

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

Kajian pustaka (*literature review*) merupakan salah satu bagian yang dianggap penting karena kajian pustaka menjadi dasar mengapa peneliti memutuskan untuk memilih topik atau judul tertentu. Tinjauan kajian pustaka juga dapat dianggap hanya sebagai dasar untuk ruang lingkup pekerjaan referensi. Secara umum, tinjauan pustaka terdiri dari bagian-bagian yang menjelaskan teori, temuan, dan bahan-bahan yang berguna untuk penelitian, yang kemudian menjadi dasar dari penelitian yang dilakukan. Pada dasarnya penelitian diawali dengan pencarian informasi yang berkaitan dengan topik yang diteliti. Langkah ini merupakan metode yang harus diperhatikan dengan seksama karena peneliti menemukan informasi atau sumber yang relevan untuk penelitiannya. Maka dari itu, dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari tinjauan kepustakaan yang berdasarkan pada beberapa sumber.

##### **2.1.1 *Green Accounting***

###### **2.1.1.1 Pengertian *Green Accounting***

*Green Accounting* adalah istilah yang populer digunakan di seluruh negara untuk pengungkapan data terkait lingkungan, diaudit atau tidak, mengenai risiko

lingkungan, kebijakan dan biaya dampak lingkungan. Perlindungan lingkungan perusahaan harus mencakup inisiatif pelaporan lingkungan yang diambil oleh perusahaan, dampak buruk dari proses produksinya dan produk terhadap lingkungan baik secara kuantitatif maupun kualitatif dan inisiatifnya dalam inovasi proses dan produk untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Umumnya informasi yang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan mereka tentang akuntansi dan pelaporan lingkungan mencakup biaya sekarang dan masa depan untuk produk dan juga perancangan ulang proses, pengeluaran barang modal masa kini dan masa depan untuk pencemaran dan pengendalian, data fisik yang terkait dengan pengurangan toksisitas dan limbah, perkiraan biaya dan manfaat lingkungan masa depan, akumulasi biaya lingkungan saat ini dari aktivitas terkini dan juga aktivitas masa lalu dan produk dll. (Minimol & Makes, 2014)

Menurut Badan Perlindungan Lingkungan Amerika Serikat atau *United States Environment Protection Agency* (US EPA) *Green Accounting*, yaitu:

“Fungsi penting akuntansi hijau adalah untuk menyajikan biaya-biaya lingkungan bagi para *stakeholder* perusahaan, yang mampu mendorong mengidentifikasi cara-cara mengurangi atau menghindari biaya- biaya ketika pada waktu yang bersamaan, perusahaan sedang memperbaiki kualitas lingkungan.”

Menurut Cohen dan Robbins (2011:190) *Green Accounting*, yaitu:

“*A style of accounting that includes the indirect costs and benefits of economic activity-such as environmental effects and health consequences of business decisions and plans*”. Yang artinya adalah “jenis akuntansi yang memasukkan biaya dan manfaat tidak langsung dari aktivitas ekonomi, seperti dampak lingkungan dan konsekuensi kesehatan dari perencanaan dan keputusan bisnis.”

Menurut Aniela, (2012) *Green Accounting* atau Akuntansi Hijau, yaitu:

“Akuntansi yang di dalamnya mengidentifikasi, mengukur, menyajikan, dan mengungkapkan biaya-biaya terkait dengan aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan.”

Menurut Anindya (2015), *Green Accounting* atau Akuntansi Hijau, yaitu:

“Jenis akuntansi hijau yang menggambarkan upaya untuk menggabungkan manfaat lingkungan dan biaya ke dalam pengambilan keputusan ekonomi atau suatu hasil keuangan usaha, *Green Accounting* menggambarkan upaya untuk menggabungkan manfaat lingkungan dan biaya ke dalam pengambilan keputusan ekonomi.”

Menurut Prof. Dr. Andreas Lako (2018:99) dalam bukunya Akuntansi Hijau menjelaskan bahwa *Green Accounting*, yaitu:

“Suatu proses pengakuan, pengukuran nilai, pencatatan, peringkasan, pelaporan, dan pengungkapan secara terintegrasi 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.”

Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa *Green Accounting* merupakan jenis akuntansi yang di dalamnya terdapat proses pengakuan, pencatatan, penyajian, serta pengungkapan terkait biaya dan manfaat yang tak langsung dirasakan oleh aktivitas perusahaan yang berhubungan langsung dengan peristiwa sosial, keuangan, dan lingkungan.

### **2.1.1.2 Tujuan *Green Accounting***

Tujuan *green accounting* adalah untuk mengetahui dan mencoba menemukan cara untuk mengurangi dampak lingkungan yang berbahaya dari kegiatan dan sistem. Melihat prinsip dasar dari *Activity Based Method (ABC)*, *green*

*accounting* melengkapi terminologi dan kosa kata dari metode ABC. Oleh karena itu, konsep seperti: faktor biaya aktivitas, biaya proses, biaya langsung, biaya aktivitas, objek biaya, manajemen berbasis aktivitas, manajemen aktivitas, rantai nilai, dll. ditambahkan dengan konsep lain seperti: penetapan biaya berdasarkan aktivitas. Sistem, akuntansi biaya lingkungan, sistem manajemen lingkungan, ekonomi teoretis dan terapan lengkap Akuntansi biaya lingkungan, manajemen investasi, analisis siklus hidup produk, akuntansi siklus hidup produk, logistik, pencegahan polusi, biaya personel, aktivitas nilai tambah, dll. Berdasarkan persyaratan ini, kami mencari bahasa umum untuk pengguna metode penetapan biaya berbasis aktivitas dan kategori pengguna lainnya. Bahasa ini memudahkan untuk memahami istilah atau ide baru yang digunakan akuntansi hijau untuk mengkomunikasikan dan menghormati kebijakan internal.

Menurut Arfan Ikhsan (2008) dalam Novianti (2019) tujuan dari *green accounting* adalah untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan lingkungan dengan melakukan penilaian kegiatan lingkungan dari sudut pandang biaya (*environmental costs*) dan manfaat atau efek (*economic benefit*). *Green accounting* diterapkan oleh berbagai perusahaan untuk menghasilkan penilaian kuantitatif tentang biaya dan dampak perlindungan lingkungan (*environmental protection*). Penerapan dan pengembangan *green accounting* memiliki beberapa maksud dan tujuan yang sangat signifikan terhadap lingkungan, yaitu :

1. Mendorong pertanggungjawaban 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.

### **2.1.1.3 Karakteristik *Green Accounting***

Menurut Prof. Dr. Andreas Lako (2018:102) menyatakan sama seperti karakter kualitatif dari informasi akuntansi yang berlaku umum selama ini. Informasi *Green Accounting* juga harus memenuhi karakteristik kualitatif berikut ini:

1. Para pengguna informasi akuntansi adalah para pemangku kepentingan yang memiliki kepentingan secara langsung maupun tidak langsung dengan entitas korporasi.
2. Kendala informasi akuntansi hijau adalah perbandingan keterukuran antara biaya dan manfaatnya, upaya dan hasilnya, materialitas informasi yang disajikan, dan pengungkapan informasi akuntansi kuantitatif dan kualitatif secara terintegritas.
3. Syarat khusus dan pervasif yang dibutuhkan para pemakai informasi akuntansi adalah informasi akuntansi yang disajikan kepada para pihak pemakai harus dapat dipahami dan berguna dalam penilaian dan pengambilan keputusan ekonomi dan nonekonomi.
4. Kriteria atau syarat utama dalam penyajian informasi Akuntansi Hijau adalah : 1) terintegritas dan akurasi, yaitu informasi akuntansi yang disajikan dalam pelaporan akuntansi hijau harus memperhitungkan, mengintegrasikan, dan mempertanggungjawabkan semua informasi akuntansi keuangan, sosial, dan lingkungan secara terpadu dalam satu paket

pelaporan; 2) relevan, yaitu informasi yang disajikan harus relevan dengan kebutuhan para pemakai dalam penilaian dan pengambilan keputusan; 3) reliabel, yaitu informasi akuntansi yang disajikan harus reliabel atau andal agar dapat dipercaya dan bermanfaat bagi para pemakai dalam penilaian dan pengambilan keputusan ekonomi dan nonekonomi; 4) transparan, yaitu informasi akuntansi harus disajikan secara transparan dan jujur; 5) keterbandingan, yaitu informasi akuntansi yang disajikan memiliki daya banding antar periode dan disajikan secara konsisten dari waktu ke waktu.

Selain memenuhi karakteristik kualitatif di atas, ada tiga karakteristik kualitatif khusus dari informasi akuntansi hijau yang sangat bermanfaat dalam evaluasi, penilaian pengambilan keputusan para pemakai (*primary decisionspecific qualities*).

1. Akuntabilitas (*accountability*) yaitu informasi akuntansi yang disajikan memperhitungkan semua aspek informasi entitas, terutama informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab ekonomi, sosial dan lingkungan entitas dan biaya-manfaat (*costs-benefits*) dari dampak (*impacts*) 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 (*transparency*) 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.

#### **2.1.1.4 Komponen Laporan *Green Accounting***

Menurut Prof. Dr. Andreas Lako (2018:103-105) menyatakan 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 aset, liabilitas, ekuitas pemilik, pendapatan, biaya, dan laba.

Namun, ada beberapa akun krusial yang membedakan akuntansi hijau dengan akuntansi keuangan konvensional antara lain:

1. Dalam 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 di bawah kelompok aset tetap. Secara umum, struktur aset perusahaan dalam konstruksi akuntansi hijau 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 kontingen. Kewajiban tersebut muncul sebagai konsekuensi logis dari komitmen manajemen kepada pemerintah dan masyarakat untuk melaksanakan TJSLP, CSR, atau bisnis hijau, atau harus bertanggungjawab atas kerugian ekonomi yang dialami masyarakat dan negara akibat kerusakan lingkungan atau pencemaran air, udara, atau tanah yang ditimbulkan oleh operasi perusahaan. Liabilitas sosial kontingen dan liabilitas lingkungan kontingen tersebut bisa bersifat jangka pendek atau jangka panjang tergantung pada komitmen perusahaan untuk memenuhinya.
3. Dalam struktur akun-akun ekuitas korporasi yang melaksanakan aktivitas CSR yang bersifat sukarela karena dilandasi oleh niat tulus dan nilai-nilai spiritualitas bisnis (spiritual CSR) dari para pemegang sahamnya, bisa muncul akun baru, yaitu akun donasi CSR, di bawah akun laba rugi periode berjalan. Akun baru tersebut muncul karena manajemen atas permintaan dari pemilik atau pemegang saham memperlakukan sejumlah program CSR dan pengorbanan sumber daya ekonomi entitas untuk melaksanakan CSR tersebut sebagai perbuatan amal atau kasih kepada sesama (masyarakat) yang miskin, lemah, difabel, dan tersingkir. Karena bersifat amal-kasih maka informasi donasi CSR tersebut diminta untuk tidak diwartakan kepada para *stakeholder* dan masyarakat luas.
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 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.

### 2.1.1.5 Prinsip-prinsip *Green Accounting*

Menurut Prof. Dr. Andreas Lako (2018) menyatakan ada beberapa prinsip akuntansi (*accounting principles*) yang mendasari akuntansi hijau. Berikut disajikan enam konstruksi prinsip akuntansi hijau yang dapat dipertimbangkan dalam proses praktik akuntansi hijau.

1. Prinsip sustainability atau kelestarian (*sustainability principle*). Akuntansi yang mengakui dan mengukur nilai, mencatat, meringkas dan melaporkan informasi terkait obyek-obyek, dampak-dampak, peristiwa-peristiwa atau transaksi-transaksi keuangan, sosial dan lingkungan secara terpadu dan sistematis dalam satu paket pelaporan akuntansi untuk mendukung keberlanjutan pertumbuhan laba korporasi, kesejahteraan sosial dan kelestarian ekologi. Proses akuntansi yang terpadu tersebut dimaksudkan untuk menghasilkan laporan akuntansi hijau atau laporan keuangan hijau yang terintegrasi, relevan dan reliabel untuk membantu manajemen dan para pemakai lainnya dalam penilaian dan pertimbangan pengambilan keputusan ekonomi dan nonekonomi, terutama menyangkut risiko dan prospek keberlanjutan entitas korporasi.
2. Prinsip pengakuan aset (*asset recognition*). Pengorbanan sumber daya ekonomi entitas korporasi (*costs*) untuk melaksanakan *green business* dan *green corporation*, melaksanakan tanggung jawab sosial korporasi (CSR) yang bersifat sukarela maupun tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan (TJSLP) yang bersifat wajib dapat diakui sebagai pengorbanan investasi (aset) apabila pengorbanan tersebut dinilai dapat memberikan manfaat ekonomi (*tangible benefits*) dan nonekonomi (*intangible benefits*) yang cukup pasti di masa sekarang maupun di masa datang. Apabila tidak memenuhi kriteria tersebut maka pengorbanan tersebut harus segera diperlakukan sebagai beban periodik dalam laporan kinerja laba-rugi entitas.
3. Prinsip pengakuan kewajiban (*liability recognition*). Suatu kewajiban lingkungan (*environment liability*) atau kewajiban sosial (*social liability*) harus segera diakui ketika entitas korporasi diwajibkan oleh pemerintah atau pihak lain untuk menanggung kerugian atau mengganti biaya kerusakan lingkungan dan kerugian masyarakat yang diakibatkan oleh aktivitas operasi korporasi. Komitmen korporasi untuk bertanggung jawab mengatasi pencemaran dan polusi, memulihkan kerusakan lingkungan, ikut menghijaukan dan melestarikan alam, serta ikut serta membantu pemerintah



dalam upaya peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar melalui program-program CSR juga dapat diakui sebagai kewajiban sosial dan lingkungan.

