) dengan baik.

3) Biru; Cukup; Skor 3

Hanya usaha dan/atau kegiatan yang memenuhi kriteria pengelolaan lingkungan yang baik dan patuh terhadap regulasi yang dapat memperoleh keuntungan tersebut.

4) Merah; Buruk; Skor 2

Upaya pengelolaan lingkungan hidup tidak sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan dan dalam penerapan sanksi administratif.

5) Hitam; Sangat Buruk; Skor 1

Bagi pelaku usaha dan atau mereka yang dengan sengaja melakukan perbuatan atau pembiaran yang mengakibatkan terjadinya pelanggaran dan atau perusakan lingkungan hidup serta pelanggaran peraturan perundang-undangan yang berlaku atau tidak melaksanakan sanksi administratif.

3. Profitabilitas

Profitabilitas adalah alat ukur menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Ekawati (2023), mengungkapkan bahwa profitabilitas digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dengan memaksimalkan sumber daya yang dimiliki di masa kini maupun masa mendatang. Tujuan profitabilitas terkait dengan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang maksimal bagi pemilik perusahaan dan investor agar para pemilik modal dapat terus menyediakan modal bagi perusahaan. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan dapat menarik investor untuk menginvestasikan dananya, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya. Bagi perusahaan profitabilitas dapat digunakan sebagai evaluasi atas efektivitas kegiatan pengelolaan entitas tersebut. Tingkat profitabilitas yang tinggi menjadi sinyal kinerja suatu perusahaan berjalan dengan baik, sedangkan ketika laba perusahaan rendah, investor menganggap kinerja perusahaan dan manajernya sama-sama buruk.

Rasio keuangan yang menggambarkan profitabilitas disebut rasio profitabilitas, yaitu rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aset dan modal sendiri. Semakin baik rasio profitabilitas, maka semakin baik dalam menggambarkan kemampuan perolehan keuntungan perusahaan.

Menurut Siswanto (2021), rasio profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan beberapa cara sebagai berikut:

a. *Return On Assets*

ROA adalah tolok ukur seberapa efektif perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari asetnya sendiri. Rumus ROA adalah:

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Earnings After Tax}}{\text{Total Assets}}$$

b. *Return On Equity*

ROE adalah tolok ukur seberapa efektif perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari modalnya sendiri. Rumus ROE adalah:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Earnings After Tax}}{\text{Total Equity}}$$

c. *Profit Margin Ratio*

Profit Margin Ratio menunjukkan seberapa besar keuntungan yang dihasilkan perusahaan dari setiap rupiah penjualan. Profit margin ratio dibedakan menjadi:

1) *Net Profit Margin*

NPM menunjukkan seberapa besar keuntungan bersih yang dihasilkan perusahaan dari setiap rupiah penjualan. Rumus NPM adalah

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Earnings After Tax}}{\text{Sales}}$$

2) *Operating Profit Margin*

OPM menunjukkan seberapa besar keuntungan yang dihasilkan perusahaan sebelum dibebani bunga dan pajak dari setiap rupiah penjualan. Rumus OPM adalah:

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Earnings Befoter Interest and Tax}}{\text{Sales}}$$

3) *Gross Profit Margin*

GPM menunjukkan seberapa besar keuntungan kotor yang dihasilkan perusahaan dari setiap rupiah penjualan. Rumus GPM adalah:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Gross Profit}}{\text{Sales}}$$

d. *Basic Earning Power*

BEP menunjukkan seberapa efektif perusahaan dalam menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) dari setiap rupiah aset yang dimilikinya. Rumus BEP adalah:

$$\text{Basic Earning Power} = \frac{\text{Earnings Befoter Interest and Tax}}{\text{Total Assets}}$$

4. **Nilai Perusahaan**

Bagi perusahaan, meningkatkan nilai perusahaan adalah hal sangat penting, karena dalam tujuan meningkatkan nilai perusahaan juga berarti memaksimalkan prinsip-prinsip yang ada perusahaan. Nilai

perusahaan adalah cara pandang investor akan kesuksesan dan keberhasilan perusahaan yang sering ditunjukkan melalui harga saham. Semakin tinggi harga saham, maka nilai perusahaannya juga akan tinggi. Harga saham yang tinggi juga akan diikuti dengan kenaikan return perusahaan.

