

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Teori Sinyal

Menurut I. L. A. Putri et al., (2025) Teori Sinyal menjelaskan bagaimana orang yang memiliki lebih banyak informasi, seperti manajemen perusahaan, dapat menyampaikan informasi tersebut kepada orang yang memiliki lebih sedikit informasi, seperti investor, melalui tindakan atau indikator tertentu yang disebut sebagai “sinyal”. Sehingga penerima sinyal dapat membuat keputusan yang lebih cerdas, tujuan utama dari sinyal ini adalah untuk mengurangi asimetri informasi antara kedua belah pihak. Spence (1973) pertama kali menggunakan gagasan ini dalam konteks pasar tenaga kerja, di mana pelamar kerja menggunakan pendidikan sebagai tanda kualitas mereka kepada calon pemberi kerja. Teori sinyal sangat penting dalam akuntansi dan keuangan karena membantu menjelaskan bagaimana bisnis menyampaikan informasi kepada investor dan pemangku kepentingan lainnya melalui berbagai bentuk penyebaran, termasuk dalam laporan keuangan dan komunikasi korporasi lainnya.

Dalam teori sinyal dikatakan bahwa manajemen suatu perusahaan memiliki pengetahuan yang lebih mendalam tentang keadaan dan masa depan perusahaan dibandingkan dengan pihak luar seperti para investor. Ketidakseimbangan dalam

informasi ini dikenal sebagai asimetri informasi. Untuk meminimalkan asimetri itu, perusahaan mengirimkan “sinyal” kepada pasar melalui laporan keuangan atau laporan non-keuangan.

M. Syahrudin SE. et al., (2025) menjelaskan bahwa terdapat Konsep utama dalam Teori Sinyal yang diusulkan oleh Spence pada tahun 1973 mencakup:

1. Asimetri Informasi, Terdapat perbedaan informasi yang signifikan antara dua pihak, contohnya antara pencari kerja dan perusahaan yang mempekerjakan.
2. Sinyal (*Signal*), Tindakan Sinyal adalah suatu perilaku atau atribut yang dipakai oleh pihak yang memiliki informasi lebih untuk menunjukkan kualitas mereka kepada pihak lainnya.
3. Biaya Sinyal (*Signaling Cost*), Sinyal perlu memiliki biaya yang bervariasi bagi individu dengan ciri-ciri yang berbeda, agar dianggap dapat dipercaya (contoh, biaya pendidikan tinggi lebih mudah dijangkau oleh individu yang lebih berkualitas).
4. Penerimaan Sinyal (*Signal Interpretation*), Pihak yang menerima sinyal (contohnya perusahaan) akan menilai dan menyesuaikan keputusan mereka berdasarkan sinyal yang mereka terima.
5. Keseimbangan Pasar (*Equilibrium*), Dalam waktu panjang, pasar akan mencapai titik keseimbangan di mana hanya sinyal-sinyal yang dapat dipercaya yang akan bertahan.

Teori sinyal merupakan suatu pendekatan yang diambil oleh manajemen suatu perusahaan yang memberikan indikasi kepada investor mengenai pandangan manajemen terhadap masa depan perusahaan. Pihak manajemen atau perusahaan

memiliki pemahaman yang lebih lengkap tentang operasional dan potensi masa depan perusahaan dibandingkan dengan pihak luar seperti investor, kreditor, penjamin, dan pengguna informasi lainnya (Qotimah & Kalangi, 2023).

Informasi dari suatu perusahaan dapat direspon berbeda oleh investor bisa positif atau negatif dan akan mempengaruhi fluktuasi harga saham. Jika sinyal manajemen mengindikasikan *good news*, maka dapat meningkatkan harga saham. Namun sebaliknya, jika sinyal manajemen mengindikasikan *bad news* dapat mengakibatkan penurunan harga saham perusahaan (Sigar & Kalangi, 2019). Teori sinyal, juga dikenal sebagai teori sinyal, adalah tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberi petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen melihat prospek bisnis. Dibandingkan dengan pihak eksternal seperti investor, kreditor, *underwriter*, dan pengguna informasi lainnya, perusahaan atau manajemen perusahaan memiliki lebih banyak informasi tentang operasi dan prospek masa depan perusahaan. Oleh karena itu, untuk menanggapi hal ini, laporan keuangan perusahaan, yang berisi informasi keuangan yang dapat diandalkan, dapat diakses oleh pihak luar. Ini juga dapat memberikan kepastian mengenai prospek keberlanjutan perusahaan kedepannya (Qotimah & Kalangi, 2023).

2.1.2 Teori Legitimasi

Teori legitimasi Berfokus pada interaksi organisasi dengan masyarakat dan kebutuhan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat, teori legitimasi memprediksi perilaku perusahaan dalam mengelola dan mempertahankan perspektif pemangku kepentingan utama melalui pengungkapan perusahaan, teori ini memandang hubungan tersebut melalui kacamata masyarakat secara luas. Inti

dari teori ini adalah konsep "kontrak sosial" antara perusahaan dan masyarakat, dimana Kontrak sosial bukan merupakan dokumen tertulis, melainkan kumpulan ekspektasi masyarakat tentang bagaimana sebuah organisasi seharusnya berperilaku (Aryani & Fathoni, 2024). Masyarakat menyediakan sumber daya bagi perusahaan termasuk tenaga kerja, infrastruktur, dan lisensi hukum dan sebagai imbalannya, perusahaan diharapkan memberikan manfaat sosial dan mematuhi nilai-nilai komunitas. Jika perusahaan dianggap melanggar kontrak ini, masyarakat dapat menarik dukungan mereka, yang bermanifestasi dalam bentuk boikot produk, kesulitan dalam merekrut talenta, hingga pembatalan izin operasional.

Menurut Siladjaja et al., (2023) prinsip dasar dari teori legitimasi menegaskan bahwa aktivitas perusahaan harus sejalan dengan ekspektasi masyarakat. Apabila perusahaan tidak dapat memenuhi harapan masyarakat, mereka akan berusaha untuk melakukan legitimasi terhadap kebijakan yang diambil agar dapat memenuhi keinginan publik. Perusahaan dapat mendukung legitimasi atas manfaat laporan keuangan sebagai sumber informasi, sehingga manajemen seharusnya menyampaikan kepada masyarakat dengan menyajikan informasi ini dalam laporan tahunan mereka. Dengan melakukan pengungkapan, perusahaan bisa memanfaatkan hal tersebut sebagai sarana legitimasi terhadap laporan keuangan melalui proyeksi tentang masa depan perusahaan yang dapat diandalkan, sehingga nilai pasar akan dapat mencerminkan nilai yang dimiliki perusahaan.

2.1.3 Teori Stakeholders

Menurut Pratama (2024) pemangku kepentingan dijelaskan sebagai orang, kelompok, dan organisasi yang memiliki kepentingan dalam proses serta hasil yang diraih oleh perusahaan, sementara perusahaan juga bergantung pada mereka untuk meningkatkan nilainya. Pemangku kepentingan yang paling penting meliputi karyawan, manajer, pemegang saham, investor, pelanggan, dan pemasok. Pemangku kepentingan lainnya mencakup komunitas bisnis, kelompok lingkungan, media, atau bahkan masyarakat secara keseluruhan. Kelompok terakhir ini tidak memiliki kepentingan langsung terhadap perusahaan, karena sulit untuk menentukan apa yang menjadi kepentingan terbaik dari kelompok yang begitu besar dan beragam.