4. Prinsip *matching* dalam pengukuran nilai *costs-benefits* dan *effortsaccomplishments* (*measurement principle*) dari tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pengukuran nilai dan perbandingan hasil terhadap *costsbenefits* dan upaya-pencapaian (*efforts-accomplishments*) tanggung jawab sosial dan lingkungan korporasi tidak hanya diberlakukan dalam periode akuntansi yang sama, tapi juga untuk periode-periode yang berbeda di waktu-waktu selanjutnya apabila pengorbanan sumber daya ekonomi (*costs*) dan daya-upaya (*efforts*) tersebut memiliki potensi manfaat ekonomi dan nonekonomi yang cukup pasti di masa datang. Hakikat dari prinsip pengukuran nilai tersebut juga menjadi basis dalam prinsip pengakuan biaya (*expense recognition*) dan pengakuan pendapatan (*revenue recognition*).
5. Prinsip proses akuntansi terintegrasi (*integrated accounting process principle*). Proses akuntansi, yaitu pengakuan pengukuran nilai, pencatatan, peringkasan dan pelaporan informasi akuntansi harus memadukan obyek-obyek, transaksi-transaksi dan peristiwa-peristiwa keuangan/ekonomi, sosial dan lingkungan secara sistematis dan terintegrasi dalam satu paket pelaporan sehingga para pemakai dapat memperoleh informasi akuntansi yang lengkap, utuh, relevan dan andal serta berguna untuk pengambilan keputusan ekonomi dan nonekonomi. Keenam, prinsip pelaporan dan pengungkapan informasi akuntansi yang terintegrasi (*integrated reporting principle*). Dalam pelaporan dan pengungkapan informasi akuntansi, entitas korporasi harus melaporkan dan mengungkapkan semua informasi akuntansi keuangan, sosial dan lingkungan, baik yang kuantitatif maupun yang bersifat kuantitatif, secara terpadu agar para pemakai internal dan eksternal dapat memperoleh informasi yang lengkap, relevan dan andal tentang posisi keuangan dan kinerja keuangan, risiko dan prospek, serta komitmen tanggung jawab sosial dan lingkungan dan keberlanjutan suatu entitas sebelum melakukan evaluasi, penilaian dan mengambil suatu keputusan. Peran pengungkapan informasi akuntansi kualitatif tersebut adalah untuk melengkapi dan menjelaskan hal-hal penting yang berkaitan dengan item- item informasi akuntansi sosial dan lingkungan yang bersifat kuantitatif. Pengungkapan informasi akuntansi sosial dan lingkungan yang bersifat kualitatif tersebut dapat dilakukan melalui media catatan atas laporan akuntansi hijau (prinsip pengungkapan penuh atau *full disclosure*). Tujuan utama dari proses akuntansi yang terintegrasi tersebut adalah untuk mendukung keberlanjutan atau kelestarian lingkungan (*planet*), masyarakat (*people*) dan pertumbuhan laba (*profit*) sebagai pilar dasar dari entitas

korporasi. Dengan menyajikan informasi akuntansi yang terintegrasi maka para pihak akan menggunakannya untuk melakukan penilaian dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan tindakan ekonomi dan nonekonomi yang lebih ramah masyarakat dan lingkungan.

#### **2.1.1.6 Undang-Undang Mengenai *Green Accounting***

Terdapat beberapa aturan Undang-Undang yang mengatur mengenai *Green Accounting*, antara lain sebagai berikut:

1. Undang-Undang No. 23 tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup yang mengenai 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 perusakan lingkungan hidup.
2. Undang-Undang No. 25 tahun 2007 tentang penanaman modal yang mengenai kewajiban bagi setiap penanaman modal berbentuk badan usaha atau perorangan untuk melaksanakan tanggung jawab 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 yang mewajibkan bagi perseroan yang terkait dengan sumber daya alam untuk memasukkan perhitungan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai biaya yang dianggarkan secara patut dan wajar. Pelanggaran terhadap hal tersebut akan dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan dan undang-undang yang berlaku.
4. Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan No. KEP-134/BL/2006 tentang Kewajiban Penyampaian Laporan bagi Emiten atau Perusahaan Publik yang berbunyi mengenai kewajiban laporan tahunan yang memuat tata kelola perusahaan (*Good Governance*) harus menguraikan aktivitas dan biaya yang dikeluarkan berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 32 dan No. 33 yang mengatur tentang kewajiban perusahaan dari sektor pertambangan dan pemilik Hak Pengusaha Hutan (HPH) untuk melaporkan item-item lingkungannya dalam laporan keuangan.

5. Peraturan Bank Indonesia No. 7/2/PBI/2005 Tentang Penetapan Peringkat Kualitas Aktiva Bagi Bank Umum yang berbunyi semua aspek yang berhubungan dengan 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 dalam pengukuran Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER). PROPER menggunakan lima peringkat di antaranya: hitam, merah, biru, hijau dan emas dalam pengelolaan limbah perusahaan yang berdasarkan tingkat keberhasilan pengelolaan limbah perusahaan.
6. Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia Nomor 1 tahun 2021 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan adalah evaluasi kinerja penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan di bidang pengelolaan lingkungan hidup. Mekanisme dan kriteria penilaian tertuang dalam peraturan tersebut.

#### **2.1.1.7 Standar *Green Accounting* di Indonesia**

*Green Accounting* atau akuntansi hijau merupakan bagian dari ilmu ekonomi yang mengelola transaksi keuangan yang berhubungan dengan lingkungan. Fokus utama akuntansi hijau adalah lingkungan, akuntansi hijau berusaha untuk mengidentifikasi, mengukur, melaporkan biaya-biaya dan aset terkait lingkungan atau pengelolaan lingkungan. Di Indonesia belum ada standar khusus untuk melaksanakan akuntansi hijau, akan tetapi pelaksanaan akuntansi hijau saat ini menggunakan Pernyataan Standar Akuntansi (PSAK) yang diterbitkan IAI. Ada beberapa pernyataan dalam PSAK yang dapat dijadikan standar akuntansi hijau, antara lain sebagai berikut:

1. PSAK 1 Penyajian Laporan Keuangan, PSAK 1 menyebutkan bahwa laporan mengenai lingkungan hidup dapat disajikan secara terpisah dari laporan keuangan. PSAK No. 1 yang direvisi pada tahun 2009 diadopsi dari IAS 1: *Presentation of Financial Statement*. Menurut PSAK 1 Laporan keuangan yang lengkap terdiri dari: laporan posisi keuangan, laporan laba

rugi komprehensif, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, catatan atas laporan keuangan berisi mengenai kebijakan akuntansi dan penjelasan terkait dengan pos-pos dalam laporan keuangan, laporan posisi keuangan komparatif. PSAK 1 ini dapat dijadikan standar dalam pelaksanaan akuntansi hijau berupa pembuatan laporan lingkungan hidup di luar laporan keuangan khususnya untuk industri yang memiliki hubungan erat dengan lingkungan.

2. PSAK No. 57 yang diadopsi dari IAS 37: *Provisions, Contingent Liabilities and Contingent Assets*. Menurut PSAK ini perusahaan yang melaksanakan perbaikan lingkungan misal pemulihan lingkungan karena limbah dapat mencatat biaya pemulihan tersebut sebagai provisi untuk pemulihan. Provisi diakui sebagai kewajiban atas peristiwa masa lalu, misal pencemaran lingkungan terjadi pada tahun 2011, maka provisi diakui sebagai provisi untuk pemulihan lingkungan atas pencemaran yang terjadi pada tahun 2011. “Peristiwa masa lalu yang menimbulkan kewajiban di masa kini disebut sebagai peristiwa mengikat. Dalam peristiwa mengikat, entitas tidak punya pilihan lain selain menyelesaikan kewajiban tersebut, baik karena dipaksakan oleh hukum, atau merupakan kewajiban konstruktif.
3. PSAK No. 64 tepatnya paragraf 10 yang merupakan konvergensi dari IFRS 6 *Exploration for and Evaluation of Mineral Resources*. PSAK ini menimbulkan pengakuan terhadap kewajiban akibat dari pemindahan dan restorasi yang terjadi selama periode tertentu sebagai konsekuensi dari eksplorasi dan evaluasi sumber daya mineral.
4. PSAK No. 25 membahas mengenai kebijakan akuntansi, perubahan estimasi akuntansi dan kesalahan. PSAK ini diadopsi dari IAS 8: *Accounting Policies, Changes in Accounting and Errors*.
5. PSAK No. 5 tentang Segmen Operasi, entitas perlu mengungkapkan informasi untuk memungkinkan pengguna laporan keuangan mengevaluasi sifat dan dampak keuangan atas aktivitas bisnis yang melibatkan entitas dan lingkungan ekonomi tempat entitas beroperasi. (Gunawan, Nurul, & Asmara, 2017)

#### **2.1.1.8 Konsep *Green Accounting***

Akuntansi sebagai salah satu disiplin ilmu ekonomi memiliki *input* berupa transaksi keuangan perusahaan dan *output* berupa laporan keuangan dan informasi keuangan lainnya yang digunakan untuk membantu proses pengambilan keputusan.

Adapun transaksi yang dapat dikelompokkan ke dalam akuntansi hijau meliputi pembiayaan yang dilakukan perusahaan dan pemerintah dalam melakukan konservasi lingkungan ke dalam pos lingkungan dan praktik bisnis perusahaan, elemen keuangan sehubungan dengan kegiatan konservasi lingkungan yang dilakukan perusahaan dan kewajiban (utang/provisi) perusahaan yang timbul atas masalah lingkungan. (Suartana, 2010)

Dalam akuntansi hijau, terdapat beberapa komponen pembiayaan yang harus dihitung menurut (Handayani, 2010):

1. Biaya operasional bisnis yang terdiri dari biaya depresiasi fasilitas lingkungan, biaya memperbaiki fasilitas lingkungan, jasa atau *fee* kontrak untuk menjalankan kegiatan pengelolaan lingkungan, biaya tenaga kerja untuk menjalankan operasionalisasi fasilitas pengelolaan lingkungan, serta biaya kontrak untuk pengelolaan limbah (*recycling*).
2. Biaya daur ulang limbah
3. Biaya penelitian dan pengembangan (*research and development*) yang terdiri dari biaya total untuk material, tenaga ahli dan tenaga kerja lain untuk pengembangan material yang ramah lingkungan, produk dan fasilitas produk.

### **2.1.1.9 Pengukuran *Green Accounting***

Menurut Andreas Lako (2018) belum terdapat pengukuran secara pasti untuk merumuskan bagaimana metode pengukuran, penilaian, pengungkapan, dan penyajian akuntansi hijau di sebuah perusahaan. Pengukuran akuntansi hijau yang baik akan berakibat pada kinerja lingkungan yang baik juga.

Pengukuran *green accounting* ini dapat dilihat dari kinerja lingkungan perusahaan. Kinerja lingkungan adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*). Kinerja lingkungan perusahaan diukur dari prestasi

perusahaan yang mengikuti program PROPER yang merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup melalui instrumen informasi. Selanjutnya PROPER juga merupakan perwujudan transparansi dan demokratisasi dalam pengelolaan lingkungan di Indonesia. Penerapan instrumen ini merupakan upaya Kementerian Negara Lingkungan Hidup untuk menerapkan sebagian dari prinsip-prinsip *good governance* dalam pengelolaan lingkungan.

PROPER telah berlangsung sejak tahun 1995 dan telah berkembang menjadi platform bagi dunia usaha untuk melakukan praktik bisnis yang berkelanjutan dengan menerapkan prinsip ekonomi hijau. Pemberian penghargaan PROPER berdasarkan penilaian kinerja penanggung jawab usaha 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

Adapun kriteria penilaian PROPER yang telah ditentukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dapat dilihat dalam Tabel 2.1 di bawah ini:

Tabel 2.1

Kriteria Penilaian PROPER

<b>a. Persyaratan Dokumen Lingkungan dan Pelaporannya</b>
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 diprasyaratkan dalam AMDAL dan UKL/UPL.

<p><b>b. Pengendalian Pencemaran Air</b></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><b>c. Pengendalian Pencemaran Udara</b></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>
<p><b>d. Pengelolaan Limbah Bahan Berbahaya dan Beracun (B3)</b></p>
<p>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.</p>
<p><b>e. Pengendalian Pencemaran Air Laut</b></p>
<p>Untuk aspek ini, ketaatan utama dilihat dari kelengkapan izin pembuangan air limbah dan ketaatan pelaksanaan pembuangan air limbah sesuai dengan ketentuan dalam izin.</p>
<p><b>f. Potensi Kerusakan Lahan</b></p>
<p>Kriteria potensi kerusakan lahan hanya digunakan untuk kegiatan pertambangan. Kriteria ini pada dasarnya adalah implementasi <i>best mining practices</i>, seperti kesesuaian pelaksanaan kegiatan dengan rencana tambang, sehingga dapat dihindari bukaan lahan yang tidak dikelola. Mengatur ketinggian dan kemiringan</p>

lereng/jenjang agar stabil. Acuan adalah kestabilan lereng. Mengidentifikasi potensi pembentukan Air Asam Tambang setiap jenis batuan dan penyusunan strategi pengelolaan batuan penutup. Membuat dan memelihara sarana pengendali erosi. Membuat sistem pengaliran (*drainage*) yang baik supaya kualitas air limbah memenuhi baku mutu

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

Melalui PROPER, kinerja lingkungan perusahaan diukur dengan menggunakan warna, mulai dari yang terbaik emas, hijau, biru, merah hingga yang terburuk hitam untuk kemudian diumumkan secara rutin kepada masyarakat agar masyarakat dapat mengetahui tingkat pengelolaan lingkungan pada perusahaan dengan hanya melihat warna yang ada.

Kriteria penilaian PROPER yang lebih lengkap dapat dilihat pada Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia Nomor 1 tahun 2021 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan. Secara umum peringkat kinerja PROPER dibedakan menjadi 5 warna dengan pengertian sebagai berikut:

#### **1. Emas; Sangat Baik; Skor 5**

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.

#### **2. Hijau; Baik; Skor 4**

Untuk usaha dan atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang diprasyaratkan dalam peraturan (*beyond compliance*) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan,



pemanfaatan sumber daya secara efisien melalui upaya 4R (*Reduce, Reuse, Recycle, dan Recovery*), dan melakukan upaya tanggung jawab sosial (CSR/Comdev) dengan baik.

### 3. Biru; Cukup; Skor 3

Untuk usaha dan atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang disyaratkan sesuai dengan ketentuan dan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

### 4. Merah; Buruk; Skor 2

Upaya pengelolaan lingkungan yang dilakukan belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan dan dalam tahapan melaksanakan sanksi administrasi.