Harmono dalam Ningrum (2021) menyatakan bahwa harga saham perusahaan di pasar bagaikan cermin yang memantulkan penilaian publik terhadap kinerja keuangan perusahaan secara riil. Sedangkan menurut Harrison dalam Tampubolon (2022) adalah harga atau nilai di mana seseorang dapat menjual atau membeli sebuah saham. Nilai pasar yang ada bervariasi sesuai dengan laba yang dihasilkan perusahaan, posisi keuangan dan prospek masa mendatang, serta kondisi dan stabilitas ekonomi secara umum. Dalam hampir semua kejadian, seorang investor atau pemegang saham lebih mementingkan nilai pasar dan juga nilai saham.

Menurut Adeline & Jogi dalam Istiqomah (2022) menjelaskan terdapat konsep-konsep nilai perusahaan yang menjelaskan nilai perusahaan, yaitu:

- a. Nilai nominal adalah angka yang tertera pada saham atau surat berharga lainnya, dan dicantumkan dalam anggaran dasar perusahaan dan neraca.
- b. Nilai pasar, atau kurs, adalah harga yang terbentuk dari interaksi antara pembeli dan penjual di bursa saham. Nilai perusahaan bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.

- c. Nilai intrinsik mencerminkan nilai riil perusahaan di luar fluktuasi harga pasar. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga sekumpulan aset, tetapi nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.
- d. Nilai buku merupakan perkiraan nilai perusahaan berdasarkan aset dan liabilitasnya, seperti yang dicatat dalam neraca. Secara umum, dihitung dengan membagi selisih antara total aset dan total hutang dengan jumlah saham beredar
- e. Nilai likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajibannya dengan cepat melalui penjualan asetnya. Nilai likuiditas dapat dihitung berdasarkan neraca performa yang dibuat ketika suatu perusahaan akan likudasi.

Nilai perusahaan dapat diukur secara objektif melalui analisis harga saham dan penggunaan rasio penilaian yang tepat. Nilai perusahaan dapat diukur dengan beberapa cara yaitu:

1) *Price Earning Ratio* (PER)

PER merupakan rasio keuangan yang mengukur hubungan antara harga pasar saham perusahaan dengan laba bersih per lembar sahamnya. Rumus PER adalah:

$$\text{Price Earnings (PER)} = \frac{\text{Market Price Per Share}}{\text{Earning Per Share}}$$

2) *Price to Book Value* (PBV)

PBV adalah rasio keuangan yang membandingkan harga pasar saham perusahaan dengan nilai bukunya. Rumus PBV adalah:

$$\text{Price to Book Value (PBV)} = \frac{\text{Market Price Per Share}}{\text{Book Value Per Share}}$$

3) *Tobin's Q*

Tobin's Q adalah rasio keuangan yang membandingkan nilai pasar ekuitas perusahaan dengan nilai buku ekuitasnya. Rumus *Tobin's*

Q adalah:

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Keterangan:

Q = nilai perusahaan

EMV = nilai pasar ekuitas

EBV = nilai buku dari total aktiva

D = nilai buku dari total hutang

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dibangun di atas fondasi penelitian-penelitian sebelumnya dan bertujuan untuk memperluas pengetahuan yang telah ada. Berbagai hasil penelitian terdahulu akan menjadi sumber referensi untuk penelitian selanjutnya. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu:

