

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 *Green Accounting*

2.1.1.1 Pengertian *Green Accounting*

Menurut Cohen & Robins (2011:3) akuntansi lingkungan (*green accounting*) adalah:

“Akuntansi lingkungan ialah jenis akuntansi yang memasukan biaya dan manfaat tidak langsung dari aktivitas ekonomi, seperti dampak lingkungan dan konsekuensi kesehatan dari perencanaan serta keputusan bisnis”.

Sedangkan Sebastian (2022) menjelaskan *green accounting* adalah:

“*Green accounting is sometimes known as environmental accounting, is the practice of including information about a company’s impact on the environment in the financial statements. Stakeholders including governments, banks, and financial statements are updated on the company’s efforts to protect the environment*”.

Menurut Lolo & Rum (2019:30) menjelaskan akuntansi lingkungan (*green accounting*) sebagai berikut:

“Ada beberapa keuntungan yang dibawa oleh akuntansi lingkungan ke dalam bisnis; terutama, biaya lengkap, termasuk perbaikan lingkungan dan konsekuensi lingkungan jangka panjang dan eksternalitas dapat diukur dan ditangani. Akuntansi lingkungan merupakan salah satu alat untuk membantu perusahaan memahami kemungkinan kewajiban lingkungan yang akan

timbul di masa yang akan datang. Ada banyak perusahaan yang terlibat dalam penyumbang bahan kimia dan limbah pencemar seperti menjadi hitam, dan menyebabkan penangkalan dan kerus. Pelaporan negatif ini dapat meruikan perusahaan karean citra perusahaan semakin buruk. Selain itu, kurangnya kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dapat menyebabkan timbulnya kewajiban lingkungan di kemudian hari”.

Menurut Lako (2011:3) dalam bukunya menjelaskan bahwa akuntansi hijau (*green accounting*) adalah sebagai berikut:

“Suatu proses pengakuan, pengukuran nilai, pencatatan, peringkasan, pelaporan, dan pengungkapan secara terintegritas terhadap objek, transaksi, atau peristiwa keuangan, sosial, dan lingkungan dalam proses akuntansi agar menghasilkan informasi akuntansi keuangan, sosial, dan lingkungan yang utuh, terpadu, dan relevan yang bermanfaat bagi para pemakai dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan ekonomi dan non-ekonomi”.

Definisi *green accounting* lainnya juga dikemukakan oleh Aniela (2012) sebagai berikut:

“*Green Accounting* merupakan akuntansi yang didalamnya mengidentifikasi, mengukur, menyajikan, dan mengungkapkan biaya-biaya terkait dengan aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan”.

2.1.1.2 Fungsi dan Peran *Green Accounting*

Menurut Santoso (2012) dalam Hidayati (2016), pentingnya praktek akuntansi lingkungan bagi perusahaan berkaitan dengan fungsi internal dan fungsi eksternal. Sebagai berikut:

- 1) “Fungsi Internal
Fungsi internal merupakan fungsi yang berkaitan dengan pihak internal perusahaan sendiri dimana pimpinan perusahaan merupakan orang yang bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan yang berfungsi sebagai alat manajemen yang digunakan oleh manajer perusahaan.
- 2) Fungsi Eksternal
Fungsi eksternal berkaitan dengan dengan aspek pelaporan keuangan perusahaan dimana pelaporan keuangan memberikan informasi yang bermanfaat untuk stakeholder atas pemakaian sumber ekonomi yang dipercayakan kepadanya”.

2.1.1.3 Tujuan *Green Accounting*

Menurut Hermiyetti dan Dondokambey (2012) dalam Wanggono, (2016) tujuan akuntansi lingkungan adalah:

- 1) Sebagai alat manajemen lingkungan
Untuk menilai keefektifan kegiatan konservasi berdasarkan ringkasan dan klasifikasi biaya-biaya konservasi lingkungan. Data akuntansi lingkungan juga digunakan untuk menentukan biaya fasilitas pengelolaan lingkungan, menilai tingkat dan capaian tiap tahun agar menjamin perbaikan kinerja lingkungan yang berlangsung secara terus-menerus.
- 2) Sebagai alat komunikasi dengan masyarakat
Akuntansi lingkungan digunakan untuk menyampaikan dampak yang disampaikan kepada publik. Tanggapan dan pandangan terhadap akuntansi lingkungan dari para pelanggan dan masyarakat digunakan sebagai umpan balik perusahaan dalam pengelolaan lingkungan”.

2.1.1.4 Karakteristik *Green Accounting*

Menurut Andreas Lako (2018:102) terdapat tiga karakteristik kualitatif khusus dari informasi akuntansi hijau yang sangat bermanfaat dalam evaluasi penilaian pengambilan keputusan bagi para pemakai yaitu sebagai berikut:

- 1) “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.
- 2) Terintegrasi 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.
- 3) 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 non ekonomi”.

2.1.1.5 Komponen Laporan *Green Accounting*

Menurut Andreas Lako (2018:103) secara umum, komponen-komponen Laporan Akuntansi Hijau atau Laporan Keuangan Hijau tidak jauh berbeda dengan

komponen-komponen laporan keuangan dalam akuntansi keuangan konvensional yang selama ini menjadi basis dan digunakan dalam IAS-IFRS dan SAK. Yaitu asset, liabilitas, ekuitas pemilik, pendapatan, biaya, dan laba. Namun ada beberapa akun krusial yang membedakan Akuntansi Hijau dengan akuntansi keuangan konvensional, yaitu sebagai berikut:

- 1) “Dalam struktur asset entitas yang melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan (TJSLP), CSR, dan *green business* akan muncul akun-akun baru seperti asset sumber daya alam, investasi sosial dan lingkungan, investasi hijau, atau investasi CSR dibawah kelompok asset tetap. Secara umum, struktur asset perusahaan dalam konstruksi Akuntansi Hijau meliputi asset lancar, investasi finansial, asset tetap, asset sumber daya alam, investasi sosial dan lingkungan, asset tak berwujud, dan asset 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. Liabilitas sosial kontinjen dan liabilitas lingkungan kontinjen tersebut bisa bersifat jangka pendek atau jangka panjang tergantung pada komitmen perusahaan untuk memenuhinya.
- 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 dan biaya lingkungan, atau biaya penghijauan perusahaan (*greening costs*) yang bersifat periodic 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”.

2.1.1.6 Peraturan terkait *Green Accounting*

Menurut (Kusumaningtias, 2013) ada beberapa peraturan mengenai *Green Accounting* sebagai berikut:

- 1) “Undang-Undang No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. UU ini mengatur tentang kewajiban setiap orang yang berusaha atau berkegiatan untuk menjaga, mengelola, dan memberikan informasi