### 5. Hitam; Sangat Buruk; Skor 1

Untuk usaha dan atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran dan atau kerusakan lingkungan serta pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Tabel 2.2

#### Peringkat Kinerja PROPER

Warna	Skor
Emas	5
Hijau	4
Biru	3
Merah	2
Hitam	1

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

## **2.1.2 *Corporate Social Responsibility Disclosure***

### **2.1.2.1 *Pengertian Corporate Social Responsibility***

Ada banyak definisi tanggung jawab perusahaan, dalam undang-undang menggunakan tanggung jawab sosial dan lingkungan atau *corporate social responsibility* atau kadang disebut *business social responsibility* atau *corporate citizenship* atau *corporate responsibility* atau *business citizenship*. Istilah-istilah di atas memiliki arti yang sama dan sering digunakan untuk merujuk pada konsep CSR. Walaupun CSR masih sangat rendah, namun diatur secara ketat di Indonesia, yaitu dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, khusus untuk perusahaan-perusahaan BUMN, dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

Pengertian (CSR) diatur dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan 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. Definisi ini pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana mengelola perusahaan baik sebagian maupun keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungannya. Perusahaan harus mampu mengelola operasi

bisnisnya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan. (Hadi, 2011)

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) *Corporate Social Responsibility*, yaitu:

*“Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.”* Yang artinya adalah komitmen dunia usaha untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas.

Menurut Prastowo dan Huda (2011:17) *Corporate Social Responsibility*, yaitu:

*“Mekanisme alami sebuah perusahaan untuk ‘membersihkan’ keuntungan-keuntungan besar yang diperoleh. Sebagaimana diketahui, cara-cara perusahaan untuk memperoleh keuntungan kadang-kadang merugikan orang lain, baik itu yang tidak disengaja apalagi yang disengaja. Dikatakan sebagai mekanisme alamiah karena CSR adalah konsekuensi dari dampak keputusan-keputusan ataupun kegiatan-kegiatan yang dibuat oleh perusahaan, maka kewajiban perusahaan tersebut adalah membalikkan keadaan masyarakat yang mengalami dampak tersebut kepada keadaan yang lebih baik.”*

Definisi menurut ISO 26000 dalam Prastowo dan Huda (2011) *Corporate Social Responsibility*, yaitu:

*“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 adalah tanggung jawab sebuah organisasi

terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan; sejalan dengan hukum yang ditetapkan dengan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh).

Menurut Ahmad Lamo Said (2018:23) *Corporate Social Responsibility*, yaitu:

“Sebagai upaya dari perusahaan untuk menaikkan citranya di mata publik dengan membuat program-program amal baik yang bersifat eksternal maupun internal. Program eksternal dengan menjalankan kemitraan (*partnership*) dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) untuk menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Sedangkan secara internal mampu memproduksi dengan baik, mencapai profit yang maksimal dan menyejahterakan karyawannya.”

Menurut Lela Nurlela (2019:11) *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu:

“CSR bisa dikatakan komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis, untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya. Dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan.”

Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu komitmen perusahaan yang sifatnya berkesinambungan terhadap suatu pemegang kepentingan secara langsung maupun tidak langsung dengan membuat beberapa program atau kegiatan yang berkaitan dengan meningkatkan lingkungan dan sosial masyarakat dengan melakukan perencanaan terkait dampak negatif bagi perusahaan.

### 2.1.2.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Menurut Bungaran Antonius (2017:96) manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi perusahaan secara umum dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya perusahaan dapat mengimplementasikan melalui tiga hal yaitu keuntungan (*profit*), masyarakat (*people*), lingkungan (*planet*).

Menurut Imam Syairozi (2019:15) selain mendapat manfaat bagi perusahaan, dengan menerapkan aktivitas CSR dapat mendatangkan manfaat yang positif bagi masyarakat dan pemerintah, yaitu:

1. Manfaat bagi masyarakat dapat meningkatkan berbagai sektor seperti diadakannya Pendidikan yang layak dan berkualitas bagi masyarakat, sektor ketenagakerjaan seperti meningkatkan pelatihan atau *training* untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja masyarakat luas.
2. Manfaat bagi pemerintah aktivitas dari CSR sendiri berhubungan dengan masalah yang ada di berbagai daerah seperti halnya masalah Pendidikan, kurangnya akses kesehatan bagi masyarakat sekitar, dan pembangunan fasilitas umum untuk kepentingan orang banyak. Dengan adanya kerja sama dari adanya kebijakan pemerintah dengan perusahaan atau organisasi yang menerapkan CSR, banyak masyarakat yang terbantu akan adanya pelaksanaan CSR di sekitar mereka.

Berbagai manfaat yang ada, perusahaan kini akan mudah mendapatkan *brand image* mereka. Kebijakan pemerintah yang ada juga mempermudah akses perusahaan dalam melakukan aktivitas CSR-nya. Beberapa manfaat CSR bagi perusahaan, yaitu:

1. Mendorong lebih banyak informasi dalam pengambilan keputusan berdasarkan peningkatan pemahaman terhadap ekspektasi masyarakat, peluang jika kita melakukan tanggung jawab sosial (termasuk manajemen risiko hukum yang lebih baik) dan risiko jika tidak bertanggung jawab secara sosial.
2. Meningkatkan praktik pengelolaan risiko dari organisasi.

3. Meningkatkan reputasi organisasi dan menumbuhkan kepercayaan publik yang lebih besar.
4. Meningkatkan daya saing organisasi.
5. Meningkatkan hubungan organisasi dengan para *stakeholders*.
6. Meningkatkan loyalitas dan semangat kerja karyawan. Meningkatkan keselamatan dan kesehatan baik karyawan laki-laki maupun perempuan dan berdampak positif pada kemampuan organisasi untuk merekrut, memotivasi dan mempertahankan karyawan.
7. Memperoleh penghematan terkait dengan peningkatan produktivitas dan efisiensi sumber daya, konsumsi air dan energi yang lebih rendah, mengurangi limbah, dan meningkatkan ketersediaan bahan baku.
8. Meningkatkan keandalan dan keadilan transaksi melalui keterlibatan politik yang bertanggung jawab, persaingan yang adil, dan tidak adanya korupsi.
9. Mencegah atau mengurangi potensi konflik dengan konsumen tentang produk dan jasa.
10. Memberikan kontribusi terhadap kelangsungan jangka Panjang organisasi dengan mempromosikan keberlanjutan SDA dan jasa lingkungan.
11. Kontribusi kepada masyarakat dan untuk memperkuat masyarakat umum dan lembaga.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa manfaat penerapan CSR dirasakan tidak hanya oleh perusahaan, tetapi juga oleh pemerintah, masyarakat dan lingkungan.

### **2.1.2.3 Bentuk-bentuk *Corporate Social Responsibility***

Menurut Yosephus (2010) CSR dikonsepsikan sebagai piramida yang terdiri dari empat macam unsur tanggung jawab yang harus dipertimbangkan secara berkesinambungan yaitu:

1. Tanggung jawab ekonomi (*Economic responsibilities*)

Tanggung jawab ekonomi merujuk pada fungsi utama bisnis yang bersifat *profit oriented*. Aktivitas ekonomi dalam *profit oriented* akan bersinergi dengan CSR jika didasari oleh iktikad untuk memberikan *price* yang

memihak pada nasabah, artinya *price* merupakan representasi dari kualitas dan nilai sebenarnya dari produk (barang ataupun jasa), dan lain-lain.

2. Tanggung jawab hukum (*Legal responsibilities*)

Saat perbankan syariah memutuskan untuk menjalankan operasinya di wilayah tertentu maka ia telah sepakat untuk melakukan kontrak sosial dengan segala aspek norma dan hukum yang telah ada maupun yang akan muncul kemudian. Tanggung jawab hukum mengupayakan bahwa bank syariah selalu mematuhi terhadap ketentuan perundang-undangan yang berlaku dan tidak akan melakukan hal yang melawan hukum.

3. Tanggung jawab etis (*Ethical responsibilities*)

Tanggung jawab etis berimplikasi pada kewajiban menyesuaikan segala aktivitas sesuai dengan norma sosial dan etika yang berlaku meskipun tidak tertera dalam bentuk tertulis formal. Tanggung jawab etis ini bertujuan untuk memenuhi standar, norma dan pengharapan dari *stakeholder* terhadap bank syariah. Tanggung jawab etis juga sebuah bentuk korporat yang senantiasa menjunjung kearifan dan adat lokal.

4. Tanggung jawab Filantropis (*Philanthropic responsibilities*)

Tanggung jawab filantropi adalah tanggung jawab terhadap sesama mencakup peran aktif bank syariah dalam memajukan kesejahteraan manusia. Jadi tanggung jawab filantropi didasari oleh iktikad bank syariah untuk berkontribusi pada perbaikan komunitas secara mikro maupun makro sosial. Terkait dengan implementasi keempat unsur tanggung jawab di atas, dapat digambarkan dalam sebuah hierarki sebagai berikut :



Gambar 2.1

## Piramida CSR

*Sumber: Yosephus (2010)*

Piramida tersebut secara jelas menunjukkan bahwa implementasi CSR masih didominasi oleh tanggung jawab ekonomi (*profit oriented*) sebagai prasyarat agar dapat melakukan CSR yang lain. Setingkat di atas tanggung jawab ekonomi adalah tanggung jawab legal yang menuntut perusahaan menaati hukum yang berlaku.

Level selanjutnya yaitu tanggung jawab etis yaitu tanggung jawab terhadap sejumlah peraturan tidak tertulis dengan memperhatikan adat, nilai, kepercayaan, dan sistem yang berlaku. Bank syariah harus dapat mengedepankan unsur kebenaran, keadilan dan keseimbangan. Level paling tinggi yaitu tanggung jawab filantropi. Aktivitas filantropi adalah bentuk iktikad baik bank syariah untuk memberikan manfaat bagi komunitas, peningkatan kualitas kehidupan dan taraf kesejahteraan sosial.

Pada dasarnya bentuk tanggung jawab usaha bisnis dapat beraneka ragam dari yang bersifat *charity* sampai pada kegiatan yang bersifat pengembangan



komunitas (*community development*). *Community Development* adalah kegiatan pembangunan komunitas yang dilakukan secara sistematis, terencana dan diarahkan untuk memperbesar akses komunitas guna mencapai kondisi sosial, ekonomi, lingkungan dan kualitas kehidupan yang lebih baik. Maka ada 3 bentuk CSR dari sudut pandang pelaku usaha yaitu:

1. *Public relations*, yaitu usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Sehingga akan tertanam *image* komunitas bahwa perusahaan tersebut hanya melakukan kegiatan sosial, biasanya berbentuk kampanye yang tidak terkait sama sekali dengan produk.
2. Strategi defensif, usaha yang dilakukan guna untuk menangkis anggapan negatif komunitas luas yang sudah tertanam pada perusahaan tersebut. Jadi usaha CSR yang dilakukan adalah untuk mengubah anggapan negatif dengan mengubah hal yang baru yang bersifat positif.
3. Keinginan tulus untuk melakukan kegiatan baik yang merupakan visi perusahaan.

#### **2.1.2.4 Undang-Undang Mengenai *Corporate Social Responsibility***

Sebelum disahkannya ketentuan (CSR) dalam peraturan perundang-undangan, terdapat 6 (enam) hal yang menjadi dasar pelaksanaan tanggung jawab sosial di Indonesia. Keenam hal tersebut yakni *voluntary* (sukarela), gotong royong, kepedulian yang berpijak pada cinta kasih terhadap sesama, keikhlasan untuk membantu, *honesty* (kejujuran), dan keadilan sosial yang berpijak pada kejujuran. Pelaksanaan (CSR) yang pada mulanya bersifat sukarela ini menimbulkan penafsiran yang bebas di benak pengusaha. Kegiatan (CSR) dilaksanakan dengan didasarkan pada kepentingan masing-masing perusahaan semata. Berangkat dari hal tersebut, pengaturan (CSR) menjadi dianggap penting di Indonesia. (CSR) yang

pada awalnya merupakan tanggung jawab non-hukum, sekarang berubah menjadi tanggung jawab hukum (*liability*).

Kewajiban perusahaan untuk melaksanakan (CSR) di Indonesia telah diatur dalam undang-undang. Ketentuan undang-undang yang mengatur tentang (CSR) antara lain:

1. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

Pada awalnya dasar hukum perseroan terbatas pada awalnya diatur dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas, tetapi belum mengatur mengenai (CSR), dengan diundangkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 yang menggantikan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan terbatas telah diatur mengenai ketentuan CSR yang termuat dalam Pasal (74) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang berbunyi sebagai berikut:

- a. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- b. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. 3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana yang dimaksud dalam ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. 4. Ketentuan lebih lanjut mengenai

tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Penjelasan dalam Pasal 74 ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang dimaksud dengan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau yang berkaitan dengan sumber daya alam” adalah perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam. Penjelasan Pasal 74 ayat (2) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang dimaksud dengan “dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan” adalah dikenai segala bentuk sanksi yang diatur dalam peraturan perundang-undangan yang terkait. Seperti yang telah diuraikan di atas, meskipun perusahaan tidak secara langsung melaksanakan eksploitasi sumber daya alam tetapi selama usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam maka perusahaan tersebut wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Berdasarkan ketentuan Pasal 74 ayat (2) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Setidaknya ada 2 (dua) hal yang perlu dikaji dari susunan kalimat di atas, yaitu sebagai berikut:

- a. Pertama, kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan. Ada kata “dianggarkan” dan “diperhitungkan”

sebagai biaya perseroan. “Dianggarkan” memiliki makna bahwa biaya untuk (CSR) sudah “direncanakan” sejak awal tahun oleh suatu perseroan, sedangkan “diperhitungkan” adalah biaya yang nyata-nyata dikeluarkan oleh suatu perseroan untuk (CSR) baik direncanakan atau tidak. Biaya yang dikeluarkan secara nyata untuk (CSR) dapat saja lebih besar atau lebih kecil dari biaya yang dianggarkan.

- b. Kedua, “yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran”. Kata “memperhatikan kepatutan dan kewajaran”, tidak memberikan kejelasan parameter mengenai jumlah tertentu. Sehingga tidak ada nominal ataupun persentase yang jelas berapa besar biaya yang harus dipersiapkan oleh korporasi untuk melaksanakan (CSR).