Tabel 2.1
Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama & Judul Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Shella Gilby Sapulette, dan Franco Benony Limba (2021) Pengaruh Penerapan <i>Green Accounting</i> dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020	X1= <i>Green Accounting</i> = <i>Dummy</i> (Pengungkapan Biaya Lingkungan) X2=Kinerja Keuangan= Peringkat PROPER Y=Nilai Perusahaan= <i>Tobin's Q</i>	a. <i>Green accounting</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan b. Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	a. Menambahkan variabel profitabilitas. b. Rasio nilai perusahaan menggunakan <i>Price to Book Value</i> .
2	Michael Saputra Tampubolon (2022) Pengaruh Penerapan <i>Green Accounting</i> dan Perputaran Aset Terhadap Nilai perusahaan Pada Perusahaan Sektor Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020	X1= <i>Green Accounting</i> = Peringkat PROPER X2=Perputaran Aset= Total Asset Turnover Y= Nilai Perusahaan= <i>Price to Book Value</i>	a. <i>Green accounting</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. b. Perputaran aset berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.	a. Menambahkan variabel profitabilitas.
3	Elvina Yuliani, dan Budi Prijanto (2022) Pengaruh Penerapan	X1= <i>Green Accounting</i> = Peringkat PROPER	a. Penerapan <i>green accounting</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	a. Tidak menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderating.

	<p><i>Green Accounting</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Sub Sektor Tambang Batubara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021</p>	<p>X2=Profitabilitas=<i>Price to Earning Ratio</i></p> <p>Y=Nilai Perusahaan=<i>Net Profit Margin</i></p>	<p>b. Profitabilitas tidak mampu memoderasi (memperlemah) hubungan antara penerapan green accounting terhadap nilai perusahaan.</p>	<p>b. Rasio profitabilitas menggunakan <i>Return On Equity</i>.</p> <p>c. Rasio nilai perusahaan menggunakan <i>Price to Book Value</i>.</p>
4	<p>Wawan Cahyo Nugroho (2023)</p> <p>Efek Mediasi Profitabilitas pada Pengaruh <i>Green Accounting</i> terhadap Nilai Perusahaan</p>	<p>X1= <i>Green Accounting</i>= Dummy (Pengungkapan Biaya Lingkungan)</p> <p>X2=Profitabilitas=<i>Return On Equity</i></p> <p>Y=Nilai Perusahaan=<i>Tobin' s Q</i></p>	<p>a. <i>Green accounting</i> berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>b. Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.</p>	<p>a. <i>Green Accounting</i> diukur menggunakan peringkat PROPER.</p> <p>b. Rasio nilai perusahaan menggunakan <i>Price to Book Value</i>.</p> <p>c. Tidak menggunakan profitabilitas sebagai variabel mediasi</p>
5	<p>Ni Komang Nilawati Astuti, Ni Luh Putu Sri Purnama Pradnyani, dan Putu Aristya Adi Wasita (2023)</p> <p>Pengaruh Penerapan <i>Green</i></p>	<p>X1= <i>Green Accounting</i>= Biaya Lingkungan dibagi Laba Bersih Setelah Pajak</p> <p>X2=Profitabilitas=<i>Return On Equity</i></p> <p>X3=CSR= <i>Global Reporting Initiative (GRI)-G4</i></p>	<p>a. <i>green accounting</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>b. profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.</p>	<p>a. <i>Green Accounting</i> diukur menggunakan peringkat PROPER.</p> <p>b. Rasio nilai perusahaan menggunakan <i>Price to Book Value</i>.</p>

	<i>Accounting, Profitabilitas, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan.</i>	Y=Nilai Perusahaan= <i>Tobin' s Q</i>	c. CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan	
--	---	---------------------------------------	--	--

Sumber: Data olahan peneliti (2024)