Freeman (dalam Dr. Andri Prastiwi et al., 2024) menyatakan bahwa:

“Pengembangan konsep stakeholder dalam dua bagian, yaitu: (1) model kebijakan bisnis dan perencanaan perusahaan dan (2) model tanggung jawab sosial perusahaan. Model pertama fokus pada pengembangan dan evaluasi persetujuan keputusan strategis perusahaan oleh kelompok yang diperlukan untuk terus mendukung perusahaan. Pihak yang diidentifikasi berkepentingan adalah konsumen, pemilik, pemasok, dan kelompok publik yang bukan oposisi bagi perusahaan (non-adversarial). Model kedua memperluas model pertama dengan memasukkan pengaruh eksternal pada perusahaan yang mungkin dinilai memiliki posisi oposisi (adversarial). Pihak yang diidentifikasi berkepentingan adalah regulator atau kelompok yang memiliki kepentingan tertentu terkait dengan isu sosial.”

Teori pemangku kepentingan berfokus pada penyelesaian tiga tantangan utama dalam dunia bisnis saat ini: pertama, pemahaman mengenai cara nilai diciptakan dan diperjualbelikan; kedua, menghubungkan aspek etis dengan kapitalisme; dan ketiga, membantu para manajer untuk berpikir strategis dalam situasi yang sangat rumit. Dari sudut pandang ini, bisnis tidak dilihat sebagai entitas yang terpisah,

tetapi sebagai jaringan hubungan di antara berbagai kelompok yang memiliki kepentingan dalam kegiatan perusahaan.

Dalam teori pemangku kepentingan, penciptaan nilai dianggap sebagai suatu proses yang dilakukan secara kolaboratif. Pelanggan, penyedia, karyawan, investor, masyarakat, dan pengelola saling berinteraksi untuk bersama-sama menghasilkan nilai. Tugas para eksekutif perusahaan adalah untuk mengatur dan membentuk hubungan ini guna menciptakan nilai optimal bagi semua pemangku kepentingan. Ketika ada pertentangan kepentingan di antara kelompok-kelompok tersebut, para manajer perlu mempertimbangkan kembali permasalahan itu dengan cara yang memungkinkan kebutuhan berbagai kelompok dapat dipenuhi, yang sering kali menghasilkan nilai yang lebih tinggi untuk semua pihak.

Teori pemangku kepentingan menganggap bahwa perusahaan bukan sekadar entitas yang fokus pada keuntungan, tetapi juga memikul tanggung jawab untuk menciptakan nilai dan manfaat yang berkelanjutan bagi semua pemangku kepentingan, antara lain investor, pemerintah, masyarakat, karyawan, dan lingkungan. Menurut Ghozali (2020) keberlangsungan hidup (*going concern*) perusahaan sangat tergantung pada dukungan para pemangku kepentingan. Oleh karena itu, perusahaan harus memelihara hubungan yang positif dengan melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR), meningkatkan kinerja lingkungan, menerapkan akuntansi hijau, serta menyusun laporan keberlanjutan sebagai cara untuk menjamin transparansi dan akuntabilitas. Semakin baik perusahaan dalam memenuhi ekspektasi para pemangku kepentingan, semakin

besar dukungan yang akan diperoleh, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2.1.4 *Corporate Social Responsibility*

2.1.4.1 *Pengertian Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan kewajiban perusahaan untuk berperan dalam pembangunan yang berkelanjutan dengan menyeimbangkan pengaruh ekonomi, sosial, dan lingkungan. Kegiatan ini meliputi pemberdayaan masyarakat, penawaran beasiswa, perlindungan lingkungan, serta pengelolaan sampah, yang bertujuan untuk memperbaiki citra perusahaan dan memberikan keuntungan nyata bagi semua pihak yang terlibat.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) merupakan suatu kewajiban dari dunia usaha untuk ikut serta dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan. Ini juga menekankan pentingnya keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. CSR adalah tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh pengusaha untuk menyusun kebijakan, mengambil keputusan, atau mengikuti langkah-langkah yang sesuai dengan tujuan dan nilai-nilai masyarakat (Jumadiyah, S.H et al., 2018). Definisi ini kemudian diperbaharui oleh Davis, yang mengungkapkan bahwa keputusan dan tindakan yang diambil oleh perusahaan dilakukan dengan alasan yang melampaui kepentingan ekonomi atau teknis yang langsung berhubungan dengan perusahaan.

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

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

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

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

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

2.1.4.2 Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility Disclosure*

John Elkingston dalam (Jumadiah, S.H et al., 2018) menyatakan bahwa:

“Pengelompokkan CSR atas 3 (tiga) aspek, yang lebih dikenal dengan istilah *“Triple Bottom Line”* yang meliputi kesejahteraan atau kemakmuran ekonomi (*economic prosperity*), peningkatan kualitas lingkungan (*environmental quality*) dan keadilan sosial (*social justice*), lebih lanjut beliau juga menegaskan bahwa suatu perusahaan yang ingin menerapkan konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*) harus memperhatikan *“Triple P”* yaitu *profit, planet and people*. Bila dikaitkan antara *“triple bottom line”* dengan *“triple P”* dapat disimpulkan bahwa *“profit”* sebagai wujud aspek ekonomi, *“planet”* sebagai wujud aspek lingkungan dan *“people”* sebagai aspek sosial”.

Pada tahun 2002, Inisiatif Global Compact menegaskan kembali konsep triple P ini dengan menggarisbawahi bahwa meskipun tujuan suatu perusahaan adalah untuk meraih keuntungan, mereka juga harus memberikan kontribusi terhadap

kesejahteraan masyarakat dan menjaga kelangsungan hidup di bumi. Jika kita mendalami secara lebih rinci mengenai tiga elemen dari triple bottom line, maka ketiga elemen tersebut diwujudkan melalui kegiatan sebagai berikut:

- 1) Aspek Sosial, termasuk aktivitas seperti pendidikan, pelatihan, kesehatan, perumahan, *reinforcement* kelembagaan (internal, termasuk kesejahteraan pegawai), kesejahteraan sosial, olahraga, remaja, perempuan, agama, budaya, dan lainnya;
- 2) Aspek Ekonomi, meliputi kegiatan seperti kewirausahaan, kelompok usaha bersama atau unit usaha mikro kecil dan menengah (KUB/UMKM), agrobisnis, penciptaan lapangan kerja, infrastruktur ekonomi, serta usaha produktif lainnya;
- 3) Aspek Lingkungan, yang mencakup aktivitas seperti reboisasi, reklamasi area, pengelolaan sumber air, pelestarian alam, ekowisata, perbaikan lingkungan, pengendalian pencemaran, serta penggunaan sumber daya dan energi secara efisien.

Brodshaw dan Vogel dalam (Jumadiah, S.H et al., 2018) juga menyatakan bahwa ada 3 (tiga) dimensi dari garis besar ruang lingkup CSR yaitu sebagai berikut:

- 1) “*Corporate Philanthropy* adalah usaha-usaha amal yang dilakukan oleh suatu perusahaan, dimana usaha-usaha amal ini tidak berhubungan secara langsung dengan kegiatan normal perusahaan. Usaha-usaha amal ini dapat berupa tanggapan langsung perusahaan atas permintaan dari luar perusahaan atau juga berupa pembentukan suatu badan tertentu, seperti yayasan untuk mengelola usaha amal tersebut;
- 2) *Corporate Responsibility* adalah usaha-usaha sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan ketika sedang mengejar profitabilitas sebagai tujuan perusahaan;

- 3) *Corporate Policy* adalah berkaitan erat dengan bagaimana hubungan perusahaan dengan pemerintah yang meliputi posisi suatu perusahaan dengan adanya berbagai kebijaksanaan pemerintah yang mempengaruhi baik bagi perusahaan atau masyarakat secara keseluruhan.”