## 2. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal

Pasal 15 (b) Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang mengatur terkait (CSR), yang berbunyi setiap penanam modal berkewajiban “Melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”  
Penjelasan Pasal 15 ayat (b) Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang dimaksud “tanggung jawab sosial perusahaan” adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat.  
Penjelasan dalam Pasal 1 angka (4) Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang dimaksud dengan “penanam modal” adalah

perseorangan atau badan usaha yang melakukan penanaman modal yang dapat berupa penanam modal dalam negeri dan penanam modal asing.

3. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas

Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas merupakan peraturan pelaksana dari Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal (2) Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas disebutkan bahwa “setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan”.

Pasal (3) Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas menyatakan bahwa: Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam Pasal (2) menjadi kewajiban bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang. Pasal 3 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas menyebutkan bahwa “kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan baik di dalam maupun di luar lingkungan perseroan”.

4. Peraturan Daerah Kabupaten Purbalingga Nomor 28 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pasal 20 Peraturan Daerah Kabupaten Purbalingga Nomor 28 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan menyebutkan bahwa “Setiap perusahaan yang berada di daerah dan memperkerjakan karyawan paling sedikit 100 (seratus) wajib menetapkan komitmennya dalam penyelenggaraan TSP sebagai bagian dari kebijakan manajemen maupun program pengembangan perusahaan dengan memedomani ketentuan dan/atau Peraturan Perundang-undangan yang berlaku bagi perusahaan”.

#### **2.1.2.5 Corporate Social Responsibility Disclosure**

Pelaporan CSR merupakan kegiatan penyampaian informasi kepada para pihak. Pelaporan dalam bentuk informasi disusun dan dilaporkan kepada media massa sebagai wujud pertanggungjawaban informasi publik dan sekaligus untuk membangun reputasi. Sesuai dengan pedoman yang disusun ISO 26000, perusahaan juga didorong untuk menyampaikan laporan keberlanjutan (*Sustainability Reporting, SR*) kepada masyarakat dalam bentuk laporan yang terintegrasi dalam laporan tahunan (*annual report*). Isi laporan menyangkut tanggung jawab sosial dan lingkungan yang cakupannya lebih luas dari konsep CSR, sebagaimana yang tercantum dalam perundang-undangan yang ada di Indonesia (Abdul Ghani (2016:229).

Menurut Sholihin, dkk (2018) menyatakan bahwa:

“Pengungkapan informasi CSR (*Corporate Social Responsibility*) dalam *annual report* merupakan salah satu cara perusahaan dalam membangun berkontribusi, dan mempertahankan perusahaan dari sisi politis dan ekonomi. Dengan melakukan *social disclosure* perusahaan merasa aktivitas dan keberadaannya terlegitimasi, kemudian perusahaan berusaha mencari

pembenaran dari *stakeholder* dalam menjalankan aktivitas perusahaannya, sebab semakin kuat komposisi *stakeholder* maka akan semakin besar pula kecenderungan untuk dapat mengadaptasi diri terhadap keinginan *stakeholder*.”

Menurut Anwar (2020) menyatakan bahwa:

“*CSR disclosure is the information provided by corporations in association to their policies, aspirations, and activities toward community, customers, environment, and employees.*”

Berdasarkan pernyataan mengenai *corporate social responsibility disclosure* maka dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility disclosure* merupakan proses mengkomunikasikan kegiatan sosial perusahaan sebagai wujud tanggung jawab atau komitmen perusahaan kepada masyarakat atas dampak yang ditimbulkan dari aktivitas bisnisnya.

#### **2.1.2.6 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. Pemenuhan kebutuhan informasi kepada masyarakat.
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.

Sedangkan menurut Abdul Ghani (2016:98) faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi CSR adalah sebagai berikut:

1. Kesadaran etika pebisnis Kesadaran etis untuk berbisnis secara adil, merupakan cikal bakal tumbuhnya rasa tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat dalam bentuknya yang paling sederhana, yaitu memberikan sumbangsih kepada masyarakat sekitar.
2. Tuntutan masyarakat sekitar Meningkatnya pendidikan dan pengetahuan masyarakat mendorong kesadaran mereka tentang hak dan kewajiban sebagai warga negara, termasuk tuntutan tanggung jawab pelaku bisnis kepada masyarakat.
3. Peran pemerintah bersama parlemen adalah regulator kebijakan publik yang mengatur antara lain tentang hak-hak dan kewajiban warga negara, termasuk tanggung jawab sosial perusahaan.
4. Tuntutan konsumen dan investor Kecenderungan konsumen memilih suatu produk atau jasa dipengaruhi oleh banyak hal. Salah satunya adalah tingkat daya beli masyarakat. Lapisan menengah ke bawah pada umumnya menjadikan aspek harga sebagai dasar utama pertimbangan. Sementara lapisan menengah ke atas mutu dan citra produk menjadi dasar pilihan.

#### **2.1.2.7 Konsep *Corporate Social Responsibility Disclosure* di Indonesia**

*Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRSD) di Indonesia, diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas menjelaskan bahwa pada pasal 3 ayat 1 dijelaskan bahwa “Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 menjadi kewajiban bagi Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang.” Ketentuan tersebut ditekankan pada pasal 7 bahwa “Perseroan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan



peraturan perundang-undangan.” Dalam melaporkan CSR perusahaan menerbitkan laporan berkelanjutan (*Sustainability Report*) yang memberikan pengungkapan atas segala dampak aktivitas perusahaan baik positif maupun negatif.

Dengan menggunakan pedoman, organisasi pelapor dapat menghasilkan informasi andal, relevan, dan terstandarisasi yang dapat digunakan untuk menilai peluang dan risiko, serta memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih matang baik di dalam perusahaan maupun di antara para pemangku kepentingan.

*Global Reporting Initiative* (GRI) mendorong penerapan *sustainability reporting* sebagai cara bagi perusahaan dan organisasi agar menjadi lebih berkelanjutan dan berkontribusi terhadap ekonomi global yang berkelanjutan. *G4 Guidelines* mencakup indikator kinerja ekonomi, indikator kinerja lingkungan, dan indikator kinerja sosial.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* memang merupakan praktik bisnis secara sukarela secara inisiatif perusahaan dan bukan merupakan aktivitas yang dituntut untuk dilakukan perusahaan sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku. Bila dilihat dari pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia, maka dapat dikatakan bahwa perusahaan yang telah melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* dan membuat laporannya belum bisa dikategorikan sebagai perusahaan yang telah menerapkan akuntansi hijau.

#### **2.1.2.8 Pengukuran *Corporate Social Responsibility Disclosure***

Menurut Prof. Dr. Dwi Kartini (2013) 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 diperoleh dari *website* [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org). Indikator GRI terdiri dari 3 fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial sebagai dasar *sustainability reporting*. Indikator GRI ini dipilih karena merupakan aturan internasional yang telah diakui oleh perusahaan di dunia.

Pengukuran CSRDI menggunakan *content analysis* dalam mengukur *variety* dari CSRDI. *Content analysis* adalah salah satu metode pengukuran CSRDI yang sudah banyak 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. Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Menurut Lela Nurlaela (2019:21) pengukuran pengungkapan CSR yang dirumuskan sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan:

$CSRDI_j$  : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

$\sum X_{ij}$  : Total angka atau skor yang diperoleh masing-masing perusahaan *dummy variable*: 1 = jika item I diungkapkan; 0 = jika item I tidak diungkapkan.

$N_j$  : Jumlah kriteria pengungkapan CSR untuk perusahaan j,  $n_j = 113$  (Skor Maksimal)

Pendekatan untuk menghitung CSR menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan dalam setiap laporan tahunan masing-masing akan diberi nilai 1 jika diungkapkan dan 0 jika tidak diungkapkan. Semakin banyak item yang diungkapkan maka sangat tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan.

Pengungkapan *corporate social responsibility* menyajikan informasi terkait aspek material, yaitu aspek yang mencerminkan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial organisasi atau yang secara nyata memengaruhi asesmen dan pengambilan keputusan para pemangku kepentingan. Salah satu format yang dapat digunakan saat ini adalah standar GRI. Standar GRI mewakili praktik terbaik secara global dalam hal pelaporan dampak ekonomi, lingkungan dan sosial kepada publik. Menyiapkan laporan sesuai dengan Standar GRI memberikan gambaran inklusif tentang topik material organisasi, dampak terkaitnya, dan bagaimana dampak-dampak tersebut dikelola. Organisasi juga dapat menggunakan semua atau sebagian dari Standar GRI untuk melaporkan informasi spesifik. Berikut adalah penjelasannya:

1. Standar GRI 102 terdiri dari 33 item pengungkapan.
2. Standar GRI 103 terdiri dari 3 item pengungkapan.
3. Standar GRI 200 terdiri dari 13 item pengungkapan.
4. Standar GRI 300 terdiri dari 30 item pengungkapan.
5. Standar GRI 400 terdiri dari 34 item pengungkapan.

Dalam melakukan penilaian luas pengungkapan CSR, item-item yang akan diberikan skor, mengacu kepada indikator kinerja atau item yang disebutkan Standar GRI. Penjelasan mengenai indikator Standar GRI dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 2.3  
113 Indikator Berdasarkan Standar GRI

No.	Pengungkapan GRI	Deskripsi Pengungkapan
<b>GRI 102</b>		
<b>Profil Organisasi</b>		
1.	GRI 102-1	Nama organisasi
2.	GRI 102-2	Kegiatan, Merek, Produk, dan Jasa
3.	GRI 102-3	Lokasi kantor Pusat
4.	GRI 102-4	Lokasi Operasi
5.	GRI 102-5	Kepemilikan dan bentuk hukum
6.	GRI 102-6	Pasar yang dilayani
7.	GRI 102-7	Skala Organisasi
8.	GRI 102-8	Informasi mengenai karyawan dan pekerja lain
9.	GRI 102-9	Rantai Pasokan
10.	GRI 102-10	Perubahan signifikan pada organisasi dan rantai pasokannya
11.	GRI 102-11	Pendekatan atau prinsip pencegahan
12.	GRI 102-12	Inisiatif eksternal
13.	GRI 102-13	Keanggotaan asosiasi
<b>Strategi</b>		
14.	GRI 102-14	Pernyataan dari pembuat keputusan senior
<b>Etika dan Integritas</b>		
15.	GRI 102-16	Nilai, prinsip, standar, dan norma perilaku
<b>Tata Kelola</b>		
16.	GRI 102-18	Struktur tata kelola
<b>Keterlibatan Pemangku Kepentingan</b>		
17.	GRI 102-40	Daftar kelompok pemangku kepentingan
18.	GRI 102-41	Perjanjian perundingan kolektif
19.	GRI 102-42	Mengidentifikasi dan memilih pemangku kepentingan

No.	Pengungkapan GRI	Deskripsi Pengungkapan
20.	GRI 102-43	Pendekatan terhadap keterlibatan pemangku kepentingan
21.	GRI 102-44	Topik utama dan masalah yang dikemukakan
<b>Praktik Pelaporan</b>		
22.	GRI 102-45	Entitas yang termasuk dalam laporan keuangan dikonsolidasi
23.	GRI 102-46	Menetapkan isi laporan dan batasan topik
24.	GRI 102-47	Daftar topik material
25.	GRI 102-48	Penyajian kembali informasi
26.	GRI 102-49	Perubahan dalam pelaporan
27.	GRI 102-50	Periode pelaporan
28.	GRI 102-51	Tanggal laporan terbaru
29.	GRI 102-52	Siklus pelaporan
30.	GRI 102-53	Titik kontak untuk pertanyaan mengenai laporan
31.	GRI 102-54	Klaim bahwa pelaporan sesuai dengan standar GRI
32.	GRI 102-55	Klaim bahwa pelaporan sesuai dengan standar GRI
33.	GRI 102-56	Assurance dari pihak eksternal
<b>GRI 103</b>		
<b>Pendekatan Manajemen</b>		
1.	GRI 103-1	Assurance dari pihak eksternal
2.	GRI 103-2	Pendekatan manajemen dan komponennya
3.	GRI 103-3	Evaluasi pendekatan manajemen
<b>GRI 200</b>		
<b>Performa Ekonomi</b>		
1.	GRI 201-1	Nilai ekonomi langsung yang diatribusikan
2.	GRI 201-2	Implikasi finansial serta risiko dan peluang lain akibat dari perubahan iklim
3.	GRI 201-3	Kewajiban program pensiun manfaat pasti dan program pensiun lainnya
4.	GRI 201-4	Bantuan finansial yang diterima pemerintah

No.	Pengungkapan GRI	Deskripsi Pengungkapan
<b>Keberadaan Pasar</b>		
5.	GRI 202-1	Rasio standar upah karyawan <i>entry level</i> berdasarkan jenis kelamin terhadap upah minimum regional
6.	GRI 202-2	Proporsi manajemen senior yang berasal dari masyarakat lokal
<b>Dampak Ekonomi Tidak Langsung</b>		
7.	GRI 203-1	Investasi infrastruktur dan dukungan layanan
8.	GRI 203-2	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan
<b>Praktik Pengadaan</b>		
9.	GRI 204-1	Proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal
<b>Anti Korupsi</b>		
10.	GRI 205-1	Operasi-operasi yang dinilai memiliki risiko terkait korupsi
11.	GRI 205-2	Komunikasi dan pelatihan tentang kebijakan prosedur anti- korupsi
12.	GRI 205-3	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
<b>Perilaku Anti Persaingan</b>		
13.	GRI 206-1	Langkah- langkah hukum untuk perilaku anti persaingan, praktik <i>anti- trust</i> dan monopoli.
<b>GRI 300</b>		
<b>Material</b>		
1.	GRI 301-1	Material yang digunakan berdasarkan berat atau volume
2.	GRI 301-2	Material <i>input</i> dari daur ulang yang digunakan
3.	GRI 301-3	Produk <i>reclaimed</i> dan material kemasannya
<b>Energi</b>		
4.	GRI 302-1	Konsumsi energi dalam organisasi
5.	GRI 302-2	Konsumsi energi di luar organisasi
6.	GRI 302-3	Intensitas energi