- yang benar dan akurat mengenai lingkungan hidup. Akibat hukum juga telah ditentukan bagi pelanggaran yang menyebabkan pencemaran dan merusak lingkungan hidup.
- 2) Undang-Undang No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Dalam UU ini diatur kewajiban bagi setiap penanam modal berbentuk badan usaha atau perorangan untuk melaksanakan tanggungjawab sosial perusahaan, menjaga kelestarian lingkungan hidup dan menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar. Pelanggaran terhadap kewajiban tersebut dapat dikenai sanksi berupa peringatan tertulis, pembatasan, pembekuan, dan pencabutan kegiatan dan/atau fasilitas penanaman modal.
 - 3) Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. UU ini mewajibkan bagi perseroan yang terkait dengan sumber daya alam untuk memasukkan perhitungan tanggungjawab sosial dan lingkungan sebagai biaya yang dianggarkan secara patut dan wajar. Pelanggaran terhadap hal tersebut akan dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
 - 4) Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan No: KEP134/BL/2006 tentang Kewajiban Penyampaian Laporan Tahunan bagi Emiten atau Perusahaan Publik. UU ini mengatur mengenai kewajiban laporan tahunan yang memuat Tata Kelola Perusahaan (Corporate Governance) harus menguraikan aktivitas dan biaya yang dikeluarkan berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan.
 - 5) Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 32 (Akuntansi Kehutanan) dan No. 33 (Akuntansi Pertambangan Umum). Kedua PSAK ini mengatur tentang kewajiban perusahaan dari sektor pertambangan dan pemilik Hak Pengusaha Hutan (HPH) untuk melaporkan item-item lingkungannya dalam laporan keuangan.
 - 6) Peraturan Bank Indonesia No. 7/2/PBI/2005 tentang Penetapan Peringkat Kualitas Aktiva Bagi Bank Umum. Dalam aturan ini aspek lingkungan menjadi salah satu syarat dalam pemberian kredit. Setiap perusahaan yang ingin mendapatkan kredit perbankan, harus mampu memperlihatkan kepeduliannya terhadap pengelolaan lingkungan. Standar pengukur kualitas limbah perusahaan yang dipakai adalah PROPER. Dengan menggunakan lima peringkat (hitam, merah, biru, hijau, dan emas) perusahaan akan diperingkat berdasarkan keberhasilan dalam pengelolaan limbahnya”.

2.1.1.7 Konsep Model *Green Accounting*

Pelaksanaan green accounting sangat bergantung kepada karakteristik perusahaan tersebut di dalam memahami permasalahan lingkungan hidup. Pemahaman permasalahan lingkungan hidup akan mengarahkan perusahaan di

dalam kebijakannya terutama terkait dengan keselamatan lingkungan hidup (Astuti, 2012).

Ginsberg dan Paul dalam Astuti (2012) memberikan arahan beberapa matrik kondisi perusahaan terkait dengan permasalahan lingkungan hidup di perusahaan. Matrik kondisi perusahaan terkait dengan kebijakan industri ramah lingkungan tersebut adalah sebagaimana dijelaskan berikut ini:

1) *“Lean Green*

Lean Green mencoba untuk menjadi bagian sosial yang baik, tetapi mereka tidak fokus pada publikasi untuk menciptakan produk/jasa yang ramah lingkungan. Meskipun demikian mereka termotivasi untuk mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi melalui aktivitas yang ramah lingkungan, dengan tujuan untuk menciptakan persaingan yang kompetitif dalam hal produk rendah biaya, dan bukan semata untuk keselamatan lingkungan.

2) *Defensive Green*

Defensive Green seringkali menggunakan green marketing sebagai pengukuran yang preventif, suatu respon terhadap krisis atau respon terhadap kegiatan perusahaan pesaing. Mereka berusaha untuk meningkatkan brand image dan mengatasi kerusakan, menyadari bahwa segmen industri ramah lingkungan adalah penting dan menguntungkan. Inisiatif lingkungan mereka mungkin serius dan berkelanjutan, tetapi usaha untuk mempromosikan dan mempublikasikan inisiatif tersebut sporadic dan terkadang temporer dikarenakan mereka tidak memiliki kemampuan untuk membedakan dirinya dengan kompetitor lain pada permasalahan lingkungan hidup tersebut. Perusahaan dalam kondisi ini akan melakukan kegiatan promosi peduli lingkungan hidup dalam skala kecil baik untuk kegiatan-kegiatan tertentu ataupun program-programnya. Sehingga dari sinilah mereka dapat bertahan dan berargumentasi manakala industri mereka dikritik oleh aktivis peduli lingkungan ataupun bahkan pesaing.

3) *Shaded Green*

Shaded Green menginvestasikan dalam jangka panjang, menyeluruh proses industri yang ramah lingkungan yang membutuhkan komitmen tinggi terhadap keuangan dan non keuangan. Perusahaan dengan tipe ini memandang lingkungan sebagai kesempatan untuk mengembangkan inisiatif kebutuhan-pemenuhan produk dan teknologi yang dihasilkan dalam proses yang mengutamakan persaingan yang menguntungkan. Mereka memiliki kemampuan untuk membedakan dirinya dengan sebenarnya pada isu lingkungan ini, tetapi mereka memilih untuk tidak melakukannya disebabkan mereka dapat mencari

keuntungan dengan mengutamakan permasalahan lain selain isu lingkungan. *Shaded green* pada prinsipnya mempromosikan secara langsung kelebihan yang dapat dihitung berkaitan dengan produk mereka melalui saluran yang utama. Keuntungan akan produk/jasa yang ramah lingkungan hanya mereka promosikan sebagai faktor pendukung saja.

4) *Extreme Green*

Filosofi dan nilai yang menyeluruh membentuk perusahaan dalam tipe ini. Isu tentang produk yang ramah lingkungan diintegrasikan secara penuh ke dalam bisnis dan proses siklus daur ulang produk perusahaan ini. Seringkali permasalahan produk ramah lingkungan menjadi tujuan yang mengarahkan perusahaan dari hari ke hari. Praktik yang terjadi tersebut mencakup pendekatan penentuan harga, pengelolaan lingkungan yang berbasis pada TQM dan tentang pengelolaan untuk masalah lingkungan”.

2.1.1.8 Pengukuran *Green Accounting*

Menurut Andreas Lako (2011) belum terdapat pengukuran secara pasti untuk merumuskan bagaimana metode pengukuran, penilaian, pengungkapan, dan penyajian akuntansi lingkungan di sebuah perusahaan. Pengukuran akuntansi lingkungan yang baik akan berakibat pada kinerja lingkungan yang baik juga. Di Indonesia, penerapan kinerja lingkungan diukur dari prestasi perusahaan yang mengikuti Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER), yaitu instrumen yang digunakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup untuk melakukan penilaian dan pemeringkatan ketaatan perusahaan dalam melakukan kinerja lingkungannya (Fitriani, 2013). Pemberian penghargaan PROPER berdasarkan penilaian kinerja penanggung jawab usaha dalam:

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

Adapun kriteria penilaian PROPER yang telah ditentukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dapat dilihat dari Tabel 2.1 dibawah ini:

Tabel 2. 1
Kriteria Penelitian PROPER

KRITERIA PENILAIAN PROPER
<p>Persyaratan Dokumen Lingkungan dan Pelaporannya</p> <p>Perusahaan dianggap memenuhi kriteria ini jika seluruh aktivitasnya sudah dinaungi dalam dokumen pengelolaan lingkungan baik berupa dokumen mengenai Analisis Dampak Lingkungan (AMDAL) Dokumen Pengelolaan dan Pemantauan Kualitas Lingkungan (UKL/UPL) atau dokumen pengelolaan lain yang relevan. Selanjutnya dilakukan penilaian terhadap ketaatan perusahaan dalam melakukan pelaporan terhadap pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan dalam AMDAL dan UKL/UPL.</p>
<p>Pengendalian Pencemaran Air</p> <p>Pada prinsipnya ketaatan terhadap pengendalian pencemaran air dinilai berdasarkan ketentuan bahwa semua pembuangan air limbah ke lingkungan harus memiliki izin. Air limbah yang dibuang ke lingkungan harus melalui titik penataan yang telah ditetapkan. Pada titik penataan tersebut berlaku baku mutu kualitas air limbah yang diizinkan untuk dibuang ke lingkungan. Untuk memastikan air limbah yang dibuang setiap saat tidak melampaui baku mutu maka perusahaan berkewajiban melakukan pemantauan dengan frekuensi dan parameter yang sesuai dengan izin atau baku mutu yang berlaku.</p>
<p>Pengendalian Pencemaran Udara</p> <p>Ketaatan terhadap pengendalian pencemaran udara didasarkan atas prinsip bahwa semua sumber emisi harus diidentifikasi dan dilakukan pemantauan untuk memastikan emisi yang dibuang ke lingkungan tidak melebihi baku mutu yang ditetapkan. Frekuensi dan parameter yang dipantau juga harus memenuhi ketentuan dalam peraturan. Untuk memastikan bahwa proses pemantauan dilakukan secara aman dan valid secara ilmiah maka prasarana sampling harus memenuhi ketentuan peraturan.</p>

Pengelolaan Limbah Bahan Berbahaya dan Beracun (B3)
Ketaatan pengelolaan limbah B3 dinilai sejak tahapan pendataan jenis dan volumenya. Setelah dilakukan pendataan, maka dilakukan pengelolaan lanjutan. Pengelolaan lanjutan harus dilengkapi dengan izin pengelolaan limbah B3. Ketaatan terhadap ketentuan izin pengelolaan limbah B3, merupakan komponen utama untuk menilai ketaatan perusahaan.
Pengendalian Pencemaran Air Laut
Untuk aspek ini, ketaatan utama dilihat dari kelengkapan izin pembuangan air limbah dan ketaatan pelaksanaan pembuangan air limbah sesuai dengan ketentuan dalam izin.