2.1.4.3 Prinsip-Prinsip CSR

CSR adalah sebuah konsep yang memberikan wawasan baru tentang bagaimana perusahaan menunjukkan kepeduliannya terhadap masyarakat. CSR menjadi alasan bahwa aktivitas produksi yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan efek baik atau buruk terhadap kondisi sosial ekonomi dan lingkungan di sekeliling perusahaan yang beroperasi.

Program CSR yang harus dijalankan oleh perusahaan juga memiliki prinsip yang perlu diterapkan. Terdapat beberapa prinsip dalam melaksanakan program CSR, di antaranya menurut Crowther David (2008) (dalam Noviana & Listyawati, 2019) membagi prinsip-prinsip CSR menjadi tiga macam yaitu, *sustainability*, *accountability* dan *tranparency*.

1) *Sustainability*

Berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitasnya (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya dimasa depan. Keberlanjutan mengarahkan bagaimana penggunaan sumber daya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan.

2) *Accountability*

Adalah upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini

menjelaskan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal.

3) *Transparency*

Merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi ini berkaitan dengan pelaporan aktivitas perusahaan, karena berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

2.1.4.4 Bentuk-bentuk CSR

Program CSR dapat diimplementasikan melalui berbagai jenis praktik yang beragam yaitu melalui *cause promotion*, *cause related marketing*, *corporate societal marketing*, *corporate philanthropy*, *community volunteering* dan *socially responsible business practise* (Fatmawatie, 2017)

1) *Community Volunteering*

Community volunteering merupakan ekspresi tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan melalui partisipasi aktif dari karyawan serta mitra bisnis dalam aktivitas sukarela. Perusahaan memberikan dukungan dalam bentuk waktu, fasilitas, atau kebijakan yang memperkuat keterlibatan dalam kegiatan sosial di komunitas lokal. Melalui partisipasi ini, perusahaan membantu mengatasi isu-isu sosial sekaligus menumbuhkan rasa empati, solidaritas, dan hubungan yang lebih baik dengan masyarakat.

2) *Cause-Related Marketing*

Cause related marketing merupakan pendekatan CSR yang menghubungkan aktivitas sosial dengan strategi pemasaran perusahaan.

Dalam pelaksanaannya, perusahaan mengalokasikan sebagian dari pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk atau layanan untuk disalurkan kepada program sosial yang tertentu. Umumnya, perusahaan melakukan kolaborasi dengan organisasi nirlaba selama periode tertentu, sehingga tercipta keuntungan bagi kedua belah pihak, di mana perusahaan mendapatkan citra yang lebih positif dan organisasi sosial menerima dukungan dana.

3) *Corporate Philanthropy*

Corporate philanthropy adalah kontribusi langsung dari suatu perusahaan untuk mendukung aktivitas sosial atau kemanusiaan. Bantuan yang diberikan dapat dalam bentuk uang, barang, fasilitas, atau tenaga kerja untuk membantu mengatasi masalah sosial yang ada. Praktik ini umumnya dilakukan sebagai indikasi kepedulian perusahaan terhadap masyarakat, terutama dalam keadaan darurat, pendidikan, kesehatan, atau pembangunan infrastruktur sosial.

4) *Corporate social marketing*

Corporate social marketing adalah kegiatan CSR yang fokus pada upaya mengubah perilaku masyarakat ke arah yang lebih positif dan berkelanjutan. Perusahaan menyelenggarakan program pendidikan atau kampanye sosial yang relevan dengan sektor usaha, seperti kampanye kesehatan, keselamatan kerja, atau perlindungan lingkungan. Kegiatan ini sering dilakukan melalui sosialisasi langsung di masyarakat, seminar,

pelatihan, atau media kampanye lainnya dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran dan kualitas hidup warga.

5) *Cause Promotion*

Cause promotion adalah dukungan perusahaan untuk meningkatkan kesadaran publik terhadap isu sosial tertentu. Perusahaan bisa memberikan dana, sumber daya, atau bantuan promosi untuk memperluas jangkauan informasi mengenai masalah sosial tersebut. Dalam pelaksanaannya, perusahaan dapat bertindak sebagai penyelenggara utama, mitra strategis lembaga non-pemerintah, atau sebagai sponsor kegiatan sosial untuk memperkuat kepedulian masyarakat.

6) *Social Responsible Business Practices*

Social responsible business practices adalah bisnis yang dijalankan dengan mempertimbangkan aspek sosial dan lingkungan dalam setiap keputusan yang diambil. Perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan finansial, tetapi juga berupaya mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan serta memberikan manfaat bagi masyarakat. Hal ini dapat diwujudkan melalui penggunaan bahan yang ramah lingkungan, investasi berkelanjutan, perlindungan hak-hak tenaga kerja, serta penerapan standar etika bisnis yang tinggi untuk mencapai pembangunan yang berkelanjutan.

2.1.4.5 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Keberadaan bisnis seharusnya memberikan dampak positif bagi komunitas di sekitarnya. Prinsip utama CSR adalah memberdayakan masyarakat lokal yang umumnya mengalami kesulitan ekonomi agar terbebas dari kemiskinan. CSR

merupakan sebuah komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui cara berbisnis. Di samping mengurangi risiko kerusakan lingkungan, CSR juga memiliki banyak keuntungan lainnya. Menurut Jumadiah (2018) terdapat 3 manfaat CSR yaitu bagi masyarakat, pemerintah dan perusahaan.

1) Manfaat CSR bagi masyarakat

Esensi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) adalah wujud komitmen perusahaan untuk memberikan kembali keuntungan kepada masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Implementasi CSR dilakukan sebagai cerminan niat baik perusahaan dalam menjalankan operasional yang tidak hanya mengutamakan profit, tetapi juga memberi efek positif bagi semua pihak yang terlibat. Sasaran utama CSR bukan hanya untuk membangun komunitas, tetapi juga untuk memastikan bahwa pembangunan tersebut dapat berjalan berkelanjutan dalam masyarakat, menciptakan keseimbangan antara kegiatan bisnis, lingkungan, dan keberlangsungan alam.

Jumadiah (2018) menyatakan bahwa:

“Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal yaitu keuntungan (*profit*), masyarakat (*people*), dan lingkungan (*planet*). Perusahaan harus memiliki tingkat profitabilitas yang memadai sebab laba merupakan fondasi bagi perusahaan untuk dapat berkembang dan mempertahankan eksistensinya dengan perolehan laba yang memadai, perusahaan dapat membagi deviden kepada pemegang saham, member imbalan yang layak kepada karyawan, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh untuk pertumbuhan dan pengembangan usaha di masa depan, membayar pajak kepada pemerintah, dan memberikan banyak dampak yang diharapkan kepada masyarakat”.