No.	Pengungkapan GRI	Deskripsi Pengungkapan
7.	GRI 302-4	Pengurangan konsumsi energi
8.	GRI 302-5	Pengurangan pada energi yang dibutuhkan untuk produk dan jasa
<b>Air</b>		
9.	GRI 303-1	Pengambilan air berdasarkan sumber
10.	GRI 303-2	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
11.	GRI 303-3	Daur ulang dan penggunaan air kembali
<b>Keanekaragaman Hayati</b>		
12.	GRI 304-1	Lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola, atau berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
13.	GRI 304-2	Dampak signifikan dari kegiatan, produk, dan jasa pada keanekaragaman hayati
14.	GRI 304-3	Habitat yang dilindungi atau direstorasi
15.	GRI 304-4	Spesies daftar merah IUCN dan spesies daftar konservasi nasional dengan habitat dalam wilayah yang terkena efek operasi
<b>Emisi</b>		
16.	GRI 305-1	Emisi GRK (Cakupan 1) langsung
17.	GRI 305-2	Emisi GRK (Cakupan 2) tidak langsung
18.	GRI 305-3	Emisi GRK (Cakupan 3) tidak langsung lainnya
19.	GRI 305-4	Intensitas emisi GRK
20.	GRI 305-5	Pengurangan emisi GRK
21.	GRI 305-6	Emisi zat perusak ozon (ODS)
22.	GRI 305-7	Nitrogen oksida, sulfur oksida, dan emisi udara yang signifikan lainnya
<b>Air Limbah dan Limbah</b>		
23.	GRI 306-1	Pelepasan air berdasarkan kualitas dan tujuan
24.	GRI 306-2	Limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan

No.	Pengungkapan GRI	Deskripsi Pengungkapan
25.	GRI 306-3	Tumpahan yang signifikan
26.	GRI 306-4	Pengangkutan limbah berbahaya
27.	GRI 306-5	Badan air yang dipengaruhi oleh pelepasan dan/atau limbah air
<b>Kepatuhan</b>		
28.	GRI 307-1	Ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan tentang lingkungan hidup
<b>Penilaian Lingkungan Pemasok</b>		
29.	GRI 308-1	Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria lingkungan
30.	GRI 308-2	Dampak lingkungan negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil
<b>GRI 400</b>		
<b>Kepegawaian</b>		
1.	GRI 401-1	Perekrutan karyawan baru dan pergantian karyawan
2.	GRI 401-2	Tunjangan yang diberikan kepada karyawan purnawaktu yang tidak diberikan kepada karyawan sementara atau cuti paruh waktu
3.	GRI 401-3	Cuti melahirkan
<b>Hubungan Tenaga Kerja atau Manajemen</b>		
4.	GRI 402-1	Periode pemberitahuan terkait perubahan operasional
<b>Kesehatan dan Keselamatan Kerja</b>		
5.	GRI 403-1	Perwakilan pekerja dalam komite resmi gabungan manajemen- pekerja untuk kesehatan dan keselamatan
6.	GRI 403-2	Jenis kecelakaan kerja dan tingkat kecelakaan kerja, penyakit akibat pekerjaan, hari kerja yang hilang, dan ketidakhadiran, serta jumlah kematian terkait pekerjaan



No.	Pengungkapan GRI	Deskripsi Pengungkapan
7.	GRI 403-3	Para pekerja dengan risiko kecelakaan atau penyakit berbahaya tinggi terkait dengan pekerjaan mereka
8.	GRI 403-4	Topik kesehatan dan keselamatan tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat buruh
<b>Pelatihan dan Pendidikan</b>		
9.	GRI 404-1	Rata-rata pelatihan per tahun per karyawan
10.	GRI 404-2	Program untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan program bantuan peralihan
11.	GRI 404-3	Persentase karyawan yang menerima tinjauan rutin terhadap kinerja dan pengembangan karier
<b>Keanekaragaman dan Kesempatan Kerja</b>		
12.	GRI 405-1	Keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan
13.	GRI 405-2	Rasio gaji pokok dan remunerasi perempuan dibandingkan dengan laki-laki
<b>Non Diskriminasi</b>		
14.	GRI 406-1	Insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan dan dilakukan
<b>Kebebasan Berserikat dan Perundingan Kolektif</b>		
15.	GRI 407-1	Operasi dan pemasok di mana hak atas kebebasan berserikat dan perundingan kolektif mungkin berisiko
<b>Pekerja Anak</b>		
16.	GRI 408-1	Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden pekerja anak
<b>Kerja Paksa atau Wajib Kerja</b>		
17.	GRI 409-1	Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden kerja paksa atau wajib kerja
<b>Praktik Keamanan</b>		
18.	GRI 410-1	Petugas keamanan yang dilatih mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia
<b>Hak-hak Masyarakat Adat</b>		

No.	Pengungkapan GRI	Deskripsi Pengungkapan
19.	GRI 411-1	Insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat
<b>Penilaian Hak Asasi Manusia</b>		
20.	GRI 412-1	Operasi-operasi yang telah melewati tinjauan hak asasi manusia tau penilaian dampak
21.	GRI 412-2	Pelatihan karyawan mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia
22.	GRI 412-3	Perjanjian dan kontrak investasi signifikan yang memasukkan klausul-klausul hak asasi manusia atau yang telah melalui penyaringan hak asasi manusia
<b>Masyarakat Lokal</b>		
23.	GRI 413-1	Operasi dengan keterlibatan masyarakat lokal, penilaian dampak, dan program pengembangan
24.	GRI 413-2	Operasi yang secara aktual dan yang berpotensi memiliki dampak negatif signifikan terhadap masyarakat lokal
<b>Penilaian Sosial Pemasok</b>		
25.	GRI 414-1	Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria sosial
26.	GRI 414-2	Dampak sosial negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil
<b>Kebijakan Publik</b>		
27.	GRI 415-1	Kontribusi publik
<b>Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan</b>		
28.	GRI 416-1	Penilaian dampak kesehatan dan keselamatan kerja dari berbagai kategori produk dan jasa
29.	GRI 416-2	Insiden ketidakpatuhan sehubungan dengan dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa
<b>Pemasaran dan Pelabelan</b>		
30.	GRI 417-1	Persyaratan untuk pelabelan dan informasi produk dan jasa.

No.	Pengungkapan GRI	Deskripsi Pengungkapan
31.	GRI 417-2	Insiden ketidakpatuhan terkait pelabelan dan informasi produk dan jasa
32.	GRI 417-3	Insiden ketidakpatuhan terkait komunikasi pemasaran
<b>Privasi Pelanggan</b>		
33.	GRI 418-1	Pengaduan yang berdasar mengenai pelanggan dan hilangnya data pelanggan
<b>Kepatuhan Ekonomi</b>		
34.	GRI 419-1	Ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan dibidang sosial dan ekonomi

*Sumber: www.globalreporting.org*

### 2.1.3 Profitabilitas

#### 2.1.3.1 Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas dapat memberikan sinyal positif tentang prospek masa depan perusahaan berdasarkan kinerja perusahaan. Dengan menggunakan semua sumber daya internal yang tersedia, perusahaan diharapkan dapat memaksimalkan profitabilitas yang dapat dicapainya. Pertumbuhan laba perusahaan yang baik mencerminkan implementasi dan semua sumber daya yang tersedia berjalan dengan baik. Profitabilitas juga menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari pengelolaan aktiva perusahaan, hubungannya dengan penjualan, serta volume neraca dan ekuitas. Hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan adalah semakin tinggi profitabilitas perusahaan, semakin efektif perusahaan memanfaatkan peluang perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan menciptakan nilai perusahaan yang lebih tinggi dan memaksimalkan kekayaan

pemegang saham, dengan semakin besar kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, semakin tinggi pengembalian yang diharapkan investor yang meningkatkan nilai perusahaan.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Penambahan modal asing atau modal sendiri tentunya akan mempunyai dampak bagi profitabilitas modal sendiri tersebut. Profitabilitas suatu perusahaan merupakan hasil dari suatu mengorbankan berbagai sumber daya pada periode tertentu. Profitabilitas perusahaan atau sering disebut laba perusahaan sangat diperlukan untuk kelangsungan hidup perusahaan. (Sartono R. A., 2010)

Menurut Kasmir (2018) profitabilitas, yaitu:

“Rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi.”

Menurut Hanafi dan Halim (2016:81) profitabilitas, yaitu:

“Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu.”

Menurut Hery (2017:7) profitabilitas, yaitu:

“Salah satu dasar penilaian kondisi perusahaan. Ukuran profitabilitas dapat dibagi menjadi berbagai indikator, seperti laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aset, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik.”

Menurut Hartono (2018:11) profitabilitas, yaitu:

“Rasio yang diperoleh untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mencetak laba.”

Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan sekelompok rasio yang mengukur terkait kondisi dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profit pada tingkat penjualan dengan beberapa indikator, seperti laba dan tingkat pengembalian aset serta ekuitas.

### **2.1.3.2 Tujuan Profitabilitas**

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan atau bagi pihak luar yaitu (Kasmir, 2018) :

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu. Pengukuran dilakukan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang diperlukan bagi pihak yang membutuhkan sebagai pertimbangan dalam melakukan investasi.
2. Untuk membandingkan posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang. Pengukuran dilakukan untuk melihat perkembangan laba perusahaan.
3. Untuk memantau perkembangan laba dari waktu ke waktu. Pengukuran dilakukan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam meningkatkan laba.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri. Pengukuran dilakukan untuk melihat seberapa efisien perusahaan dalam penggunaan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Pengukuran dilakukan untuk melihat bagaimana perusahaan mengoptimalkan laba untuk dijadikan modal bagi perusahaan.

### **2.1.3.3 Manfaat Profitabilitas**

Menurut Hery (2017) rasio profitabilitas memberikan banyak manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Rasio profitabilitas tidak hanya berguna bagi perusahaan saja, melainkan juga bagi pihak luar perusahaan. Dalam praktiknya, ada

banyak manfaat yang dapat diperoleh dari profitabilitas, baik bagi pihak pemilik perusahaan, manajemen perusahaan, maupun para pemangku kepentingan lainnya yang terkait dengan perusahaan. Berikut adalah manfaat rasio profitabilitas yaitu:

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.
5. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas.
6. Untuk mengukur margin laba kotor atas penjualan bersih.
7. Untuk mengukur margin laba operasional atas penjualan bersih.
8. Untuk mengukur margin laba bersih atas penjualan bersih.

Berdasarkan penjelasan tujuan dan manfaat profitabilitas di atas, dapat disimpulkan bahwa dengan adanya profitabilitas dapat mengetahui besarnya laba yang diperoleh dari tahun ke tahun, mengetahui jumlah laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri serta dapat digunakan oleh investor sebagai tolak ukur penilaian terhadap suatu perusahaan. Lalu, banyak manfaat bagi perusahaan untuk menggunakan rasio profitabilitas untuk mengukur tingkat dan posisi laba bersih perusahaan dari tahun ke tahun.

#### **2.1.3.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas**

Beberapa faktor yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan menurut Munawir (2012) adalah sebagai berikut :

### 1. Jenis Perusahaan

Profitabilitas perusahaan akan sangat bergantung pada jenis perusahaan, jika perusahaan menjual barang konsumsi atau jasa biasanya akan memiliki keuntungan stabil dibandingkan dengan perusahaan yang memproduksi barang-barang modal.

### 2. Umur Perusahaan

Sebuah perusahaan yang telah lama berdiri akan lebih stabil bila dibandingkan dengan perusahaan yang baru berdiri. Umur perusahaan ini adalah umur sejak berdirinya perusahaan hingga perusahaan tersebut masih mampu menjalankan operasinya.

### 3. Skala Perusahaan

Jika skala ekonominya lebih tinggi, berarti perusahaan dapat menghasilkan produk dengan biaya yang rendah. Tingkat biaya rendah tersebut merupakan cara untuk memperoleh laba yang diinginkan. Skala perusahaan dapat dilihat dari total aktiva perusahaan pada akhir tahun.

### 4. Harga Produksi

Harga pokok produksi adalah semua biaya langsung dan tidak langsung yang dikeluarkan Perusahaan yang biaya produksinya relatif lebih murah akan memiliki keuntungan yang lebih baik dan stabil daripada perusahaan yang biaya produksinya tinggi.

### 5. Produk yang Dihasilkan

Perusahaan yang bahan produksinya berhubungan dengan kebutuhan pokok biasanya penghasilan perusahaan tersebut akan lebih stabil daripada

perusahaan yang memproduksi barang. Profitabilitas perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivitya secara produktif, dengan demikian profitabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dalam satu periode dengan jumlah aktiva atau modal perusahaan.

#### **2.1.3.5 Konsep Profitabilitas**

Profitabilitas adalah rasio yang menghubungkan laba dari penjualan dan investasi. Profitabilitas mencerminkan seberapa besar kemampuan perusahaan mendapatkan keuntungan. Macam-macam profitabilitas antara lain:

1. Profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan rasio margin laba kotor dan margin laba bersih.
2. Profitabilitas dalam hubungannya dengan investasi, menggunakan dua pengukuran, yaitu ROI (*Return On Investment*) dan ROA (*Return On Aset*). ROA digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

#### **2.1.3.6 Pengukuran Profitabilitas**

Selain memahami faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas, maka perlu mengetahui rasio-rasio yang mengukur profitabilitas perusahaan untuk membantu investor dalam mengambil keputusan investasi. Menurut Harjito dan Martono (2014) menyebutkan bahwa ukuran profitabilitas dapat berbagai macam, seperti: laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi / aktiva dan tingkat



pengembalian ekuitas pemilik. Terdapat beberapa alat ukur untuk mengukur rasio profitabilitas yang sering digunakan, antara lain:

1. *Gross Profit Margin* (GPM)

*Gross Profit Margin* adalah rasio untuk mengukur efisiensi pengendalian harga pokok biaya (biaya produksi), mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk memproduksi secara efisien. GPM dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$GPM = \frac{\text{Gross Profit}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

2. *Operating Profit Margin* (OPM)

*Operating Profit Margin* adalah rasio mengukur tingkat laba operasi dibandingkan dengan volume penjualan. OPM dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$OPM = \frac{\text{EBIT}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

3. *Net Profit Margin* (NPM)

*Net Profit Margin* adalah rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dibandingkan dengan volume penjualan. NPM dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$NPM = \frac{\text{Net Profit}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

4. *Return on Investment* (ROI)

*Return on Investment* adalah rasio untuk menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dipergunakan. ROI dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ROI = \frac{Net\ Profit}{Total\ Investment} \times 100\%$$

#### 5. *Return on Equity* (ROE)

*Return on Equity* adalah rasio untuk menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham. ROE dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ROE = \frac{Net\ Profit}{Total\ Equity} \times 100\%$$

#### 6. *Return on Asset* (ROA)

*Return on Asset* adalah salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan. Rasio ini sekaligus menggambarkan efisiensi kinerja bank yang bersangkutan. ROA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ROA = \frac{Net\ Profit}{Total\ Asset} \times 100\%$$

Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return on Equity* (ROE) yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rasio ini penting bagi pihak pemegang saham untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Menurut Kasmir (2018:205), profitabilitas akan dikatakan baik jika mampu mencapai *Return on Equity* (ROE) di atas rata-rata industri sebesar 40%.