Sumber: <https://proper.menlhk.go.id>

Dengan menggunakan indikator warna emas sebagai peringkat terbaik, diikuti dengan warna hijau, biru, merah dan untuk peringkat terburuk diindikasikan dengan warna hitam. Program ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong pentaatan perusahaan dalam mengelola lingkungan hidup. PROPER diumumkan secara rutin kepada masyarakat, sehingga perusahaan yang dinilai akan mendapat insentif atau disinsentif reputasi, tergantung pada tingkat ketaatannya. Perlu ditingkatkan ukuran kinerja lingkungan untuk memperbaiki kinerja yang telah ada (Astuti, 2012).

Secara umum peringkat kinerja PROPER dibedakan menjadi 5 warna dengan pengertian sebagai berikut:

Tabel 2. 2
Peringkat Kinerja PROPER

PERINGKAT	KETERANGAN
Emas	Untuk usaha dan atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan (environmental excellency) dalam proses produksi dan/atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.
PERINGKAT	KETERANGAN
Hijau	Untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (beyond compliance) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumber daya secara efisien melalui upaya 4R (<i>Reduce, Reuse, Recycle, dan Recovery</i>), dan melakukan upaya tanggung jawab sosial (CSR/Comdev) dengan baik.
Biru	Untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan, yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.
Merah	Bagi mereka yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan tetapi belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.
Hitam	Diberikan kepada mereka yang dalam melakukan usaha dan/atau kegiatannya, telah dengan sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian sehingga mengakibatkan terjadinya pencemaran atau kerusakan lingkungan, serta melanggar peraturan perundang-undangan yang berlaku dan/atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Sumber: <https://www.menlhk.go.id>

Sistem peringkat kinerja PROPER dibagi menjadi 5 (lima) warna yaitu:

- 1) Emas : sangat sangat baik skor = 5

- 2) Hijau : sangat baik skor = 4
- 3) Biru : baik skor = 3
- 4) Merah : buruk skor = 2
- 5) Hitam : sangat buruk skor = 1

2.1.2 Corporate Social Responsibility

2.1.2.1 Pengertian Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan yang diakibatkan oleh kegiatan operasional perusahaan. Saat ini, dunia usaha telah berkembang lebih positif, yang mana perusahaan tidak semata-mata hanya mencari laba namun juga ikut memperhatikan aspek sosial dan lingkungan sekitarnya.

Menurut Tisnawati dan Saefullah (2011:4) CSR merupakan salah satu kegiatan yang perlu untuk diperhatikan oleh perusahaan. Sekalipun terdapat pro dan kontra menyangkut tanggung jawab sosial ini, akan tetapi tanggung jawab sosial dapat diterima secara logis karena perusahaan merupakan bagian dari lingkungan sosial masyarakat.

Adapun definisi menurut ISO 26000 dalam Rusdianto (2019:7) mengenai CSR. Dalam ISO 26000 (draft 3,2007), CSR adalah:

“Responsibility of organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior that contributes to sustainable development, including health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of

behavior; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationship.” Yang artinya: “Tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatan pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh”.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan Bahwa CSR adalah suatu bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan terhadap semua dampak dan keputusan sebagai akibat dari kegiatan operasional yang dilakukan, sehingga ada 3 aspek yang harus diperhatikan perusahaan yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan agar dapat menciptakan citra yang baik dari masyarakat sekitar.

2.1.2.2 Corporate Social Responsibility Disclosure

Menurut Fahmi (2013:293) *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRDI)* diartikan sebagai berikut:

“*Corporate Social Responsibility Disclosure* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan”.

Menurut (Nurkhin, 2009) Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan pengungkapan informasi terkait dengan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial diukur dengan proksi *CSRDI (corporate social responsibility disclosure index)* berdasarkan indikator *GRI (global reporting initiative)*.

2.1.2.3 Faktor-Faktor *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Menurut Rusdianto (2013:44) menjelaskan ada banyak hal yang membuat perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility Disclosure* yaitu:

- 1) “Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang terdapat dalam Undang-Undang.
- 2) Pertimbangan rasionalitas ekonomi.
- 3) Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan.
- 4) Keinginan untuk memenuhi persyaratan peminjaman.
- 5) Pemenuhan kebutuhan informasi kepada masyarakat.
- 6) Sebagai konsekuensi atas ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
- 7) Untuk mengukur kelompok stakeholder yang mempunyai pengaruh yang kuat.
- 8) Untuk mematuhi persyaratan industri tertentu.
- 9) Untuk mendapatkan penghargaan pelaporan tertentu”.

2.1.2.4 Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Sehubungan dengan ruang lingkup CSR. Azheri Busyira (2012:26) mengungkapkan bahwa ada tiga dimensi yang harus diperhatikan, yaitu:

- 1) “*Corporate Philantrophy* adalah usaha-usaha amal yang dilakukan oleh suatu perusahaan, dimana usaha-usaha amal ini tidak berhubungan secara langsung dengan kegiatan normal perusahaan. Usaha-usaha amal ini dapat berupa tanggapan langsung perusahaan atas permintaan dari luar perusahaan atau juga berupa pembentukan suatu badan tertentu.
- 2) *Corporate Responsibility* adalah usaha sebagai wujud tanggung jawab perusahaan ketika sedang mengejar profitabilitas sebagai tujuan perusahaan.
- 3) *Corporate Policy* adalah berkaitan erat dengan bagaimana hubungan perusahaan dengan pemerintah yang berkaitan dengan posisi tawar suatu perusahaan dengan adanya berbagai kebijaksanaan pemerintah yang memengaruhi perusahaan maupun masyarakat secara keseluruhan”.

2.1.2.5 Manfaat *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Menurut Rusdianto (2013:13) menjelaskan bahwa:

“Keputusan perusahaan untuk melaksanakan CSR secara berkelanjutan merupakan keputusan yang rasional. Sebab implementasi program CSR akan menimbulkan efek lingkaran emas yang tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan, melainkan juga *stakeholder*. Bila CSR mampu dijalankan secara efektif maka dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi perusahaan, melainkan juga bagi masyarakat, pemerintah, dan lingkungan”.

Selain itu, Rusdianto (2010:13) juga menjelaskan bahwa terdapat beberapa manfaat *Corporate Social Responsibility* bagi perusahaan yang menerapkannya.

Menurut Rusdianto (2013:13) yaitu:

- 1) “Membangun dan menjaga reputasi perusahaan.
- 2) Meningkatkan citra perusahaan.
- 3) Melebarkan cakupan bisnis perusahaan.
- 4) Mempertahankan posisi merek perusahaan.
- 5) Mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas.
- 6) Kemudahan memperoleh akses terhadap modal (*capital*).
- 7) Meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis.
- 8) Mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*)”.