Perusahaan dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui kegiatan dan kebijakan yang mendukung kesejahteraan, kompetensi, serta pembangunan sosial. Selain itu, perusahaan juga berperan dalam pelestarian lingkungan guna

menjaga keberlanjutan hidup manusia serta mencegah dan meminimalkan dampak kerusakan lingkungan. Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) tidak hanya berorientasi pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga pada kontribusi jangka panjang bagi masyarakat dan lingkungan. CSR dipandang sebagai investasi strategis untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan (*sustainability*), bukan sekadar biaya. Keberhasilan CSR juga bergantung pada dukungan pemerintah, baik melalui kebijakan yang kondusif, insentif, kepastian hukum, maupun dukungan kelembagaan, khususnya dalam menghadapi permasalahan kemiskinan dan keterbelakangan di Indonesia.

2) Manfaat CSR Bagi Pemerintah.

Implementasi CSR juga menghadirkan keuntungan bagi pemerintah. Melalui aktivitas CSR, terbentuklah sinergi antara pemerintah dan sektor bisnis dalam mengatasi beragam isu sosial, seperti kemiskinan, standar pendidikan yang rendah, dan akses kesehatan yang terbatas, serta isu lainnya. Tanggung jawab pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan warganya menjadi lebih ringan dengan adanya kontribusi dari sektor swasta (perusahaan) melalui program CSR. CSR yang efektif dalam menangani isu-isu sosial adalah yang berfokus pada pengembangan komunitas, seperti pemberian beasiswa, pemberdayaan ekonomi untuk masyarakat berpenghasilan rendah, pembangunan fasilitas kesehatan, dan lain-lain.

Terkait hal ini, bukti empiris menunjukkan bahwa keberadaan CSR memberikan banyak sumbangan bagi pemerintah, dalam bentuk:

- a) Pendanaan dukungan, khususnya karena ada keterbatasan anggaran pemerintah untuk membiayai proyek pembangunan terkait penanggulangan kemiskinan;
- b) Penyediaan fasilitas dan infrastruktur (ekonomi, kesehatan, pendidikan/pelatihan, tempat ibadah, fasilitas olahraga, seni, dan seterusnya), baik yang sudah tersedia maupun yang dibangun melalui aktivitas CSR;
- c) Penawaran keahlian, melalui peran aktif karyawan perusahaan terutama dalam program penguatan kapasitas masyarakat;
- d) Partisipasi aktivis LSM dalam program CSR, sebagai sumber pembelajaran, terutama dalam menumbuhkan.

3) Manfaat CSR Bagi Perusahaan

Selain memberikan dukungan kepada masyarakat, bagi perusahaan, jelas bahwa hal ini penting agar kegiatan operasional berlangsung tanpa hambatan. Jika interaksi antara perusahaan dan komunitas tidak harmonis, dapat dipastikan ada masalah yang terjadi. Implementasi program CSR masih belum sepenuhnya diterima oleh masyarakat. Ini menjadi alasan minimnya perhatian perusahaan terhadap CSR. Dari penjelasan di atas, terlihat bahwa manfaat CSR bagi perusahaan antara lain:

- a) Mempertahankan dan meningkatkan reputasi serta gambar perusahaan;
- b) Mendapatkan izin untuk beroperasi dari perspektif sosial;
- c) Mengurangi risiko yang dihadapi perusahaan;
- d) Meningkatkan akses terhadap sumber daya untuk kegiatan bisnis;

- e) Membuka kesempatan pasar yang lebih luas;
- f) Mengurangi biaya, misalnya yang terkait dengan dampak pembuangan limbah;
- g) Membangun kembali hubungan dengan pihak-pihak terkait;
- h) Meningkatkan hubungan dengan pihak regulator;
- i) Mendorong semangat kerja dan efisiensi karyawan;
- j) Kesempatan untuk meraih penghargaan.

2.1.4.6 Pelaksanaan CSR di Indonesia.

Indonesia mengambil langkah untuk mengatur pelaksanaan CSR dengan mewajibkan setiap perusahaan yang beroperasi di sektor sumber daya alam dan/atau terkait dengan sumber daya alam, sesuai dengan yang dijelaskan dalam Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam Pasal 74 ayat (1) hingga (4) diuraikan sebagai berikut:

- 1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan;
- 2) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memerhatikan kepatutan dan kewajaran;
- 3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;

- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan juga dikenakan kepada perusahaan yang melakukan investasi di Indonesia, sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 mengenai Penanaman Modal yang diatur dalam Pasal 15, Pasal 17, dan Pasal 34, sebagai berikut:

a) Pasal 15 (Kewajiban Penanam Modal):

Setiap penanam modal wajib:

1. Menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik (good corporate governance).
2. Melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).
3. Membuat laporan kegiatan penanaman modal dan menyampaikannya ke Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM).
4. Menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha.
5. Mematuhi semua ketentuan peraturan perundang-undangan.

b) Pasal 17 (Kewajiban Ketenagakerjaan):

Penanam modal yang mengusahakan sumber daya alam yang tidak terbarukan wajib mengalokasikan dana secara bertahap untuk pemulihan lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan hidup.

c) Pasal 34 (Sanksi Administratif):

Badan usaha atau perseorangan yang tidak memenuhi kewajiban dalam Pasal 15 dapat dikenai sanksi administratif berupa:

1. Peringatan tertulis.
2. Pembatasan kegiatan usaha.
3. Pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal.
4. Pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang lainnya yang bersifat wajib adalah yang dilakukan oleh Perusahaan Milik Negara. Perusahaan Milik Negara yang dalam bentuk perseroan memiliki ciri khas yang berbeda dibandingkan dengan perusahaan swasta yang sepenuhnya dimiliki oleh individu atau entitas swasta. Di perusahaan BUMN yang berbentuk perseroan, meskipun ada tujuan utama untuk memaksimalkan keuntungan, perusahaan juga memiliki kewajiban untuk memberikan layanan kepada masyarakat.

Dengan meningkatnya tuntutan bagi perusahaan untuk lebih memperhatikan aspek lingkungan dan masyarakat terkait aktivitas mereka, *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia diatur oleh Undang-Undang Republik Indonesia No.40 Tahun 2007 mengenai perseroan terbatas yang dapat ditemukan pada pasal 1 ayat 3. Di sini dinyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan yang bermanfaat bagi perusahaan itu sendiri, komunitas lokal, dan masyarakat secara keseluruhan.

Perusahaan menyampaikan tanggung jawab sosial mereka dengan menerbitkan laporan berkelanjutan (*Sustainability Report*) yang menjelaskan semua dampak dari kegiatan perusahaan. Untuk menyusun laporan yang memuat informasi yang dapat

dipercaya, relevan, dan sesuai standar guna menilai peluang serta risiko, organisasi dapat merujuk kepada pedoman yang memungkinkan pengambilan keputusan lebih matang baik di dalam perusahaan maupun pada pemangku kepentingan. Keberadaan *Global Reporting Initiative* (GRI) sebagai panduan dalam penyusunan laporan berkelanjutan dapat mendorong perusahaan untuk mengimplementasikannya sebagai langkah untuk memberikan kontribusi lebih lanjut terhadap ekonomi global di masa depan.

2.1.4.7 Pengukuran *Corporate Social Responsibility*

Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR) diwakili melalui *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) berdasarkan indikator GRI (*Global Reporting Initiatives*) yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari website www.globalreporting.org. Indikator GRI terdiri dari 3 fokus utama dalam pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial sebagai dasar *sustainability reporting*. Indikator GRI ini dipilih karena merupakan aturan internasional yang telah diakui oleh berbagai perusahaan di dunia. CSRI ditentukan dengan menilai setiap aspek yang dikemukakan dalam laporan tahunan atau laporan keberlanjutan.