C. Kerangka Teori

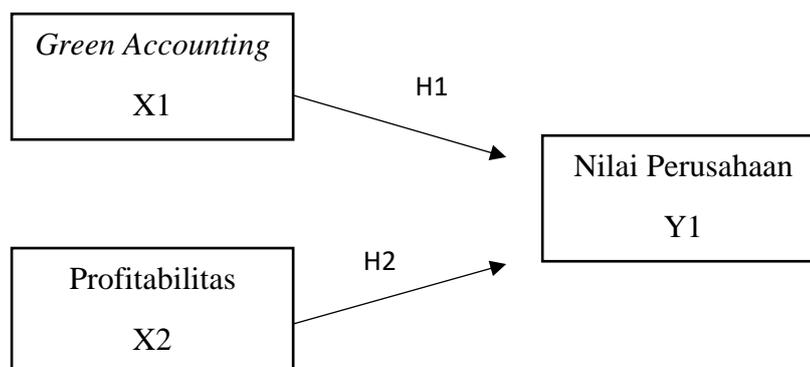
Perusahaan dalam melakukan kegiatannya pasti akan mempengaruhi penggunaan sumber daya alam, terutama sumber daya alam yang sering digunakan memenuhi kebutuhan makhluk hidup dan membutuhkan waktu yang lama untuk diperbarui. Maka dari itu, kepedulian masyarakat akan kelestarian lingkungan yang semakin meningkat menjadi pendorong perusahaan untuk selalu memperhatikan kinerjanya dalam tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Tingkat kinerja lingkungan yang baik akan berdampak pula pada *green accounting* yang baik. Hal ini menjadi sinyal positif kepada para pemegang kepentingan khususnya para pemegang saham, kreditur serta masyarakat luas. Dengan memperhatikan hal tersebut, diharapkan mampu meningkatkan nilai perusahaan dengan memperhatikan potensi finansial dan non finansial supaya keberlangsungan hidup perusahaan tetap terjaga.

Perusahaan pasti mempunyai tujuan untuk meningkatkan laba atau keuntungan. Manajemen yang terdapat dalam suatu perusahaan akan bekerja semaksimal mungkin agar dapat mencapai target yang telah direncanakan untuk menentukan pertumbuhan kinerja perusahaan. Salah satu indikator yang menjadi sebuah pertimbangan seorang investor adalah

rasio profitabilitas. Kemampuan perusahaan untuk memaksimalkan sumber daya dan menghasilkan laba diukur melalui profitabilitas. Nugroho (2023), menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Tingkat profitabilitas yang tinggi dapat meningkatkan potensi perusahaan untuk memberikan dividen yang tinggi kepada para pemegang sahamnya. Semakin tinggi pembagian dividen perusahaan akan menjadi sinyal positif untuk mampu menarik minat investor dalam menanamkan modalnya dan membuat nilai perusahaan semakin meningkat.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka terbentuk kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Penelitian



D. Hipotesis

1. Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan

Semakin baik kinerja lingkungan perusahaan semakin baik pula *green accounting* perusahaan. Pengukuran *green accounting* dapat dilihat dari adanya penghargaan yang diberikan oleh pemerintah melalui program PROPER. Program tersebut diharapkan mampu mengubah pandangan

investor terhadap citra sebuah perusahaan. Pencapaian yang didapatkan biasanya akan dibanggakan oleh perusahaan melalui laporan rutin tahunan perusahaan. Ketika sebuah perusahaan bisa rutin mengungkapkan kinerja lingkungannya dan mematuhi segala peraturan yang ada, maka menjadi daya tarik investor untuk berinvestasi melalui saham pada perusahaan bercitra baik sehingga akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Hal itu dibuktikan dalam penelitian Erlangga dkk (2021); Tampubolon (2022); dan Istiqomah (2022) menyatakan bahwa penerapan *green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas mencerminkan rasio yang menggambarkan bagaimana kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba yang berhubungan dengan hasil penjualan maupun modal yang dimiliki perusahaan dan akan menghasilkan nilai bagi perusahaan, sehingga hal tersebut menjadi acuan bagi investor jangka panjang. Profitabilitas memiliki dampak positif pada nilai perusahaan karena menjadi sinyal positif untuk daya tarik bagi investor. Rasio laba yang tinggi mencerminkan performa yang baik, sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat seiring meningkatnya profitabilitas. Hal itu dibuktikan dalam penelitian Astuti dkk (2023); Ekawati (2023); dan Dewi & Narayana (2020) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh

terhadap nilai perusahaan. Sehingga peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.