Partisipasi perusahaan dalam berbagai bentuk tanggung jawab sosial dapat memberikan banyak manfaat bagi perusahaan. Berikut manfaat penerapan CSR oleh suatu perusahaan menurut Nor Hadi (2019:95):

- 1) “Meningkatkan penjualan dan *market share*.
- 2) Memperkuat *brand positioning*.
- 3) Meningkatkan *image* dan pengaruh perusahaan.
- 4) Meningkatkan kemampuan untuk menarik hati, memotivasi, dan memperhatikan (*retain*) karyawan, menurunkan biaya operasional.
- 5) Meningkatkan hasrat bagi investor untuk berinvestasi”.

2.1.2.6 Konsep CSR di Indonesia

Dengan adanya keharusan perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan dan masyarakat akibat dari aktivitas perusahaan, maka *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRSD)* di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas yang tercantum pada pasal 1 ayat 3, yaitu tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah

komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Perusahaan melaporkan *CSR* dengan menerbitkan laporan berkelanjutan (*Sustainability Report*) yang mengungkapkan segala dampak dari aktivitas perusahaan. Untuk membuat laporan yang berisi informasi yang andal, relevan, dan terstandarisasi untuk menilai peluang dan resiko, organisasi dapat menggunakan pedoman yang memungkinkan pengambilan keputusan bisa lebih matang baik di dalam perusahaan maupun pada para pemangku kepentingan. Implementasi *CSR* di Indonesia sendiri masih bersifat sukarela atau hanya sebagai inisiatif dari perusahaan. Tidak ada konsep baku yang dianggap sebagai acuan pokok. Walaupun secara internasional saat ini tercatat sejumlah inisiatif *code of conduct implementasi CSR*, antara lain *Global Reporting Initiative (GRI)* oleh organisasi internasional independent, *Organization for Economic Cooperation and Development* oleh organisasi negara, *Caux Roundtables* oleh organisasi non pemerintah (Maknuun, 2019).

Adanya *Global Reporting Initiative (GRI)* sebagai sebuah dasar penyusunan *sustainability report* dapat mendorong perusahaan dalam penerapannya sebagai cara untuk berkontribusi lebih lanjut terhadap ekonomi global kedepannya. *GRI G4* mencakup indikator kinerja ekonomi, indikator kinerja lingkungan, dan indikator kinerja sosial.

2.1.2.7 Pengukuran *Corporate Social Responsibility*

Menurut Nurkhin (2009) pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan pengungkapan informasi terkait dengan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial diukur dengan proksi *CSRDI* (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*) berdasarkan indikator *GRI* (*Global Reporting Initiatives*) yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari website www.globalreporting.org. Indikator *GRI* terdiri dari 3 fokus utama dalam pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial sebagai dasar *sustainability reporting*. Indikator *GRI* ini dipilih karena merupakan aturan internasional yang telah diakui oleh berbagai perusahaan di dunia.

Pengukuran *CSDRI* ini menggunakan *content analysis* dalam mengukur variety dari *CSDRI* sebagaimana digunakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item *CSR* dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan (Maknuun, 2019). Selanjutnya seluruh item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Pengukuran dilakukan dengan berdasarakan indeks pengungkapan masing-masing perusahaan, dengan rumus perhitungan sebagai berikut:

$$CSR\ I_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan :

$CSR\ I_j$: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan J

N_j : Jumlah item untuk perusahaan j, $N_j = 91$ (Skor Maksimal)

$\sum X_{ij}$: Jumlah total pengungkapan CSR oleh perusahaan

1 : Jika item diungkapkan; 0 = jika item tidak diungkapkan.

Dengan demikian, $0 < CSR_j < 1$

Saat ini banyak perusahaan di Indonesia menggunakan standar GRI Standar yang menyediakan kerangka kerja yang relevan secara globab untuk mendukung pendekatan yang telah terstandarisasi untuk mendorong tingkat transparansi dan konsistensi yang diperlukan dalam memperoleh informasi yang berguna dan dapat dipercaya oleh pasar dan masyarakat.

GRI Standard juga menyediakan panduan mengenai bagaimana menyajikan pengungkapan keberlanjutan dalam format yang berbeda, baik itu laporan keberlanjutan mandiri, laporan terpadu, laporan tahunan, laporan yang membahas norma-norma internasional tertentu atau pelaporan online. Dalam GRI Standard indikator kinerja dibagi menjadi tiga komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup dan sosial. Kategori sosial mencakup hak asasi manusia, praktek ketenagakerjaan, dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk dan masyarakat. Total indikator yang terdapat dalam GRI mencapai 116 item. (www.globalreporting.org)

Dalam melakukan penilaian pengungkapan CSR perlu adanya item-item yang diberikan skor, mengacu pada indikator kinerja yang disebutkan GRI Standard sebagai berikut:

Tabel 2. 3
116 Indikator Berdasarkan GRI Standard 2021

GRI 2 : Pengungkapan Umum	
	2-1 Rincian Organisasi
	2-2 Entitas yang dimasukkan dalam pelaporan berkelanjutan
	2-3 Periode, frekuensi dan titik kontak pelaporan
	2-4 Penyajian kembali Informasi
	2-5 Penjamin Eksternal
	2-6 Aktivitas, rantai nilai dan hubungan bisnis lainnya
	2-7 Tenaga kerja
	2-8 Pekerja yang bukan pekerja langsung
	2-9 Struktur dan komposisi tata kelola
	2-10 Pencalonan dan pemilihan badan tata kelola tertinggi
	2-11 Ketua badan tata kelola tertinggi
	2-12 Peran badan tata kelola tertinggi dalam mengawasi manajemen dampak
	2-13 Delegasi tanggung jawab untuk mengelola dampak
	2-14 Peran badan tata kelola tertinggi dalam pelaporan keberlanjutan
	2-15 Konflik kepentingan
	2-16 Komunikasi masalah penting
	2-17 Pengetahuan kolektif badan tata kelola tertinggi
	2-18 Evaluasi kinerja badan tata kelola tertinggi
	2-19 Kebijakan remunerasi
	2-20 Proses untuk menentukan remunerasi
	2-21 Rasio kompensasi total tahunan
	2-22 Pernyataan tentang strategi pembangunan berkelanjutan
	2-23 Komitmen kebijakan
	2-24 Menanamkan komitmen kebijakan
	2-25 Proses untuk memperbaiki dampak negatif
	2-26 Mekanisme untuk mencari nasihat dan mengemukakan masalah
	2-27 Kepatuhan terhadap hukum dan peraturan

	2-28 Asosiasi keanggotaan
	2-29 Pendekatan untuk keterlibatan pemangku kepentingan
	2-30 Perjanjian perundingan kolektif
GRI 3: Topik Material 2021	
	3-1 Proses untuk menentukan topik material
	3-2 Daftar Topik Material
	3-3 Manajemen topik material
GRI 201: Kinerja Ekonomi (2016)	
	201-1 Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
	201-2 Implikasi finansial serta risiko dan peluang lain akibat dari perubahan iklim
	201-3 Kewajiban program pensiun manfaat pasti dan program pensiun lainnya
	201-4 Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
GRI 202-KEBERADAAN PASAR (2016)	
	202-1 Rasio standar upah karyawan entry-level berdasarkan jenis kelamin terhadap upah minimum regional
	202-2 Proporsi manajemen senior yang berasal dari masyarakat lokal
GRI 203-DAMPAK EKONOMI TIDAK LANGSUNG (2016)	
	203-1 Investasi infrastruktur dan dukungan layanan
	203-2 Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan
GRI 204- PRAKTIK PENGADAAN (2016)	
	204-1 Proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal
GRI 205-ANTI KORUPSI (2016)	
	205-1 Operasi-operasi yang dinilai memiliki risiko terkait korupsi
	205-2 Komunikasi dan pelatihan tentang kebijakan dan prosedur antikorupsi
	205-3 Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
GRI 206- PERILAKU ANTI-PERSAINGAN (2016)	
	206-1 Langkah-langkah hukum untuk perilaku anti persaingan, praktik anti trust dan monopoli