Pengukuran performa CSR dilakukan melalui laporan kegiatannya dengan menerapkan teknik analisis konten, yang merupakan metode penilaian terhadap pengungkapan sosial dalam laporan tahunan. Metode ini dilakukan dengan menilai setiap elemen yang diungkapkan. Setiap elemen yang terungkap akan diberi nilai 1, sedangkan nilai 0 diberikan untuk elemen yang tidak ada dalam laporan tahunan. Selanjutnya seluruh item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Pengukuran dilakukan dengan berdasarkan indeks

pengungkapan masing-masing perusahaan, dengan rumus perhitungan sebagai berikut (Sugiyarti et al., 2023)

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

Keterangan :

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Indeks* Perusahaan

$\sum X_{ij}$: Jumlah Total Pengungkapan CSR oleh Perusahaan

N_j : Jumlah item untuk perusahaan j, $N_j = 117$ (skor maksimal)

Dummy variable : 1 jika item i diungkapkan, 0 jika item i tidak diungkapkan.

Saat ini, berbagai perusahaan di Indonesia telah mengadopsi GRI Standard, sebuah kerangka kerja yang relevan di tingkat global guna mendukung metode yang telah distandarisasi untuk meningkatkan tingkat transparansi dan konsistensi yang dibutuhkan dalam memperoleh informasi yang berguna dan dapat dipercaya oleh pasar serta masyarakat.

GRI Standard juga menawarkan petunjuk tentang cara menyajikan pengungkapan keberlanjutan dalam berbagai format, termasuk laporan keberlanjutan yang berdiri sendiri, laporan terpadu, laporan tahunan, laporan yang merujuk pada norma internasional tertentu, atau pelaporan secara daring. Dalam GRI Standard, indikator kinerja dikelompokkan menjadi tiga kategori utama, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial. Kategori sosial mencakup aspek-aspek seperti hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, kondisi kerja, tanggung jawab produk, dan pengaruh terhadap masyarakat. Total indikator yang terdapat dalam GRI mencapai 117 item. (www.globalreporting.org)

Dalam melaksanakan evaluasi pengungkapan CSR, diperlukan item-item yang perlu diberikan skor, merujuk pada indikator kinerja yang tertera dalam GRI Standard 2021 sebagai berikut:

Tabel 2. 1

117 Indikator Berdasarkan GRI Standard 2021

NO.	DISCLOSURE GRI STANDARD 2021	
General disclosures		
1. Aspek: Organisasi dan praktik pelaporan		
1	GRI 2: General Disclosures	2-1 Rincian organisasi
2		2-2 Entitas yang dimasukkan dalam pelaporan keberlanjutan organisasi
3		2-3 Periode, frekuensi, dan titik kontak pelaporan
4		2-4 Penyajian kembali informasi
5		2-5 Penjaminan eksternal
2. Aspek: Aktivitas dan Pekerja		
6	GRI 2: General Disclosures	2-6 Aktivitas, rantai nilai, dan hubungan bisnis lainnya
7		2-7 Tenaga kerja
8		2-8 Pekerja yang bukan pekerja langsung
3. Aspek: Tata Kelola		
9	GRI 2: General Disclosures	2-9 Struktur dan komposisi tata kelola
10		2-10 Pencalonan dan pemilihan badan tata kelola tertinggi
11		2-11 Ketua badan tata kelola tertinggi
12		2-12 Peran badan tata kelola tertinggi dalam mengawasi manajemen dampak
13		2-13 Delegasi tanggung jawab untuk mengelola dampak

14		2-14 Peran badan tata kelola tertinggi dalam pelaporan keberlanjutan
15		2-15 Konflik kepentingan
16		2-16 Komunikasi masalah penting
17		2-17 Pengetahuan kolektif badan tata kelola tertinggi
18		2-18 Evaluasi kinerja badan tata kelola tertinggi
19		2-19 Kebijakan remunerasi
20		2-20 Proses untuk menentukan remunerasi
21		2-21 Rasio kompensasi total tahunan
4. Aspek: Strategi, kebijakan, dan praktik		
22	GRI 2: General Disclosures	2-22 Pernyataan tentang strategi pembangunan berkelanjutan
23		2-23 Komitmen kebijakan
24		2-24 Menanamkan komitmen kebijakan
25		2-25 Proses untuk memperbaiki dampak negatif
26		2-26 Mekanisme untuk mencari nasihat dan mengemukakan masalah
27		2-27 Kepatuhan terhadap hukum dan peraturan
28		2-28 Asosiasi keanggotaan
29		2-29 Pendekatan untuk keterlibatan pemangku kepentingan
30		2-30 Perjanjian perundingan kolektif
Material topics		
31	GRI 3: Topik Material	3-1 Proses atau panduan untuk menentukan topik material
32		3-2 Daftar topik material
33		3-3 Manajemen topik material
34	GRI 201: Kinerja Ekonomi	201-1 Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
35		201-2 Implikasi finansial serta risiko dan peluang lain akibat dari perubahan iklim
36		201-3 Kewajiban program pensiun manfaat pasti dan program pensiun lainnya

37		201-4 Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
38	GRI 202: Keberadaan Pasar	202-1 Rasio standar upah karyawan pemula berdasarkan jenis kelamin terhadap upah minimum regional
39		202-2 Proporsi manajemen senior yang berasal dari masyarakat setempat
40	GRI 203: Dampak Ekonomi Tidak Langsung	203-1 Investasi infrastruktur dan dukungan layanan
41		203-2 Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan
42	GRI 204: Praktik Pengadaan	204-1 Proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal
43	GRI 205: Antikorupsi	205-1 Operasi-operasi yang dinilai memiliki risiko terkait korupsi
44		205-2 Komunikasi dan pelatihan tentang kebijakan dan prosedur antikorupsi
45		205-3 Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
46	GRI 206: Perilaku Antipersaingan	206-1 Langkah-langkah hukum untuk perilaku antipersaingan, praktik antipakat dan monopoli
47	GRI 207: Pajak	207-1 Pendekatan terhadap pajak
48		207-2 Tata kelola, pengontrolan, dan manajemen risiko pajak
49		207-3 Keterlibatan pemangku kepentingan dan pengelolaan kepedulian yang berkaitan dengan pajak
50		207-4 Laporan per negara
51	GRI 301: Material	301-1 Material yang digunakan berdasarkan berat atau volume
52		301-2 Material input dari daur ulang yang digunakan
53		301-3 Produk pemerolehan ulang dan material kemasannya
54	GRI 302: Energi	302-1 Konsumsi energi dalam organisasi
55		302-2 Konsumsi energi di luar organisasi
56		302-3 Intensitas energi
57		302-4 Pengurangan konsumsi energi