## 2.1.4 Nilai Perusahaan

### 2.1.4.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan pencapaian suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat setelah perusahaan melalui proses dalam waktu lama, yaitu dari perusahaan didirikan sampai sekarang (Denziana & Monica, 2016). Dalam teori ekonomi, naik turunnya harga saham merupakan sesuatu yang lumrah karena hal itu digerakkan oleh kekuatan penawaran dan permintaan. Jika permintaan tinggi maka harga akan naik, sebaliknya jika penawaran tinggi harga akan turun. Secara umum ada beberapa faktor. Faktor-faktor yang memengaruhi naik turun harga saham suatu perusahaan, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Menurut Patra (2014) nilai perusahaan, yaitu:

“Harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Bagi perusahaan didefinisikan nilai pasar. Nilai pasar merupakan persepsi pasar yang berasal dari investor, kreditur dan *stakeholder* lain terdapat kondisi perusahaan yang tercermin pada nilai pasar saham perusahaan yang bisa menjadi ukuran nilai perusahaan.”

Menurut Tjandrakirana dan Monika (2014) nilai perusahaan atau nilai pasar, yaitu:

“Nilai pasar digunakan dikarenakan nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat.”

Menurut Syahyunan, (2015) nilai perusahaan, yaitu:

“Hasil kerja manajemen dari beberapa dimensi di antaranya adalah arus kas bersih dari keputusan investasi, pertumbuhan dan biaya modal perusahaan. Bagi investor, nilai perusahaan merupakan konsep penting karena nilai perusahaan merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para

pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

Menurut Irham Fahmi (2015:82) nilai perusahaan, yaitu:

“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”.

Menurut Agus Sartono (2016:9) nilai perusahaan, yaitu:

“Tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang atau *present value* semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat”.

Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan suatu nilai pasar yang berasal dari investor, kreditur, maupun *stakeholder* terkait keberhasilan perusahaan dalam menjalankan operasionalnya karena dengan meningkatnya nilai perusahaan maka kesejahteraan SDM di dalamnya akan meningkat.

#### **2.1.4.2 Tujuan Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan memiliki posisi yang sangat penting bagi perusahaan karena dengan peningkatan nilai perusahaan akan diikuti dengan peningkatan harga saham yang mencerminkan peningkatan kemakmuran pemegang saham. Bagi seorang manajer, nilai perusahaan merupakan tolok ukur atas prestasi kerja yang telah dicapainya. Peningkatan nilai perusahaan menunjukkan peningkatan kinerja perusahaan. Secara tidak langsung hal tersebut dipandang sebagai suatu kemampuan untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan

tujuan perusahaan. Bagi investor, peningkatan nilai perusahaan akan membuat investor tersebut tertarik untuk berinvestasi di perusahaan. (Indrarini, 2019)

Nilai Perusahaan mempunyai tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaannya dengan cara kepercayaan para investor dan masyarakat terhadap kinerja perusahaan yang baik sejak perusahaan berdiri sampai sekarang, maka dengan adanya meningkatkan nilai perusahaan maka kesejahteraan pemegang saham dan kekayaan pemegang saham juga akan meningkat. Kekayaan pemegang saham bisa dilihat dari harga saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen aset. Tingginya nilai perusahaan yang diikuti dengan peningkatan harga saham oleh investor merupakan harapan bagi pemilik perusahaan, karena semakin tingginya nilai perusahaan akan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Hal tersebut dapat tercapai jika perusahaan mampu memberikan pengembalian investasi yang lebih besar dari biaya modal investasi yang dikeluarkan. Oleh sebab itu, pentingnya peran manajemen perusahaan dalam mengelola sumber daya yang ada secara efektif dan efisien demi meningkatkan nilai perusahaan. (Aldi, 2020)

#### **2.1.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan**

Di samping pemahaman tentang teori nilai perusahaan, terdapat juga beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan menurut Sartono (2010) antara lain sebagai berikut :

1. Profitabilitas

Sejalan dengan likuiditas, jika terjadi peningkatan laba sehingga ROE meningkat, maka semakin baik kemampuan perusahaan dalam mengelola modal untuk menghasilkan laba, sehingga nilai perusahaan yang tercermin dalam PBV akan meningkat.

2. Struktur Modal

Semakin tinggi Struktur Modal perusahaan (yang salah satunya tercermin dalam rasio kas atas aktiva lancar), semakin banyak dana tersedia bagi perusahaan untuk membayar dividen, membiayai operasi dan investasinya, sehingga persepsi investor pada kinerja perusahaan akan meningkat.

3. Pertumbuhan Perusahaan

Sama halnya dengan pertumbuhan perusahaan dan sejalan dengan peningkatan likuiditasnya, jika terjadi peningkatan perusahaan sehingga *growth of earning after tax* meningkat, maka semakin baik kinerja perusahaan, sehingga nilai perusahaan yang tercermin dalam PBV akan meningkat.

4. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, karena pada perusahaan-perusahaan besar, pemilik saham pada dasarnya terpisah dari manajemen, sehingga kurang berdaya mengubah manajemen. Ukuran perusahaan juga dapat berpengaruh negatif karna sekalipun perusahaan besar memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan lebih besar, namun modal yang digunakan juga besar sehingga

profitabilitasnya bisa jadi tidak terlalu tinggi dibanding perusahaan dengan ukuran lebih kecil.

#### **2.1.4.4 Jenis-jenis Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan erat kaitannya dengan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham (nilai saham), maka nilai perusahaan akan memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham. Adapun jenis-jenis nilai perusahaan menurut Gitman (2016) berdasarkan metode perhitungan yang digunakan yaitu :

1. Nilai Kelangsungan Usaha (*nominal value*)

Nilai kelangsungan usaha adalah nilai perusahaan jika dijual sebagai operasi usaha yang berlanjut. Kelangsungan usaha adalah prinsip dasar dalam penyusunan laporan keuangan, selain itu entitas (perusahaan) biasanya dilihat sebagai kelanjutan dalam bisnis dimasa akan datang.

2. Nilai Pasar (*market value*)

Nilai pasar adalah harga pasar yang digunakan untuk memperdagangkan aktiva. Sering juga disebut kurs merupakan harga yang terjadi dari proses tawar menawar dipasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual dipasar saham.

3. Nilai Intrinsik (*intrinsic value*)

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 dikemudian hari.

4. Nilai Buku (*book value*)

Nilai buku suatu perusahaan adalah total aktiva dikurangi kewajiban dan saham preferen seperti tercantum di neraca. Nilai buku juga merupakan nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Secara sederhana dihitung dengan membagi selisih antar total aset dan total hutang dengan jumlah saham yang beredar.

5. Nilai Likuiditas (*liquidation value*)

Nilai likuiditas adalah jumlah uang yang dapat direalisasikan jika sebuah aktiva atau sekelompok aktiva (contohnya perusahaan yang dijual secara terpisah dari obligasi yang menjalankannya). Nilai likuidasi merupakan nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban.

#### **2.1.4.5 Pengukuran Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham di pasar, berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan di pasar, yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja keuangan perusahaan secara riil (Harmono, 2014:50). Adapun jenis-jenis pengukuran nilai perusahaan menurut Irham Fahmi (2015:138) 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. Rumus *Earning per Share*, yaitu:

$$EPS = \frac{EAT}{JSB}$$

Keterangan :

EPS : *Earning Per Share*

EAT : *Earning After Tax* atau pendapatan setelah laba

JSB : Jumlah saham yang beredar

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

*Price Earning Ratio* adalah perbandingan antara *market price per share* (harga pasar per lembar saham ) dengan *earning per share* (laba per lembar saham). Bagi para investor semakin tinggi *price earning ratio* maka pertumbuhan laba yang diharapkan juga mengalami kenaikan. Rumus *Price Earning Rasio*, yaitu:

$$PER = \frac{MPS}{EPS}$$

Keterangan :

PER : *Price Earning Ratio*

MPS : *Market Price Per Sahre* atau Harga pasar per saham

EPS : *Earning Per Share* atau Laba Per saham

### 3. *Price Book Value*

*Price Book Value* menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham perusahaan. Rumus *Price Book Value*, yaitu:

$$PBV = \frac{MPS}{BPS}$$

Keterangan :

PBV : *Price Book Value*

MPS : *Market Price Per Share* atau Harga Pasar per saham

BPS : *Book Price per share* atau nilai buku per saham

Sedangkan, menurut Weston & Copeland (2010) dalam bukunya Silvia Indrarini (2019:15-16) menjelaskan bahwa pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan rasio penilaian atau rasio pasar. Rasio penilaian merupakan ukuran kinerja yang paling menyeluruh untuk suatu perusahaan yang terdiri dari :

#### 1. *Price to Book Value* (PBV)

*Price to Book Value* yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku perusahaan. Menurut Arif Sugiono (2016:71) Perusahaan yang memiliki manajemen baik maka diharapkan PBV dari perusahaan setidaknya 1 atau di atas dari nilai buku (*overvalued*), dan jika angka PBV di bawah 1 maka dapat dipastikan bahwa harga pasar saham tersebut lebih rendah dari pada nilai bukunya (*undervalued*). Menurut Buddy Setianto (2016) PBV yang rendah mengindikasikan adanya penurunan kualitas dan kinerja fundamental emiten yang bersangkutan. Berikut ini rumus *Price to Book Value* (PBV) :

$$Price\ to\ Book\ Value\ (PBV) = \frac{Harga\ Saham}{Nilai\ Buku\ Saham}$$

Nilai buku saham dapat dihitung :

$$Book\ Value\ per\ Share = \frac{Total\ Modal}{Jumlah\ Saham\ yang\ Beredar}$$

## 2. Price Earning Ratio (PER)

*Price Earning Ratio* yaitu harga yang bersedia dibayar oleh pembeli apabila perusahaan itu dijual. Menurut Buddy Setianto dalam bukunya tahun 2016, PER itu perbandingan harga saham dengan laba bersih perusahaan. Di mana harga saham sebuah emiten dibandingkan dengan laba bersih yang dihasilkan oleh emiten dalam setahun. Karena PER berfokus pada laba bersih yang dihasilkan perusahaan, maka dengan mengetahui PER sebuah emiten dapat mengetahui apakah harga saham tergolong wajar atau tidak secara real dan bukan secara perkiraan. PER dapat di rumuskan sebagai berikut:

$$Price\ Earning\ Ratio\ (PER) = \frac{Price\ per\ Share}{Earning\ per\ Share}$$

## 3. Tobin's Q

*Tobin's Q* yaitu nilai pasar dari suatu perusahaan dengan membandingkan nilai pasar suatu perusahaan yang terdaftar di pasar keuangan dengan nilai penggantian aset (*asset replacement value*) perusahaan. Perusahaan dengan *Tobin's Q* tinggi atau  $q > 1,00$  mengindikasikan bahwa kesempatan investasi lebih baik, memiliki potensi pertumbuhan yang tinggi, dan mengindikasikan manajemen dinilai baik dengan aset-aset di bawah pengelolaannya. Berikut ini rumus *Tobin's Q* :

$$Q = \frac{(MV + BVL)}{BVA}$$

Keterangan :

Q : Nilai Perusahaan

MV : *Total Market Value*

BVL : *Total Book Value of Liabilities*

BVA : *Total Book Value of Assets*

### 2.1.5 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan mengenai *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility Disclosure*, Nilai Perusahaan, serta Profitabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 2.4

Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Neng Windy Naedya Cahyanti, Nida Firdausi Nuzula, dan Ferina Nurlaily (2018)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016)	CSR secara parsial memiliki pengaruh terhadap ROE namun tidak memiliki pengaruh terhadap ROA. Sedangkan pada saat ditambahkan variabel kontrol berupa <i>size</i> , CSR berpengaruh pada semua proksi dari profitabilitas.	<p><b>Persamaan :</b> Peneliti menggunakan variabel <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> dan Profitabilitas</p> <p><b>Perbedaan :</b> Peneliti tidak melakukan</p>

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
				penelitian pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2016
2.	Ayu Mayshella Putri, Nur Hidayati, dan Moh. Amin (2019)	Dampak Penerapan <i>Green Accounting</i> dan Kinerja Lingkungan terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia	Akuntansi hijau dan kinerja lingkungan secara signifikan mempengaruhi profitabilitas ROA, akuntansi hijau dan kinerja lingkungan secara signifikan mempengaruhi profitabilitas ROE.	<p><b>Persamaan :</b> Peneliti menggunakan variabel <i>Green Accounting</i> dan Profitabilitas</p> <p><b>Perbedaan :</b> Peneliti tidak melakukan penelitian pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia</p>
3.	Ni Luh Laksmi Rahmantari, Ni Wayan Sitiari, dan Ida Bagus Agung Dharmanegara (2019)	<i>Effect of Corporate Social Responsibility on Company Value With Company Size and Profitability as Moderated Variables in Pharmaceutical Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange</i>	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas berpengaruh signifikan berpengaruh negatif terhadap nilai	<p><b>Persamaan :</b> Peneliti menggunakan variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>, Profitabilitas, dan Nilai Perusahaan</p> <p><b>Perbedaan :</b> Peneliti tidak melakukan penelitian pada Perusahaan</p>