GRI 207- PAJAK (2019)	
	207-1 Pendekatan terhadap pajak
	207-2 Tata kelola, pengendalian dan manajemen risiko pajak
	207-3 Keterlibatan pemangku kepentingan dan pengelolaan perhatian yang berkaitan dengan pajak
	207-4 Laporan per-negara
GRI 301- MATERIAL (2016)	
	301-1 Material yang digunakan berdasarkan berat dan volume
	301-2 Material input dari daur ulang yang digunakan
	301-3 Produk reclaimed dan material kemasannya
GRI 302- ENERGI (2016)	
	302-1 Konsumsi energi di dalam organisasi
	302-2 Konsumsi energi di luar organisasi
	302-3 Intensitas energi
	302-4 Pengurangan konsumsi energi
	302-5 Pengurangan pada energi yang dibutuhkan untuk produk dan jasa
GRI 303- AIR DAN EFLUEN (2018)	
	303-1 Interaksi dengan air sebagai sumber daya bersama
	303-2 Manajemen dampak yang berkaitan dengan pembuangan air
	303-3 Pengambilan air
	303-4 Pembuangan air
	303-5 Konsumsi air
GRI 304-KEANEKARAGAMAN HAYATI (2016)	
	304-1 Lokasi operasional yang dimiliki,disewa, dikelola, atau berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
	304-2 Dampak signifikan dari kegiatan, produk, dan jasa pada kegiatan keanekaragaman hayati
	304-3 Habitat yang dilindungi atau direstorasi
	304-4 Spesies Daftar Merah IUCN dan spesies daftar konservasi nasional dengan habitat dalam wilayah yang terkena efek operasi
GRI 305-EMISI (2016)	

	305-1 Emisi GRK (cakupan 1) langsung
	305-2 Emisi energi GRK (cakupan 2) tidak langsung
	305-3 Emisi GRK (cakupan 3) tidak langsung lainnya
	305-4 Intensitas emisi GRK
	305-5 Pengurangan emisi GRK
	305-6 Emisi zat perusak ozon (ODS)
	305-7 Nitrogen oksida (NO ₂), Sulfur Oksida (SO ₂), dan emisi udara yang signifikan lainnya
GRI 306- LIMBAH (2020)	
	306-1 Timbulan sampah dan dampak signifikan
	306-2 Pengelolaan dampak signifikan terkait limbah
	306-3 Limbah yang dihasilkan
	306-4 Limbah yang dialihkan
	306-5 Limbah diarahkan ke pembuangan
GRI 308-PENILAIAN LINGKUNGAN PEMASOK (2016)	
	308-1 Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria lingkungan
	308-2 Dampak lingkungan negatif dalam rantai pemasokan dan tindakan yang telah diambil
GRI 401- KEPEGAWAIAN (2016)	
	401-1 Perekrutan karyawan baru dan pergantian karyawan
	401-2 Tunjangan yang diberikan kepada karyawan purnawaktu yang tidak diberikan kepada karyawan sementara atau paruh waktu
	401-3 Cuti melahirkan
GRI 402- HUBUNGAN TENAGA KERJA/MANAJEMEN (2016)	
	402-1 Periode pemberitahuan minimum terkait perubahan operasional
GRI 403-KESELAMATAN DAN KESEHATAN KERJA (2018)	
	403-1 Sistem manajemen keselamatan dan kesehatan kerja
	403-2 Identifikasi bahaya, penilaian risiko, dan investigasi insiden
	403-3 Layanan kesehatan kerja
	403-4 Partisipasi, konsultasi dan komunikasi pekerja tentang keselamatan dan kesehatan kerja
	403-5 Pelatihan pekerja mengenai keselamatan dan kesehatan kerja

	403-6 Peningkatan kualitas kesehatan kerja
	403-7 Pencegahan dan mitigasi dampak dari keselamatan dan kesehatan kerja yang secara langsung terkait hubungan bisnis
	403-8 Pekerja yang tercakup dalam sistem manajemen keselamatan kerja
	403-9 Kecelakaan kerja
	403-10 Penyakit akibat kerja
GRI 404- PELATIHAN DAN PENDIDIKAN (2016)	
	404-1 Rata-rata jam pelatihan per tahun per karyawan
	404-2 Program untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan program bantuan pelatihan
	404-3 Persentase karyawan yang menerima tinjauan rutin terhadap kinerja dan pengembangan karier
GRI 405- KEANEKARAGAMAN DAN KESEMPATAN SETARA (2016)	
	405-1 Keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan
	405-2 Rasio gaji pokok dan remunasi perempuan dibandingkan laki-laki
GRI 406- NON-DISKRIMINASI (2016)	
	406-1 Insiden diskriminasi dan tindakan yang dilakukan
GRI 407- KEBEBASAN BERSERIKAT DAN PERUNDINGAN KOLEKTIF (2016)	
	407-1 Operasi dan pemasok di mana hak atas kebebasan berserikat dan perundingan kolektif mungkin berisiko
GRI 408- PEKERJA ANAK (2016)	
	408-1 Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden pekerja anak
GRI 409- KERJA PAKSA ATAU WAJIB KERJA (2016)	
	409-1 Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden kerja paksa atau wajib kerja
GRI 410 PRAKTIK KEAMANAN (2016)	
	410-1 Petugas keamanan yang dilatih mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia
GRI 411- HAK-HAK MASYARAKAT ADAT (2016)	

	411-1 Insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat
GRI 413-MASYARAKAT LOKAL (2016)	
	413-1 Operasi dengan keterlibatan masyarakat lokal, penilaian dampak, dan program pengembangan
	413-2 Operasi yang secara aktual dan yang berpotensi memiliki dampak negatif signifikan terhadap masyarakat lokal
GRI 414- PENILAIAN SOSIAL PEMASOK (2016)	
	414-1 Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria sosial
	414-2 Dampak sosial negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil
GRI 415-KEBIJAKAN PUBLIK (2016)	
	415-1 Kontribusi politik
GRI 416- KESEHATAN DAN KESELAMATAN DAN PELANGGAN (2016)	
	416-1 Penilaian dampak kesehatan dan keselamatan dari berbagai kategori produk dan jasa
	416-2 Insiden ketidakpatuhan sehubungan dengan dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa
GRI 417-PEMASARAN DAN PELABELAN (2016)	
	417-1 Persyaratan untuk pelabelan dan informasi produk dan jasa
	417-2 Insiden ketidakpatuhan terkait pelabelan dan informasi produk dan jasa
	417-3 Insiden ketidakpatuhan terkait komunikasi pemasaran
GRI 418- PRIVASI PELANGGAN (2016)	
	418-1 Pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran terhadap privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan

Sumber: www.globalreporting.org

2.1.3 Profitabilitas

2.1.3.1 Pengertian Profitabilitas

Dijelaskan (Munawir,2014) definisi profitabilitas adalah sebagai berikut:

“Rentabilitas atau *profitability* adalah menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Rentabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivitya secara produktif, dengan demikian rentabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan memperbandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut”.

Sedangkan menurut Martono dan Agus Hartijo (2012:19)

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari modal yang digunakan untuk menghasilkan data tersebut”.

Dan (Lubis et al., 2017) menjelaskan bahwa Profitabilitas merupakan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasi kegiatannya. Profitabilitas perusahaan juga dapat dilihat melalui rasio-rasio profitabilitas seperti *Return on Asset (ROA)*, *Return on Equity (ROE)*, dan *Return on Investment (ROI)*.