58		302-5 Pengurangan pada energi yang dibutuhkan untuk produk dan jasa
59	GRI 303: Air dan Efluen	303-1 Interaksi dengan air sebagai sumber daya bersama
60		303-2 Manajemen dampak yang berkaitan dengan pembuangan air
61		303-3 Pengambilan air
62		303-4 Pembuangan air
63		303-5 Konsumsi air
64	GRI 304: Keanekaragaman Hayati	304-1 Lokasi operasi yang dimiliki, disewa, dikelola, atau berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman 8 hayati tinggi di luar kawasan lindung
65		304-2 Dampak signifikan dari aktivitas, produk, dan jasa pada keanekaragaman hayati
66		304-3 Habitat yang dilindungi atau direstorasi
67		304-4 Spesies Daftar Merah IUCN dan spesies daftar konservasi nasional dengan habitat dalam wilayah yang terkena efek operasi
68	GRI 305: Emisi	305-1 Emisi GRK (Cakupan 1) langsung
69		305-2 Emisi energi GRK (Cakupan 2) tidak langsung
70		305-3 Emisi GRK (Cakupan 3) tidak langsung lainnya
71		305-4 Intensitas emisi GRK
72		305-5 Pengurangan emisi GRK
73		305-6 Emisi zat perusak ozon (ODS)
74		305-7 Nitrogen oksida (NOx), belerang oksida (SOx), dan emisi udara signifikan lainnya
75	GRI 306: Limbah	306-1 Timbulan limbah dan dampak signifikan terkait limbah
76		306-2 Manajemen dampak signifikan terkait limbah
77		306-3 Timbulan limbah
78		306-4 Limbah yang dialihkan dari pembuangan akhir

79		306-5 Limbah yang dikirimkan ke pembuangan akhir
80	GRI 308: Penilaian Lingkungan Pemasok	308-1 Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria lingkungan
81		308-2 Dampak lingkungan negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil
82	GRI 401: Kepegawaian	401-1 Perekrutan karyawan baru dan pergantian karyawan
83		401-2 Tunjangan yang diberikan kepada karyawan purnawaktu yang tidak diberikan kepada karyawan pada kurun waktu tertentu atau paruh waktu
84		401-3 Cuti melahirkan
85	GRI 402: Hubungan Tenaga Kerja/Manajemen	402-1 Periode pemberitahuan minimum terkait perubahan operasional
86	GRI 403: Kesehatan dan Keselamatan Kerja	403-1 Sistem manajemen kesehatan dan keselamatan kerja
87		403-2 Pengungkapan, Pengidentifikasian bahaya, penilaian risiko, dan investigasi Insiden
88		403-3 Layanan kesehatan kerja
89		403-4 Partisipasi, konsultasi, dan komunikasi pekerja tentang kesehatan dan keselamatan kerja
90		403-5 Pelatihan pekerja mengenai kesehatan dan keselamatan kerja
91		403-6 Peningkatan kualitas kesehatan pekerja
92		403-7 Pencegahan dan mitigasi dampak-dampak kesehatan dan keselamatan kerja yang secara langsung terkait hubungan bisnis
93		403-8 Pekerja yang tercakup dalam sistem manajemen kesehatan dan keselamatan kerja
94		403-9 Kecelakaan kerja
95		403-10 Penyakit Akibat Kerja
96	GRI 404: Pelatihan dan Pendidikan	404-1 Rata-rata jam pelatihan per tahun per karyawan

97		404-2 Program untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan program bantuan peralihan
98		404-3 Persentase karyawan yang menerima tinjauan rutin terhadap kinerja dan pengembangan karier
99	GRI 405: Keanekaragaman dan Peluang Setara	405-1 Keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan
100		405-2 Rasio gaji pokok dan remunerasi perempuan dibandingkan laki-laki
101	GRI 406: Nondiskriminasi	406-1 Insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang dilakukan
102	GRI 407: Kebebasan Berserikat dan Perundingan Kolektif	407-1 Operasi dan pemasok di mana hak atas kebebasan berserikat dan perundingan kolektif mungkin berisiko
103	GRI 408: Pekerja anak	408-1 Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden pekerja anak
104	GRI 409: Kerja Paksa atau Wajib Kerja	409-1 Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden kerja paksa atau wajib kerja
105	GRI 410: Praktik Keamanan	410-1 Petugas keamanan yang dilatih mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia
106	GRI 411: Hak Masyarakat Adat	411-1 Insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat
107	GRI 413: Masyarakat Setempat	413-1 Operasi dengan keterlibatan masyarakat setempat, penilaian dampak, dan program pengembangan
108		413-2 Operasi yang secara aktual dan yang berpotensi memiliki dampak negatif signifikan terhadap masyarakat setempat
109	GRI 414: Penilaian Sosial Pemasok	414-1 Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria sosial
110		414-2 Dampak sosial negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil
111	GRI 415: Kebijakan Publik	415-1 Kontribusi politik

112	GRI 416: Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan	416-1 Penilaian dampak kesehatan dan keselamatan dari berbagai kategori produk dan jasa
113		416-2 Insiden ketidakpatuhan sehubungan dengan dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa
114	GRI 417: Pemasaran dan Pelabelan	417-1 Persyaratan untuk pelabelan dan informasi produk dan jasa
115		417-2 Insiden ketidakpatuhan terkait informasi dan pelabelan produk dan jasa
116		417-3 Insiden ketidakpatuhan terkait komunikasi pemasaran
117	GRI 418: Privasi Pelanggan	418-1 Pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran terhadap privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan

Sumber: <https://www.globalreporting.org/>

2.1.5 Kinerja Lingkungan

2.1.5.1 Definisi Kinerja Lingkungan

Menurut Pratama et al.,(2025) Kinerja lingkungan dapat didefinisikan bahwa:

“Kinerja lingkungan adalah proses penilaian kinerja perusahaan terhadap lingkungannya baik yang berhubungan dengan kegiatan usaha maupun diluar kegiatan usaha. Kinerja lingkungan mengacu pada hubungan perusahaan dengan lingkungan dalam hal dampak lingkungan dari sumber dayanya, dampak lingkungan dari proses-prosesnya, implikasi lingkungan dari produk dan layanannya, pemulihan pemrosesan produk, dan kepatuhan terhadap peraturan lingkungan di lingkungan kerja.”

Menurut ISO 14001 definisi dari kinerja lingkungan adalah hasil yang dapat diukur dari sistem manajemen lingkungan, yang terkait dengan kontrol aspek-aspek lingkungannya, serta pengkajian kinerja lingkungan yang didasarkan pada kebijakan lingkungan, sasaran lingkungan dan target lingkungan. Mengukur kinerja lingkungan merupakan komponen penting dalam upaya keberlanjutan. Alat dan metode yang efektif dalam pengukuran ini tidak hanya memungkinkan pemantauan yang akurat, tetapi juga memberikan wawasan yang diperlukan untuk mengelola

dampak industri terhadap lingkungan. Dengan memahami dan memantau kinerja lingkungan, upaya untuk mengurangi jejak lingkungan dan mempertahankan keseimbangan ekosistem menjadi lebih terarah dan efektif.

Tiarasandy et al., (2018) menjelaskan bahwa :

“Kinerja lingkungan merupakan kinerja suatu perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik sebagai wujud tanggung jawab dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan agar tercipta citra yang baik dimata para pemegang saham dan para calon investor. Ketika perusahaan mengeluarkan biaya terkait dengan aspek lingkungan, secara otomatis akan membangun citra yang baik di mata stakeholder dan calon investor sehingga akan direspon positif oleh pasar dan sebagai wujud tanggung jawab serta kepedulian perusahaan terhadap lingkungan”.