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
			<p>perusahaan, ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan antar perusahaan</p> <p>Tanggung Jawab Sosial (CSR) dan Nilai Perusahaan, Profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> dan nilai perusahaan.</p>	<p>Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia</p>
4.	<p>Desita Riyanta Mitra Karina dan Iwan Setiadi (2020)</p>	<p>Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Pemoderasi</p>	<p><i>Corporate Social Responsibility</i> secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin baik penerapan CSR oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. Kedua, <i>Good Corporate Governance</i> sebagai variabel moderating memperlemah terhadap hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dan nilai perusahaan.</p>	<p><b>Persamaan :</b> Peneliti menggunakan variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Nilai Perusahaan</p> <p><b>Perbedaan :</b> Peneliti tidak melakukan penelitian pada Perusahaan yang Terdaftar di IICG</p>
5.	<p>Putu Purnama Dewi dan I</p>	<p>Implementasi <i>Green</i></p>	<p><i>Green accounting</i> berpengaruh positif</p>	<p><b>Persamaan :</b></p>

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
	Putu Edward Narayana (2020)	<i>Accounting, Profitabilitas, dan Corporate Social Responsibility</i> pada Nilai Perusahaan	terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas juga memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan adalah pengaruh yang positif. Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan juga menunjukkan arah yang positif.	Peneliti menggunakan variabel <i>Green Accounting, Profitabilitas, Corporate Social Responsibility</i> , dan Nilai Perusahaan  <b>Perbedaan :</b> Peneliti tidak melakukan penelitian pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2019
6.	Catur Muhammad Erlangga, Achmad Fauzi, dan Ati Sumiati (2021)	Penerapan <i>Green Accounting</i> dan <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas	Terdapat pengaruh positif dan signifikan atas penerapan <i>Green Accounting</i> dan <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan, profitabilitas juga mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan, namun pengaruh mediasi dari variabel profitabilitas tidak terjadi.	<b>Persamaan :</b> Peneliti menggunakan variabel <i>Green Accounting, Corporate Social Responsibility Disclosure</i> , Profitabilitas, dan Nilai Perusahaan  <b>Perbedaan :</b> Peneliti tidak melakukan penelitian pada

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
				Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019
7.	Elvina Yuliani dan Budi Prijanto (2021)	Pengaruh Penerapan <i>Green Accounting</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel <i>Moderating</i> Pada Perusahaan Sub Sektor Tambang Batubara Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021	Penerapan <i>green accounting</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas tidak mampu memoderasi (memperlemah) hubungan antara penerapan <i>green accounting</i> terhadap nilai perusahaan.	<p><b>Persamaan :</b> Peneliti menggunakan variabel <i>Green Accounting</i>, Profitabilitas, dan Nilai Perusahaan</p> <p><b>Perbedaan :</b> Peneliti tidak melakukan penelitian pada Perusahaan Sub Sektor Tambang Batubara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021</p>
8.	Made Ayu Riski Meinanda Kesumastuti dan Ayu Aryista Dewi (2021)	Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Usia dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi	Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, kemudian usia perusahaan dan ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i>	<p><b>Persamaan :</b> Peneliti menggunakan variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Nilai Perusahaan</p> <p><b>Perbedaan :</b></p>



No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
			terhadap nilai perusahaan.	Peneliti tidak melakukan penelitian pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
9.	Nur Hidayat (2021)	Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan <i>Coorporate Social Responsibility</i> dan Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Industri Semen 2013-2017)	Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap CSR, Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap CSR, Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.	<p><b>Persamaan :</b> Peneliti menggunakan variabel Profitabilitas, <i>Corporate Social Responsibility</i>, dan Nilai Perusahaan</p> <p><b>Perbedaan :</b> Peneliti tidak melakukan penelitian pada Perusahaan Industri Semen 2013-2017</p>
10.	Rifani Akbar Sulbahri (2021)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	Secara parsial tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai prob. Variabel tanggung jawab sosial perusahaan < nilai probabilitas kritis ( $\alpha = 5\%$ ) sebesar $0,027 < 0,05$ , sehingga	<p><b>Persamaan :</b> Peneliti menggunakan variabel <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> dan Nilai Perusahaan</p> <p><b>Perbedaan :</b> Peneliti tidak melakukan</p>

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
			variabel tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.	penelitian pada perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019
11.	Romli dan Ali Rahman Reza Zaputra (2021)	Pengaruh Implementasi <i>Green Banking</i> , <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI	Variabel implementasi <i>green banking</i> memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.	<p><b>Persamaan :</b> Peneliti menggunakan variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Nilai Perusahaan</p> <p><b>Perbedaan :</b> Peneliti tidak melakukan penelitian pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI</p>
12.	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	Variabel <i>green accounting</i> tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan sedangkan variabel kinerja lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel nilai perusahaan.	<p><b>Persamaan :</b> Peneliti menggunakan variabel <i>Green Accounting</i> dan Nilai Perusahaan</p> <p><b>Perbedaan :</b> Peneliti tidak melakukan penelitian pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa</p>

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
				Efek Indonesia tahun 2018-2020
13.	Venina Cindy Kusumawati dan Harijono Harijono (2021)	<i>Profitability and Dividend Policy Affects Firm Value in TheInfrastructure, Utility and Transportation Sector</i>	Profitabilitas dan kebijakan dividen dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara simultan, profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan kebijakan dividen dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara positif.	<p><b>Persamaan :</b> Peneliti menggunakan variabel Profitabilitas dan Nilai Perusahaan</p> <p><b>Perbedaan :</b> Peneliti tidak melakukan penelitian pada Perusahaan Bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia</p>
14.	Cahyaning Istiqomah (2022)	Pengaruh <i>Green Accounting</i> dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)	<i>Green Accounting</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.	<p><b>Persamaan :</b> Peneliti menggunakan variabel <i>Green Accounting</i>, Profitabilitas, dan Nilai Perusahaan</p> <p><b>Perbedaan :</b> Peneliti tidak melakukan penelitian pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)</p>

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
15.	Masiyah Kholmi dan Saskia An Nafiza (2022)	Pengaruh Penerapan <i>Green Accounting</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2019)	<i>Green accounting</i> tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas, sedangkan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Hasil ini membuktikan bahwa masih banyak perusahaan manufaktur yang menggunakan sebagian keuntungannya untuk kegiatan sosialnya.	<p><b>Persamaan :</b> Peneliti menggunakan variabel <i>Green Accounting</i>, <i>Corporate Social Responsibility</i>, dan Profitabilitas</p> <p><b>Perbedaan :</b> Peneliti tidak melakukan penelitian pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2019</p>
16.	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)	Penerapan <i>green accounting</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan serta perputaran aset berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.	<p><b>Persamaan :</b> Peneliti menggunakan variabel <i>Green Accounting</i> dan Nilai Perusahaan</p> <p><b>Perbedaan :</b> Peneliti tidak melakukan penelitian pada Perusahaan Sektor Manufaktur di Bursa Efek</p>

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
				Indonesia Tahun (2018-2020)
17.	Ni Luh Intan Hadriyani dan Ni Wayan Yulianita Dewi (2022)	Pengaruh Aspek <i>Green Accounting</i> Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Kinerja lingkungan, pengungkapan lingkungan, produk ramah lingkungan, biaya lingkungan dan aktivitas lingkungan berpengaruh terhadap profitabilitas baik dengan proyeksi ROA ( <i>Return on Assets</i> ) maupun ROE ( <i>Return on Equity</i> ).	<p><b>Persamaan :</b> Peneliti menggunakan variabel <i>Green Accounting</i> dan Profitabilitas</p> <p><b>Perbedaan :</b> Peneliti tidak melakukan penelitian pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019</p>
18.	Zidna Sara Abd Rajak (2022)	<i>Influence Of The Implementation Of Green Accounting , Environmental Performance And Liquidity On The Profitability Of Manufacturing Companies In The Indonesia Stock Exchange In 2015-2019</i>	<i>Green accounting</i> tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, namun untuk variabel kinerja lingkungan berpengaruh terhadap profitabilitas dan untuk variabel likuiditas berpengaruh terhadap profitabilitas. Selain itu, pengujian secara simultan menunjukkan bahwa akuntansi hijau, kinerja lingkungan, dan likuiditas pada variabel profitabilitas	<p><b>Persamaan :</b> Peneliti menggunakan variabel <i>Green Accounting</i> dan Profitabilitas</p> <p><b>Perbedaan :</b> Peneliti tidak melakukan penelitian pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019</p>

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
			berpengaruh terhadap profitabilitas.	
19.	Listya Sugiyarti, Pujiyanto, Sutandijo, Nur Asmilia, dan Siti Hanah (2023)	Nilai Perusahaan: Arus Kas Operasional, <i>Corporate Social Responsibility and Green Accounting</i>	Arus kas operasi dan <i>green accounting</i> secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil <i>Corporate Social Responsibility</i> secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.	<p><b>Persamaan :</b> Peneliti menggunakan variabel <i>Green Accounting</i>, <i>Corporate Social Responsibility</i>, dan Nilai Perusahaan</p> <p><b>Perbedaan :</b> Peneliti tidak melakukan penelitian pada Perusahaan <i>Property dan Real Estate</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021</p>
20.	Melita Giovani Khoe dan Usnia Wati Keristin (2023)	Dampak Penerapan Kinerja Lingkungan dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas	Kinerja Lingkungan memiliki pengaruh terhadap profitabilitas dan CSR berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Lalu, secara simultan, kedua variabel ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas 13 perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek	<p><b>Persamaan :</b> Peneliti menggunakan variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Profitabilitas</p> <p><b>Perbedaan :</b> Peneliti tidak melakukan penelitian pada Perusahaan Pertambangan</p>

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
			Indonesia (BEI) pada periode 2017-2021.	yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada Periode 2017-2021

*Sumber: Jurnal terpublikasi yang telah diolah oleh penulis*

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Pada dasarnya investor mengukur kinerja perusahaan berdasarkan seberapa baik perusahaan mengelola sumber dayanya untuk menghasilkan keuntungan. *Green accounting* muncul sebagai salah satu elemen yang berkontribusi dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Selain itu, kegiatan *corporate social responsibility disclosure* juga bagian dari tata kelola perusahaan yang baik yang mampu menaikkan kinerja perusahaan. Dalam menilai kinerja perusahaan, fokus utamanya adalah pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dalam operasinya, oleh karena itu tingkat profitabilitas sangat penting untuk perkembangan perusahaan yang berkelanjutan di masa depan. Jika profitabilitas perusahaan bagus maka investor akan menanamkan modalnya karena sudah pasti akan mendapatkan keuntungan dari investasi tersebut. Di sisi lain, jika profitabilitas perusahaan rendah atau bahkan buruk, investor tidak akan menanamkan modalnya. Karena investor menganggap perusahaan sedang tidak baik, investor juga tidak ingin mengalami kerugian. Sehingga dapat dikatakan bahwa nilai perusahaan merupakan kebutuhan perusahaan yang perlu di penuhi.

### 2.2.1 Pengaruh Penerapan *Green Accounting* Terhadap Profitabilitas

Perusahaan yang ingin meningkatkan profitabilitasnya terus-menerus mempengaruhi penggunaan sumber daya alam, walaupun sumber daya alam terlalu tertentu buat memenuhi keperluan makhluk hidup serta butuh penuh waktu dalam meningkatkannya. Penerapan *Green Accounting* merupakan salah satu hal yang diharapkan oleh perusahaan untuk dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Dengan tingkat penerapan *green accounting* yang tinggi seperti biaya-biaya lingkungan, diharapkan dapat menarik minat investor terhadap perusahaan yaitu dengan memberikan nilai lebih di kemudian hari kepada perusahaan yaitu dengan meningkatnya kinerja keuangan. (Sulistiawati & Dirgantari, 2016)

Menurut Mulyadi (2015) bahwa aspek *green accounting* salah satunya adalah biaya lingkungan dalam beberapa perusahaan yang akan dimasukkan dalam laporan keuangan khususnya dalam laporan keberlanjutan. Begitu pula dengan aspek lainnya yaitu kinerja lingkungan, pengungkapan lingkungan, aktivitas lingkungan, dan produk ramah lingkungan mampu mempengaruhi perolehan laba pada beberapa perusahaan. Apabila jumlah penerapan *green accounting* yang disajikan dalam laporan tahunan perusahaan semakin banyak, maka akan semakin meningkatkan kepercayaan para *stakeholder* serta akan meningkatkan citra perusahaan dimata investor dan masyarakat sekitar, sehingga investor akan meningkatkan modalnya di perusahaan dan masyarakat menerima keberadaan perusahaan tersebut di lingkungannya sehingga profitabilitas yang diterima perusahaan pun meningkat. Citra positif ini juga terlihat dari keikutsertaan



perusahaan dalam Program Penilaian Kinerja Perusahaan (PROPER). Semakin tinggi peringkat PROPER, semakin baik perlindungan lingkungan perusahaan.

Beberapa penelitian terdahulu dilakukan untuk membuktikan adanya pengaruh positif antara Penerapan *Green Accounting* terhadap Profitabilitas sebagai berikut.

Menurut Eka Sulistiawati dan Novi Dirgantari (2016) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa:

“Secara parsial kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.”

Menurut Ayu Mayshella Putri, Nur Hidayati, dan Moh Amin (2019) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa:

“*Green Accounting* memiliki dampak signifikan terhadap Profitabilitas (ROE). Karena semakin baik pengungkapan *Green Accounting*, semakin baik pula profitabilitas perusahaan.”

Menurut Ni Luh Intan Hadriyani dan Ni Wayan Yulianita Dewi (2022) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa:

“Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap profitabilitas yang diproyeksi dengan *Return on Assets* (ROA) & *Return on Equity* (ROE). biaya lingkungan berpengaruh terhadap profitabilitas yang diproyeksi dengan *Return on Assets* (ROA) & *Return on Equity* (ROE).”

Berdasarkan beberapa hasil penelitian di atas menemukan bahwa Penerapan *Green Accounting* berpengaruh terhadap Profitabilitas.