Mengacu pada definisi diatas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba pada periode tertentu dengan aktiva atau modal yang dimilikinya. Salah satu pengukuran profitabilitas dapat dilihat melalui laba bersih nya. Profitabilitas dapat dijadikan sebagai tolak ukur yang relevan untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba maupun menganalisis kondisi keuangan hasil operasi dan tingkat profitabilitas suatu perusahaan.

2.1.3.2 Tujuan Penggunaan Rasio Profitabilitas

Menurut (Kasmir, 2016) ada beberapa tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan adalah:

- 1) “Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu
- 2) Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
- 3) Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu
- 4) Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
- 5) Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri
- 6) Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri
- 7) dan tujuan lainnya”.

2.1.3.3 Manfaat Penggunaan Rasio Profitabilitas

Adapun manfaat yang diperoleh dari penggunaan rasio profitabilitas menurut Kasmir (2014:198) adalah:

- 1) “Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
- 2) Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- 3) Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- 4) Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri”.

2.1.3.4 Metode Pengukuran Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas dapat diukur dengan berberapa cara, diantaranya menurut Kasmir (2016) jenis rasio dalam mengukur profitabilitas adalah Margin Laba (*Profit Margin Ratio*), *Return On Investment (ROI)*, *Return On Equity (ROE)*.

1) *Profit Margin Ratio*a *Net Profit Margin*

Margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan. NPM dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

b *Gross Profit Margin*

Margin laba kotor menunjukkan laba yang relatif terhadap perusahaan, dengan cara penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Rasio ini merupakan cara untuk penetapan harga pokok penjualan. GPM dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

2) *Return on Investment*

ROI atau biasa disebut juga *Return On Assets (ROA)* merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia didalam perusahaan. *ROI* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Investment} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Asset}}$$

3) *Return on Equity*

Hasil pengembalian ekuitas (*return on equity/ROE*) atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya. *ROE* dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

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

Pengukuran rasio profitabilitas yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan *Rasio On Equity (ROE)*. Hal ini karena *ROE* menunjukkan bagaimana cara perusahaan menggunakan modal nya secara efisien dimana semakin tinggi *ROE* maka semakin baik produktivitas aset perusahaan dalam memperoleh laba, sehingga tingkat pengembalian akan semakin besar pula, dengan laba yang meningkat maka

2.1.4 Nilai perusahaan

2.1.4.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan hal yang penting untuk dijaga dan terus ditingkatkan oleh suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan sama halnya dengan memaksimalkan tujuan utama perusahaannya. Nilai perusahaan juga merupakan representatif perusahaan bagi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dihubungkan dengan harga saham. Dengan nilai perusahaan yang tinggi maka harga saham dan *return* perusahaan pun akan tinggi.

Menurut Harmono (2014) menjelaskan bahwa nilai perusahaan adalah:

“Nilai Perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan”.

Adapun Hery (2017) yang mendefinisikan bahwa nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

“Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini”.

Sedangkan menurut Silvia Indrarini (2019) pengertian nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

“Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham”.

Berdasarkan pendapat diatas dapat diartikan bahwa nilai perusahaan adalah kondisi yang dicapai manajer dalam mengelola sumber daya yang dimiliki perusahaan yang dijadikan representatif perusahaan bagi masyarakat atau investor yang biasanya berdampak pada saham.

2.1.4.2 Konsep Nilai Perusahaan

Nilai suatu perusahaan dapat dilihat dari harga sahamnya, lalu harga pasar merupakan cerminan dari nilai asset perusahaan yang sesungguhnya. Menurut Christiawan dan Tarigan (2007) terdapat beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan antara lain:

- 1) “Nilai Nominal
Nilai nominal adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis secara jelas dalam surat saham kolektif.
- 2) Nilai Pasar
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.
- 3) Nilai Intrinsik

Nilai intrinsik merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu kepada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.

4) Nilai Buku

Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Secara sederhana dihitung dengan membagi selisih antar total aset dan total utang dengan jumlah saham yang beredar.

5) Nilai Likuidasi

Nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai likuidasi dapat dihitung dengan cara yang sama dengan menghitung nilai buku, yaitu berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan dilikuidasi”.

2.1.4.3 Pengukuran Nilai Perusahaan

Menurut Fahmi, Irham (2012:138) rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang.

Adapun rasio untuk menghitung nilai pasar menurut Fahmi, Irham adalah sebagai berikut:

1. “*Earning Per Share (EPS)*”

Earning Per Share atau pendapatan per lembar saham adalah bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki. Adapun rumus *Earning Per Share* adalah:

$$EPS = \frac{\text{Earning After Tax}}{Jsb}$$

2. *Price Earning Ratio (PER)* atau Rasio Harga Laba

Price Earning Ratio (rasio harga terhadap laba) adalah perbandingan antara *market price pershare* (harga pasar per lembar saham) dengan *earning per share* (laba per lembar saham). Adapun rumus *Price Earning Ratio* adalah:

$$\text{Price Earning Ratio} = \frac{MPS}{EPS}$$

3. *Book Value Per Share (BVS)*

Adapun rumus *book value per share* (harga buku per saham) adalah:

$$BVS = \frac{\text{Total Shareholder Equity} - \text{Preferred Stock}}{\text{Common Shares Outstanding}}$$

4. *Price Book Value (PBV)*

Adapun rumus *Price Book Value (PBV)* adalah:

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

5. *Dividen Yield*

Adapun rumus *dividen yield* atau hasil saham adalah:

$$\text{Dividen yield} = \frac{\text{Dividen Per Share}}{\text{Market Price Per Share}}$$

6. *Dividen Payout Ratio*

Adapun rumus *dividen payout ratio* atau pembayaran dividen adalah:

$$\text{Dividen payout ratio} = \frac{\text{Dividen Per Share}}{\text{Earning Per Share}}$$

Adapun menurut (Eduardus & Juniarti, 2017) terdapat rasio lain dalam mengukur nilai perusahaan yaitu, dengan rasio Tobin's Q. Tobin's Q dihasilkan dari cara membandingkan nilai ekuitas perusahaan dan rasio nilai pasar. Adapun rumus dalam menghitung rasio tersebut ialah:

$$\text{Tobins's Q} = \frac{(MVS) + (D)}{TA}$$

Keterangan:

Q = Nilai Perusahaan

MVS = Nilai Pasar Saham

D = Nilai Buku dari total utang

TA = Total Assets

Pengukuran nilai perusahaan pada penelitian ini dilakukan menggunakan rumus Tobin's Q. Rumush Tobin's Q memasukan semua unsur utang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham biasa saja dan tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukan namun seluruh aset perusahaan. Nilai Perusahaan

diukur menggunakan rasio Tobin's Q karena memberikan informasi paling baik dengan memasukan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan (Putri & Suprpto, 2016).