Kinerja lingkungan merupakan hasil terukur dari sistem manajemen lingkungan perusahaan dalam mengelola aspek lingkungan, kepatuhan terhadap regulasi, dan dampaknya terhadap ekosistem. Ini melibatkan penilaian operasional, emisi, dan penggunaan sumber daya untuk memastikan keberlanjutan. Kinerja lingkungan merujuk pada evaluasi dampak suatu aktivitas, proses, atau organisasi terhadap lingkungan sekitarnya. Ini mencakup pengukuran dan pemantauan faktor-faktor seperti emisi gas rumah kaca, penggunaan sumber daya alam, dampak terhadap keanekaragaman hayati, kualitas udara, air, dan tanah, serta dampak visual atau kebisingan. Kinerja lingkungan menyoroti cara di mana suatu entitas, baik industri, organisasi, atau proyek, berinteraksi dengan ekosistem sekitarnya. Pengukuran kinerja lingkungan tidak hanya memungkinkan identifikasi dampak, tetapi juga membantu dalam mengidentifikasi peluang perbaikan, mengelola risiko, serta memastikan kegiatan tersebut berada dalam kerangka keberlanjutan.

2.1.5.2 Pengukuran Kinerja Lingkungan

Pengukuran kinerja lingkungan adalah komponen yang sangat krusial dalam sistem manajemen lingkungan. Kinerja lingkungan merujuk pada hasil yang dapat dinilai dari sistem manajemen lingkungan yang berkaitan dengan pengendalian berbagai aspek lingkungan. Hingga saat ini, terdapat setidaknya empat metode yang dapat diterapkan untuk melakukan pengukuran, yakni AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan), PROPER, ISO 14001 (yang merupakan sistem manajemen lingkungan), serta ISO 17025 untuk sertifikasi pengujian lingkungan oleh lembaga-lembaga independen dan GRI (Global Reporting Initiative). GRI menjadi pelopor dalam menciptakan kerangka kerja untuk laporan keberlanjutan yang mencakup laporan terkait ekonomi, lingkungan, dan sosial sebagai acuan bagi laporan keuangan.

Dewi (2025) menjelaskan bahwa Indikator kinerja lingkungan terbagi menjadi dua kategori, yaitu:

1. Indikator *lagging*, yaitu ukuran pencapaian akhir yang menunjukkan hasil dari suatu proses, seperti total limbah yang dihasilkan.
2. Indikator *leading*, yaitu ukuran kinerja yang diambil saat proses berlangsung, berfokus pada elemen-elemen yang mungkin meningkatkan kinerja lingkungan (Inisiatif Manajemen Lingkungan Global, 1998).

Selain itu penilaian kinerja lingkungan juga bisa dilakukan dalam bentuk kuantitatif ataupun kualitatif yaitu :

1. Pengukuran kuantitatif menggunakan data yang berasal dari sistem manajemen lingkungan yang menekankan pada pengendalian aspek fisik dari lingkungan.
2. Sedangkan pengukuran kualitatif lebih menitikberatkan pada elemen nonfisik, seperti prosedur kerja, inovasi proses, serta dorongan internal.

Pengukuran kinerja lingkungan merupakan elemen yang sangat penting dalam sistem manajemen lingkungan. Kinerja lingkungan mengacu pada hasil yang dapat dinilai dari sistem manajemen lingkungan, yang berkaitan dengan pengelolaan aspek-aspek lingkungan yang ada. Ini adalah ukuran terhadap hasil dan kontribusi yang dapat dihasilkan oleh sistem manajemen lingkungan untuk perusahaan dengan cara yang nyata dan konkret. Model Evaluasi Kinerja Lingkungan ISO 14031 berfungsi sebagai pedoman bagi metode yang diterapkan untuk mengukur, menganalisis, dan mengelola kinerja lingkungan perusahaan secara kuantitatif. ISO 14031 adalah standar internasional yang mengatur cara pengukuran kinerja lingkungan secara kuantitatif, tetapi tidak digunakan untuk sertifikasi seperti halnya ISO 14001. ISO 14031 adalah panduan untuk mengevaluasi kinerja lingkungan dalam rangka mendukung penerapan ISO 14001 dan dirancang untuk membantu perusahaan memperoleh indikator kinerja yang sesuai dalam proses perbaikan berkelanjutan.

Key Performance Indicators (KPI) dalam ISO 14031 terbagi menjadi 3 jenis utama yaitu sebagai berikut :

1. *Environmental Performance Indicators* (EPI): Indikator ini berfungsi untuk menilai hasil langsung dari kegiatan, produk, atau layanan yang memiliki

pengaruh terhadap lingkungan. Contoh: jumlah emisi gas rumah kaca, penggunaan energi, dan konsumsi air.

2. *Environmental Condition Indicators* (ECI): Indikator ini memberikan data tentang keadaan lingkungan di sekitar perusahaan. ECI bermanfaat untuk mengevaluasi dampak jangka panjang serta pola perubahan lingkungan. Contoh: kualitas udara di sekitar, kualitas air di permukaan, dan tingkat kebisingan.
3. *Management Performance Indicators* (MPI): Indikator ini menilai usaha manajerial dan sistem internal perusahaan dalam menangani aspek lingkungan. Contoh: tingkat pelaksanaan program pelatihan lingkungan, serta jumlah audit lingkungan yang telah dilakukan.

Dalam melaksanakan evaluasi kinerja lingkungan, diperlukan item-item yang perlu diberikan skor, merujuk pada indikator kinerja lingkungan yang tertera dalam Kementerian Lingkungan Hidup sebagai berikut:

Tabel 2. 2
Penilaian Kinerja Lingkungan

Peringkat Warna	Skor	kriteria	Konsep
Emas	5	Sangat tinggi	Untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan (environmental excellency) baik di dalam proses produksi dan/atau jasa, dan juga melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat
Hijau	4	Tinggi	Untuk usahadan/atau kegiatan yang telah dilakukan melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan melalui pelaksanaan

Peringkat Warna	Skor	kriteria	Konsep
			sistem pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumber daya secara efisiensi melalui upaya 4R (dikurangi, digunakan lagi, didaur ulang dan pemulihan = <i>Reduce</i> , <i>Reuse</i> , <i>Recycle</i> dan <i>Recovery</i>), dan juga melakukan upaya tanggung jawab sosial (CSR/Comdev) dengan baik.
Biru	3	Sedang	Untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melaksanakan upaya pengelolaan lingkungan yang di persyaratkan sesuai dengan ketentuan dan/atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.
Merah	2	Rendah	Upaya pengelolaan lingkungan yang dilakukan belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan dan dalam tahapan melaksanakan sanksi administrasi.
Hitam	1	Sangat rendah	Untuk usaha dan/atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian mengakibatkan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan serta pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

2.1.5.3 Penerapan Kinerja Lingkungan di Indonesia

Di Indonesia, evaluasi dan penilaian kinerja lingkungan perusahaan dilakukan melalui sebuah program yang diselenggarakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup, yang dikenal sebagai PROPER. PROPER (*Public Disclosure Program for Enviromental Compliance*) adalah sebuah program yang menilai peringkat kinerja perusahaan dalam hal pengelolaan lingkungan. PROPER tidak dimaksudkan untuk menggantikan alat penegakan yang sudah ada, baik itu hukum lingkungan perdata

maupun pidana. Program ini bersifat komplementer dan berkolaborasi dengan alat kepatuhan lainnya. Dengan demikian, upaya untuk meningkatkan kualitas lingkungan dapat dilakukan dengan cara yang lebih efisien dan efektif.