### **2.2.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Profitabilitas**

Perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility disclosure* akan berdampak pada pertumbuhan laba dan perusahaan dapat terus beroperasi dengan efektif sehingga mencapai keuntungan dan mencapai tujuan profit keseluruhan, sebaliknya perusahaan yang tidak mengungkapkan tanggung jawab sosial akan cenderung mendapatkan protes/demo dari masyarakat yang dapat mengakibatkan terhentinya kegiatan operasi perusahaan dan menimbulkan kerugian. Di saat perusahaan memandang masalah lingkungan sebagai aset, maka perusahaan akan lebih ringan dalam pengeluaran biaya untuk kebutuhan keberlanjutan lingkungan. Yang mana perusahaan akan memiliki keberlanjutan bisnis dengan menjaga lingkungan yang dipakai, lalu juga mendapatkan citra yang baik di masyarakat. Dari sisi sosial, perusahaan bisa mencapai keuntungan berupa citra baik di mata masyarakat juga pemerintah dikarenakan sudah mengeluarkan banyak biaya untuk kepentingan lingkungan sekitar. Laba merupakan tujuan utama perusahaan, untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan tidak lepas dari peran manusia yaitu pemangku kepentingan seperti investor, masyarakat, pesaing dan negara, perusahaan juga membutuhkan tempat atau lokasi untuk operasi mereka, ini. sebuah konsep bernama planet yang harus dilestarikan. (Cahyaningtyas, 2022)

Menurut Retno dan Priatninah (2012) bahwa bentuk *corporate social responsibility disclosure* semakin banyak, maka *image* perusahaan semakin meningkat. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra baik di

masyarakat, karena semakin baiknya citra perusahaan maka akan membuat konsumen loyalitas dengan tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen maka, konsumen akan menyalurkan dananya untuk membeli produk dan jasa perusahaan sehingga profitabilitas pun akan meningkat.

Beberapa penelitian terdahulu dilakukan untuk membuktikan adanya pengaruh positif antara *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap Profitabilitas sebagai berikut.

Menurut Oktaviani Nur Fadila dan Sri Utiyati (2016) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa:

“*Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat *Return On Equity* (ROE) pada perusahaan manufaktur yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang mempublikasikan laporan keuangan secara berturut-turut dan yang mempublikasikan Laporan Tahunan (*Corporate Sosial Responsibility*) secara berturut-turut selama tahun 2010-2014.”

Menurut Neng Windy Naedy Cahyanti, Nida Firdausi Nuzula, dan Ferina Nurlaily (2018) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa:

“*Corporate Social Responsibility Disclosure* secara parsial memiliki pengaruh terhadap ROE namun tidak memiliki pengaruh terhadap ROA.”

Menurut Masiyah Kholmi dan Saskia An Nafiza (2022) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa:

“*Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap ROE.”

Berdasarkan beberapa hasil penelitian di atas menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh terhadap Profitabilitas.

### 2.2.3 Pengaruh Penerapan *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan

Penerapan *green accounting* sebagai alat komunikasi manajemen untuk keputusan bisnis internal yang mengacu pada penyertaan biaya lingkungan dalam praktik akuntansi perusahaan atau lembaga pemerintah. Salah satu program PROPER adalah mengenai isu korporasi yang belum efektif menangani masalah lingkungan. Berbagai permasalahan lingkungan seperti polusi udara, pemanasan global, penipisan lapisan ozon, pencemaran air, serta eksploitasi alam secara berlebihan telah menarik perhatian bangsa dan menjadi sorotan dunia internasional. Pemerintah sebagai pemangku kebijakan telah mengupayakan berbagai langkah yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut dalam usaha mewujudkan pembangunan berkelanjutan.

Sejalan dengan hal tersebut, kepedulian masyarakat akan kelestarian lingkungan juga semakin meningkat menjadi pendorong perusahaan untuk selalu memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungannya kepada *stakeholder* khususnya para pemegang saham, kreditur serta masyarakat luas. Sesuai dengan konsep *triple bottom lines* bahwa selain mencari keuntungan (*profit*), perusahaan juga perlu memikirkan mengenai lingkungan sekitarnya (*planet*) dan kepada para pemangku kepentingan (*people*). Dengan memperhatikan konsep tersebut, diharapkan mampu meningkatkan nilai perusahaan serta meningkatkan kesejahteraan pemegang saham dengan memperhatikan potensi finansial dan non finansial supaya eksistensi perusahaan tetap terjaga. (Yuliani & Prijanto, 2022)

Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator utama dalam menjaring investasi untuk pengembangan perusahaan. Nilai perusahaan adalah nilai pasar

saham yang menunjukkan keadaan saat ini atau prospek perusahaan di masa mendatang. Perusahaan yang banyak melakukan investasi akan menciptakan sentimen positif kepada investor sehingga harga saham akan meningkat dan berdampak pada nilai perusahaan. Nilai saham suatu perusahaan tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya *green accounting*. Maka dari itu, *Green Accounting* muncul sebagai salah satu elemen yang berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian perusahaan tanpa mengabaikan kondisi lingkungan sekitar perusahaan. Semakin baik penerapan *green accounting* maka semakin baik pula nilai perusahaan di mata para investor. (Dewi & Narayana, 2020)

Beberapa penelitian terdahulu dilakukan untuk membuktikan adanya pengaruh positif antara Penerapan *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan sebagai berikut.

Menurut Putu Purnama Dewi dan I Putu Edward Narayana (2020) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa:

“*Green accounting* dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain semakin meningkat *green accounting* akan semakin meningkatkan nilai perusahaan, sebaliknya jika *green accounting* semakin menurun maka nilai perusahaan akan semakin menurun.”

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

“Penerapan *green accounting* berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan artinya apabila perusahaan dapat menerapkan dan meningkatkan pengungkapan atas kinerja lingkungannya maka akan termasuk sebagai salah satu upaya penerapan dalam *green accounting* yang secara tak langsung akan meningkatkan nilai perusahaan karena dapat

memberikan citra positif dan rasa percaya terhadap *stakeholder* atas keberlangsungan perusahaan dimasa depan.”

Menurut Elvina Yuliani dan Budi Prijanto (2022) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa:

“Penerapan *green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penerapan *green accounting* menunjukkan perusahaan peduli terhadap lingkungan, melalui biaya lingkungan yang diungkapkan pada laporan lingkungan perusahaan.”

Berdasarkan beberapa hasil penelitian di atas menemukan Penerapan *Green Accounting* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

#### **2.2.4 Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan**

Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya di capai perusahaan yang akan tercermin dari harga pasar saham karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham. *Corporate Social Responsibility Disclosure* diharapkan akan mampu menaikkan nilai perusahaan, karena kegiatan *corporate social responsibility disclosure* merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat yang merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik. Melaksanakan *corporate social responsibility disclosure* dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa penerimaan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan yang dapat memberikan keuntungan ekonomi berupa peningkatan nilai perusahaan. Sehingga hal ini akan mampu menaikkan citra perusahaan yang direfleksikan melalui harga saham yang akan meningkat. (Karina & Setiadi, 2020)

*Corporate Social Responsibility Disclosure* sangat penting karena *stakeholder* perlu memberikan penilaian dan mengevaluasi sejauh mana perusahaan tersebut dapat melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan para *stakeholder*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan *corporate social responsibility disclosure* yang telah dilakukan. Semakin baik *corporate social responsibility disclosure* yang dilakukan, maka *stakeholder* akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala kegiatannya yang bertujuan untuk mencapai laba dan menaikkan nilai perusahaan. (Kesumastuti & Dewi, 2021)

Beberapa penelitian terdahulu dilakukan untuk membuktikan adanya pengaruh positif antara *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap Nilai Perusahaan sebagai berikut.

Menurut Desita Riyanta Mitra Karina dan Iwan Setiadi (2020) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa:

“CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin baik penerapan CSR oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran perusahaan untuk melakukan aktivitas CSR dan pengungkapannya.”

Menurut Made Ayu Riski Meinanda Kesumastuti dan Ayu Aryista Dewi (2021) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa:

“Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan. Hasil ini berarti bahwa semakin banyaknya aktivitas CSR yang diungkapkan oleh perusahaan manufaktur, maka akan berpengaruh pada semakin meningkatnya nilai perusahaan karena pasar akan memberikan apresiasi positif kepada perusahaan yang melakukan CSR yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan.”

Menurut Rifani Akbar Sulbahri (2021) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa:

“pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan di Indonesia. Penelitian ini juga memberikan bukti empiris yang mendukung teori *stakeholder*, legitimasi, keagenan, teori sinyal dan beberapa hasil penelitian sebelumnya. Semakin banyak perusahaan melakukan CSR, maka semakin tinggi citra atau nilai perusahaan tersebut.”

Berdasarkan beberapa hasil penelitian di atas menemukan *Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

### **2.2.5 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

Profitabilitas dianggap penting dalam perkembangan sebuah usaha karena profitabilitas sebagai indikator dalam mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Selanjutnya permintaan saham yang meningkat akan menyebabkan nilai perusahaan yang meningkat.

Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan dan sebagainya. Apabila perusahaan dapat menghasilkan profit yang baik maka menunjukkan performa perusahaan yang baik, mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki nilai yang baik dan menjamin prospek masa depan. Semakin baik pertumbuhan profitabilitas berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik juga, artinya



semakin baik pula nilai perusahaan dimata investor. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat. Harga saham yang meningkat mencerminkan nilai perusahaan yang baik bagi investor. (Dewi & Narayana, 2020)

Beberapa penelitian terdahulu dilakukan untuk membuktikan adanya pengaruh positif antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan sebagai berikut.

Menurut Putu Mikhy Novari dan Putu Vivi Lestari (2016) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa:

“Profitabilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang bagus sehingga memicu permintaan saham oleh investor. Respons positif dari investor tersebut akan meningkatkan harga saham dan selanjutnya akan meningkatkan nilai perusahaan.”

Menurut Putu Purnama Dewi dan I Putu Edward Narayana (2020) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa:

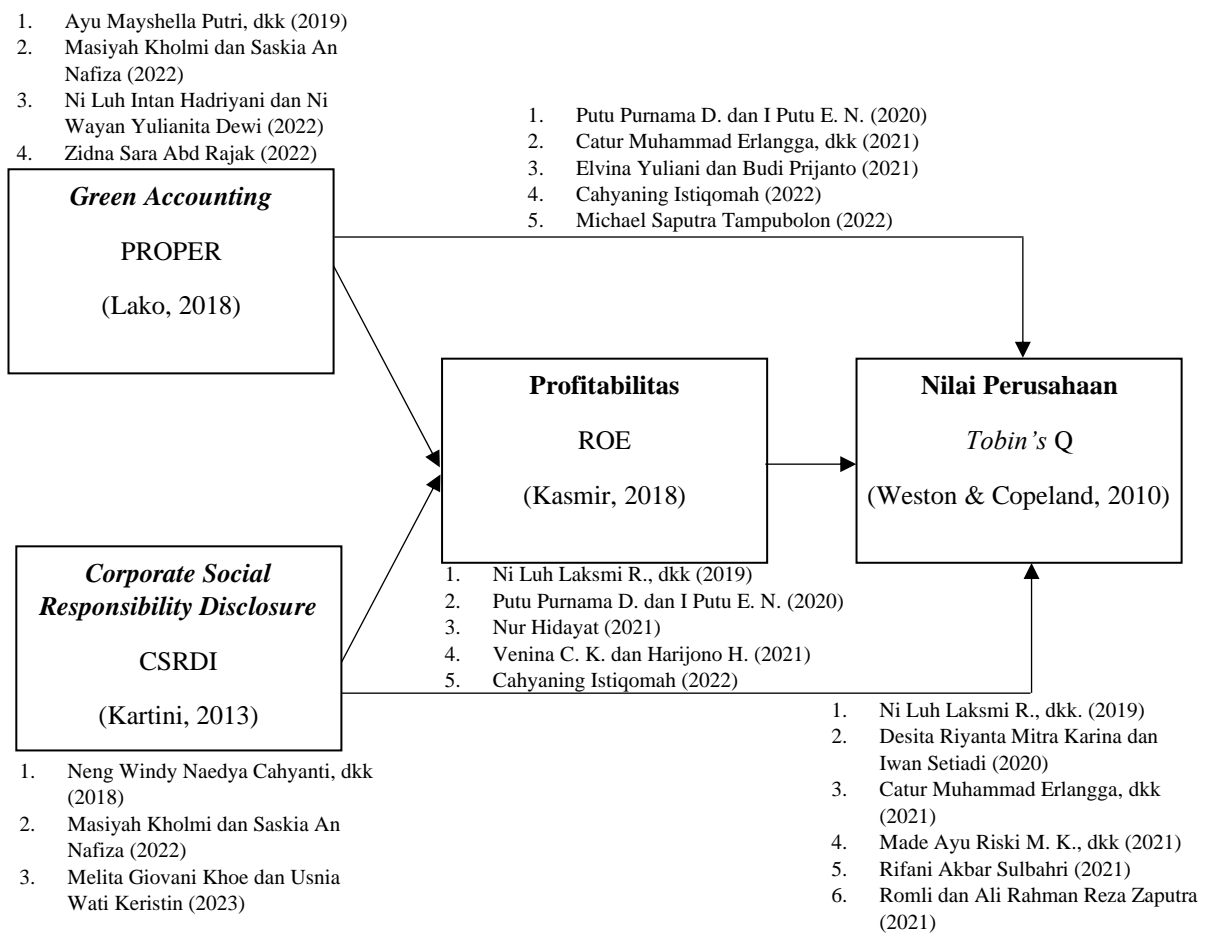
“Perhitungan rasio profitabilitas juga berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan. Ini mengandung makna bahwa kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan maupun modal sendiri yang akan menghasilkan nilai bagi perusahaan, sehingga dapat menjadi acuan bagi investor jangka panjang.”

Menurut Nur Hidayat (2021) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa:

“Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.”

Berdasarkan beberapa hasil penelitian di atas menemukan Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Sesuai dengan judul penelitian yaitu “Penerapan *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas” pada sektor *healthcare* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2022 maka model kerangka pemikiran yang dapat digambarkan adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran

Sumber: data diolah oleh penulis

### 2.3 Hipotesis

Menurut Punaji Setyosari (2016:146) menyatakan bahwa hipotesis: “Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih perlu diuji secara empiris”. Sedangkan, menurut Sugiyono (2022:99) mengemukakan pengertian hipotesis yaitu: “hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum di dasarkan pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data”.

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran yang telah dipaparkan sebelumnya. Penulis mengasumsikan jawaban sementara dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Hipotesis 1 : Penerapan *Green Accounting* berpengaruh terhadap Profitabilitas.
- Hipotesis 2 : *Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh terhadap Profitabilitas.
- Hipotesis 3 : Penerapan *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh terhadap Profitabilitas.
- Hipotesis 4 : Penerapan *Green Accounting* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
- Hipotesis 5 : *Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
- Hipotesis 6 : Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Hipotesis 7 : Penerapan *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas secara langsung maupun tidak langsung.