2.1.5 Penelitian terdahulu

Adapun penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas yaitu:

Tabel 2. 4
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Tryas Chasbiandani, Nelyumna Rizal, dan Indra Satria (2019)	Penerapan <i>Green Accounting</i> Terhadap Profitabilitas Perusahaan Di Indonesia	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>green accounting</i> dan kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.
2.	Taufiq Risal, Nurmahyuni Lubis, Virra Argatha (2020)	Implementasi Green Accounting Terhadap Profitabilitas Perusahaan	Biaya lingkungan yang di alokasikan oleh pabrik berpengaruh terhadap meningkatnya pendapatan dari tahun 2016 ke tahun 2017, akan tetapi belum bisa meningkatkan kinerja mereka.
3	Putu Purnama Dewi (2020)	Implementasi <i>green accounting</i> , profitabilitas dan	Hasil menunjukkan bahwa <i>green accounting</i> berpengaruh positif terhadap nilai

		<i>corporate social responsibility</i> pada Nilai perusahaan	perusahaan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 dan nilai koefisien beta 0,228. Profitabilitas juga memiliki pengaruh positif sebesar 0,000 dengan nilai koefisien beta 0,724. Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan juga menunjukkan arah yang positif, dengan nilai signifikansi sebesar 0,011 dengan nilai koefisien beta 0,210 bernilai positif.
4.	Mustikah Zuhriah dan Novera Kristianti Maharani (2022)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan	Hasil agresi linier sederhana menunjukkan bahwa CSRD berdampak positif terhadap profitabilitas yang diprosikan dengan ROE, CSRD berdampak positif terhadap profitabilitas yang diprosikan dengan EPS, CSRD berdampak positif terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan Tobin's Q.
5.	Hanivia Ramadhina, Erna Hernawati,	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> dan Kinerja Keuangan Terhadap	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSRD tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

	Dwi jaya Kirana (2022)	Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Institusional sebagai Variabel Moderasi	namun kinerja keuangan memiliki pengaruh positif yg signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan kepemilikan institusional berdampak negatif signifikan terhadap nilai perusahaan
6.	Novita Trie Ana Puspa, Yuli Chomasatu S dan Purnama Siddi (2021)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan	Dengan analisis linier berganda menunjukkan bahwa variabel-variabel dewan direksi dan dewan komisaris independen berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. sedangkan <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> , kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komite audit, dan dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
7.	Dwi Suhartini, Ira Megasyara (2018)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel intervening pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa CSRD tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan namun berpengaruh pada Profitabilitas. Profitabilitas sebagai variabel intervening antara CSRD dan perusahaan, yang mana semakin tingginya

		Indonesia Tahun 2012-2016	Profitabilitas maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.
8.	Rizqia Muharramah, Mohamad Zulman Hakim (2021)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Dengan analisis regresi data panel dapat dilihat bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan. Sementara Leverage dan Profitabilitas tidak mempengaruhi Nilai Perusahaan.
9.	Choirul Iman, Fitri Nurfatma Sari, Nanik Pujiati (2021)	Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Dengan metode SEM-PLS (<i>Structural Equation Model-Partial Least Square</i>) menunjukkan bahwa variabel Likuiditas dan Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan.
10.	I Ketur Suardana, I Dewa Made Endiana, I Putu Edy Arizona (2020)	Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Utang, Kebijakan Dividen, Keputusan Investasi dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Berdasarkan analisis linier berganda menghasilkan bahwa Profitabilitas, Keputusan Investasi, dan Ukuran Perusahaan berdampak positif pada Nilai Perusahaan, namun Kebijakan Utang dan Kebijakan Dividen tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

11.	Murniati dan Ingra Sovita (2021)	Penerapan <i>Green Accounting</i> Terhadap Profitabilitas	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap ROA, sedangkan pengungkapan lingkungan berpengaruh negatif terhadap ROA.
12.	Anikmah Musfirati, Lorensius Ginting, dan Muhammad Lukman Nur Hakim (2021)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas Perusahaan	Dihasilkan simpulan bahwa pengungkapan <i>CSR</i> berpengaruh secara signifikan terhadap <i>ROA</i> namun pengungkapan <i>CSR</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>NPM</i> .
13.	Lukman Anthoni dan Yusuf (2022)	Moderasi Manajemen Laba Pada Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas Perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap variabel terikat Profitabilitas. Manajemen Laba tidak signifikan memoderasi <i>CSR</i> terhadap Profitabilitas.
14.	Anggita Langgeng Wijaya, Erlita Listyana Pancawati (2019)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>CSR</i> berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Struktur

		Struktur Modal sebagai variabel pemoderasi.	Modal memoderasi CSR terhadap Nilai Perusahaan. dan Struktur Modal juga memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.
15.	Ayu Mayshellia Putri, Nur Hidayati, Moh Amin (2019)	Dampak penerapan <i>Green Accounting</i> dan Kinerja Lingkungan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>green accounting</i> memiliki dampak signifikan terhadap profitabilitas ROA. Hal tersebut dikarenakan semakin baik pengungkapan <i>green accounting</i> atau penilaian PROPER maka semakin tinggi angka profitabilitas perusahaan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Pada dasarnya kinerja perusahaan merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh investor karena dari situlah dapat dinilai seberapa tinggi kemampuan perusahaan untuk mengelola segala sumber daya yang dimilikinya untuk

mendapatkan keuntungan. Tingginya laba yang dihasilkan perusahaan dalam kegiatan operasinya merupakan penentu utama dalam penilaian kinerja perusahaan, maka dari itu tingkat profitabilitas sangatlah penting untuk keberlangsungan perusahaan kedepannya. Dengan tingkat profitabilitas yang baik menjadi daya tarik tersendiri bagi investor untuk menanamkan modalnya, karena dari penanaman modal tersebut investor yakin akan memperoleh keuntungan. Begitupun sebaliknya, tingkat profitabilitas yang rendah akan mengurangi tingkat kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya dan memungkinkan perusahaan tidak berjalan dengan baik kedepannya.

2.2.1 Pengaruh Penerapan *Green Accounting* Terhadap Profitabilitas

Saat ini biaya lingkungan adalah hal yang perlu diperhitungkan oleh perusahaan agar dapat menjadi industri yang ramah lingkungan. Demi memaksimalkan profitabilitas yang ingin diperoleh, banyak perusahaan yang terus menggerus sumber daya alam (SDA) disekitarnya yang akibatnya persediaan SDA untuk kebutuhan makhluk hidup lain semakin menipis.

Dalam penggunaan akuntansi lingkungan oleh pelaku bisnis akan menghasilkan perubahan yang menguntungkan dan dapat meningkatkan reputasi perusahaan di masyarakat menggunakan atau memakai produk yang diproduksi perusahaan tersebut, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan nilai jual perusahaan dimata investor (Ratusasi dan Prastiwi 2018). Dan berdasarkan beberapa alasan yang melatarbelakangi adanya kinerja lingkungan yang dikemukakan oleh (Hansen & Mowen, 2013 , hal. 410-411) salah satunya yaitu perusahaan yang bertanggung pada lingkungan dan memiliki kinerja lingkungan

yang baik cenderung memperoleh keuntungan eksternal serta dapat menghasilkan keuntungan sosial yang signifikan, serta pelanggan menginginkan produk yang lebih bersih tanpa merusak lingkungan serta penggunaan dan pembuangan yang ramah lingkungan. Semakin banyak peran perusahaan dalam kegiatan lingkungan, maka akan semakin banyak pula yang harus diungkapkan perusahaan pada informasinya.

Sudah seharusnya perusahaan mengungkapkan informasi dan mutu lingkungannya agar dapat dikategorikan sebagai perusahaan yang memiliki pengelolaan lingkungan yang baik. Dengan mengikuti PROPER perusahaan akan mendapat nilai positif dari *stakeholder* walaupun belum sempurna. Namun, hal yang dilihat adalah tentang kepedulian perusahaan terhadap lingkungannya.

Menurut Catur Muhammad Erlangga, Achmad Fauzi, Ati Sumiati (2021) menjelaskan bahwa:

“Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan atas penerapan *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan, profitabilitas juga mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan, namun pengaruh mediasi dari variabel profitabilitas tidak terjadi”.

Menurut (Putri et al, 2019):

“Semakin bagus tingkatan kinerja lingkungan maka semakin bagus pula profitabilitas perusahaan”.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Murti Wijayanti (2020) menjelaskan bahwa:

“Hasil uji koefisien determinasi atau adjusted R square menunjukkan angka sebesar 0,324 yang berarti bahwa kemampuan variabel profitabilitas dapat dijelaskan oleh variabel likuiditas, kinerja lingkungan, dan pengungkapan

lingkungan sebesar 32,4%. Sedangkan sisanya sebesar 67,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian”.

Penerapan *Green Accounting* yang bisa dilihat dari kinerja lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan yang dapat memberikan citra positif di hadapan investor ataupun sosial. Hal itu juga dapat dilihat dari keikutsertaan perusahaan dalam Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan Dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). Semakin tinggi peringkat PROPER maka menunjukkan semakin baik pula kinerja lingkungan perusahaan tersebut.

2.2.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap

Profitabilitas

Setiap item yang diungkapkan dalam pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan atau tanggung jawab sosial direspon oleh pasar atau investor, yang artinya investor memberikan apresiasi terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Citra perusahaan yang baik akan lebih diminati oleh investor karena semakin baik citra perusahaan, maka semakin tinggi juga loyalitas konsumen. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen maka penjualan perusahaan akan membaik dan diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat (Syahnaz, 2013).

Menurut Anikmah Musfirati, Lorensius Ginting dan Muhammad Lukman Nur Hakim (2021) mengungkapkan bahwa:

“*CSR* berpengaruh positif terhadap profitabilitas yang diukur menggunakan *ROA* dengan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,304. Ini berarti semakin banyak indikator *CSR* yang diungkapkan oleh perusahaan maka *ROA* perusahaan akan semakin meningkat”.

Menurut Bernadheta Antonia Sermatan (2019) dalam penelitiannya mengenai pengaruh *CSR* terhadap Profitabilitas yaitu:

“Faktor Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Pengungkapan Sukarela mampu menjelaskan variabel Profitabilitas. Kondisi ini ditunjukkan juga pada nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.184 yang berarti 18,4% perubahan Profitabilitas dipengaruhi oleh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Pengungkapan Sukarela. Sedangkan sisanya 81.6% dipengaruhi oleh faktor diluar model penelitian, dimana faktor-faktor tersebut tidak digunakan dalam penelitian ini”.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jauharil Maknum (2019) juga mengungkapkan bahwa:

“*Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan, dengan demikian pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) merupakan suatu pertimbangan yang perlu diperhatikan oleh investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi, karena didalam pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terdapat informasi sosial yang telah dilakukan perusahaan yang mampu meningkatkan image perusahaan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan terhadap masyarakat yang akan berdampak terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan”.

Pengungkapan CSR merupakan cara perusahaan untuk menjaga hubungan organisasi dengan *stakeholder* dan menjadi salah satu cara untuk menjamin keberlangsungan perusahaan kedepannya. Karena dengan adanya resiko dari aktivitas perusahaan terhadap lingkungan baik saat ini maupun di masa yang akan datang menjadi informasi bagi investor untuk mempertimbangkan keputusan investasinya.

Perusahaan yang memiliki CSR yang baik maka akan memiliki citra dan reputasi yang baik bagi para investor. Karena investor tidak hanya berfokus pada kinerja keuangan saja tetapi juga kegiatan sosial perusahaan akan menjadi bahan pertimbangan investor untuk memutuskan investasinya. Sehingga banyak investor

yang lebih tertarik untuk berinvestasi dan akibatnya profitabilitas yang diperoleh perusahaan akan meningkat.

2.2.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atas kegiatan operasionalnya. Semakin tinggi laba yang dihasilkan maka semakin tinggi return yang diperoleh oleh investor, sehingga memacu investor untuk meningkatkan permintaan saham. Semakin tinggi permintaan investor terhadap saham maka semakin tinggi pula harga saham perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan (Noviliyan, 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh Dina Shafarina Dwiastuti, Vaya Juliana Dillak (2019) mengemukakan bahwa:

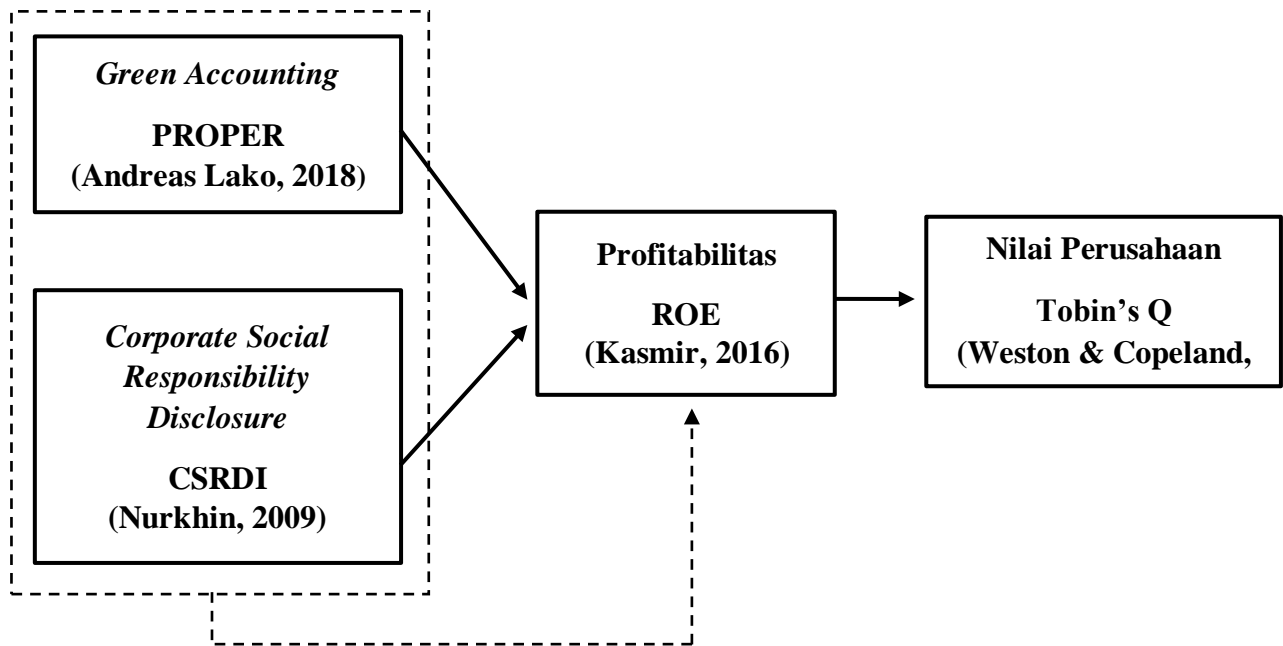
“Profitabilitas berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap nilai perusahaan. Yang dilihat dengan tinggi atau rendahnya ROA berpengaruh terhadap tinggi rendahnya nilai perusahaan, hal itu dikarenakan dengan meningkatnya laba perusahaan maka perusahaan tersebut akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan harga saham dan memperlihatkan kondisi perusahaan itu baik, sehingga dapat membantu menarik investor dan calon investor dalam berinvestasi”.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Rafifatul Husna (2020) menjelaskan bahwa:

“Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan tingkat keuntungan yang tinggi akan membuat investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut yang menyebabkan harga saham dan nilai perusahaan ikut meningkat”.

Sesuai dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Implementasi *Green Accounting* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Profitabilitas dan Dampaknya Pada Nilai Perusahaan” Pada perusahaan pertambangan subsektor batu bara yang terdaftar di Bursa efek Indonesia periode

2017-2021 maka model kerangka pemikiran yang dapat digambarkan adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Berdasarkan pembahasan di atas, maka hipotesis yang sesuai dengan judul penelitian “Pengaruh Implementasi *Green Accounting* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Profitabilitas dan Dampaknya Pada Nilai Perusahaan” yaitu:

Hipotesis 1 :Terdapat pengaruh Implementasi *Green Accounting* terhadap Profitabilitas,

Hipotesis 2 : Terdapat pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap Profitabilitas,

Hipotesis 3 : Terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

Hipotesis 4 : Terdapat pengaruh Implementasi *Green Accounting* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Profitabilitas,