PROPER adalah salah satu kebijakan pemerintah yang bertujuan untuk memperbaiki kinerja pengelolaan lingkungan perusahaan sesuai dengan ketentuan dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku. Selain itu, PROPER juga mewakili penerapan transparansi dan demokratisasi dalam pengelolaan lingkungan di Indonesia. Implementasi alat ini merupakan inisiatif Kementerian Negara Lingkungan Hidup untuk menerapkan sebagian dari prinsip-prinsip tata kelola yang baik (transparansi, keadilan, akuntabilitas, dan partisipasi masyarakat) dalam pengelolaan lingkungan.

Kriteria penilaian PROPER terdiri dari dua jenis kategori, yaitu kriteria untuk menilai kepatuhan dan kriteria untuk penilaian melebihi ketentuan yang telah ditetapkan dalam peraturan (*beyond compliance*). Kriteria kepatuhan yang termasuk dalam penilaian ketaatan meliputi persyaratan dokumen mengenai pengendalian pencemaran air, pengendalian pencemaran udara, manajemen limbah bahan berbahaya dan beracun (B3), pengendalian pencemaran air laut, serta potensi kerusakan lahan. Sementara itu, kriteria untuk penilaian yang melebihi ketentuan dalam peraturan mencakup:

1. Penerapan sistem manajemen lingkungan.
2. Upaya efisiensi energi mencakup empat area yaitu peningkatan efisiensi energi dari proses produksi dan fasilitas pendukung, penggantian mesin atau

proses dengan pilihan yang lebih ramah lingkungan, serta efisiensi dalam gedung dan sistem transportasi.

3. Upaya mengurangi emisi, baik yang berupa emisi polutan kriteria maupun emisi dari gas rumah kaca serta bahan yang merusak lapisan ozon.
4. Pelaksanaan pengurangan (*reduce*), penggunaan ulang (*reuse*), dan daur ulang (*recycle*) limbah berbahaya.
5. Pelaksanaan pengurangan, penggunaan ulang, dan daur ulang limbah padat non berbahaya dengan kriteria yang sama seperti 3R untuk limbah berbahaya.
6. Penghematan air dan pengurangan beban pencemaran dari limbah cair.
7. Perlindungan terhadap keanekaragaman hayati.
8. Program pemberdayaan masyarakat.

PROPER dikembangkan dengan beberapa prinsip dasar, yang mencakup bahwa peserta PROPER bersifat selektif, yaitu ditujukan kepada industri yang memiliki dampak signifikan terhadap lingkungan dan peduli dengan citra atau reputasi mereka. PROPER memanfaatkan masyarakat serta pasar untuk memberikan tekanan pada industri agar meningkatkan kinerja dalam pengelolaan lingkungan. Masyarakat dan pasar diberdayakan melalui penyebaran informasi yang dapat dipercaya, sehingga dapat tercipta citra atau reputasi yang baik. Kinerja perusahaan disampaikan dengan menggunakan sistem warna untuk mempermudah pemahaman masyarakat terhadap informasi tersebut. Peringkat kinerja usaha dan/atau kegiatan yang diberikan mencakup:

1. Emas adalah untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan dalam proses produksi atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.
2. Hijau adalah untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (*beyond compliance*) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumber daya secara efisien dan melakukan upaya tanggung jawab sosial dengan baik.
3. Biru adalah untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.
4. Merah adalah upaya pengelolaan lingkungan yang dilakukan belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.
5. Hitam adalah untuk usaha dan/atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran atau kerusakan lingkungan serta pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Berikut adalah indikator peringkat kinerja yang digunakan dalam menilai kinerja lingkungan perusahaan menurut Kementerian Lingkungan Hidup:

Tabel 2. 3

Indikator Peringkat Emas

Aspek	Indikator Penilaian
Pencemaran Air	1. Mempunyai program kerja konservasi penggunaan air. 2. Melakukan audit penggunaan air secara berkala. 3. Mempunyai neraca penggunaan air untuk seluruh air yang digunakan. 4. Melakukan upaya <i>recycle</i> minimal 30% dari total air limbah yang dihasilkan berdasarkan baseline data.
Pencemaran Udara / Energi	1. Mempunyai program konservasi energi dan pengurangan emisi udara. 2. Melakukan audit penggunaan energi dan pengendalian emisi udara. 3. Mempunyai neraca penggunaan energi. 4. Melakukan kegiatan pengurangan kebocoran emisi minimal 20% dari baseline data. 5. Melakukan kegiatan pengurangan BPO (Bahan Perusak Ozon). 6. Melakukan kegiatan pengurangan GRK sebesar 5% dari baseline data. 7. Melakukan efisiensi energi minimal 5% dari baseline data.
Limbah B3	1. Mempunyai program 3R (<i>Reuse, Recycle, Recover</i>) untuk pengelolaan limbah B3. 2. Melakukan upaya 3R minimal 30% dari total limbah yang berpotensi untuk dilakukan 3R selama periode penilaian berdasarkan baseline data. 3. Mempunyai program 3R kegiatan pengolahan limbah non. 4. Melakukan upaya 3R minimal 30% dari total limbah padat non B3 yang

Aspek	Indikator Penilaian
	berpotensi untuk dilakukan 3R berdasarkan baseline data.
Limbah Padat Non-B3	1. Mempunyai program 3R kegiatan pengolahan limbah non-B3. 2. Melakukan upaya minimal 30% dari total limbah padat non-B3 yang berpotensi untuk dilakukan 3R berdasarkan baseline data.
Sistem Manajemen Lingkungan	1. Melakukan audit lingkungan secara keseluruhan berkala. 2. Memperoleh sertifikasi sistem manajemen lingkungan (SML) dari lembaga akreditasi lebih dari satu kali. 3. Telah mendapatkan peringkat PROPER Hijau selama dua kali berturut-turut.
<i>Community Development</i>	1. Melakukan upaya pemberdayaan masyarakat sehingga dapat mandiri, seperti adanya usaha mandiri masyarakat. 2. Mendapatkan penghargaan.

Sumber: Kementerian Lingkungan Hidup

Tabel 2. 4
Indikator Peringkat Hijau

Aspek	Indikator Penilaian
Pencemaran Air	1. Melakukan audit penggunaan air. 2. Mempunyai neraca penggunaan air untuk seluruh air yang digunakan. 3. Melakukan upaya 3R untuk air limbah minimal 20% dari total air limbah yang dihasilkan berdasarkan baseline data. 4. Melakukan upaya efisiensi penggunaan air.

Pencemaran Udara / Energi	1. Mempunyai program konservasi energi dan penggunaan energi serta penggunaan emisi udara. 2. Melakukan audit penggunaan energi dan pengendalian emisi udara. 3. Mempunyai neraca penggunaan energi. 4. Melakukan kegiatan pengurangan emisi kebocoran minimal 2% dari baseline data. 5. Melakukan kegiatan pengurangan penggunaan BPO (Bahan Perusak Ozon). 6. Melakukan kegiatan pengurangan GRK sebesar minimal 2%.
Limbah B3	1. Melakukan upaya 3R minimal 20% dari total limbah B3 yang dihasilkan oleh perusahaan dan berpotensi untuk dilakukan 3R selama periode penilaian.
Limbah Padat Non-B3	1. Melakukan upaya 3R total minimal 20% dari total limbah non-B3 yang berpotensi untuk dilakukan 3R.
Sistem Manajemen Lingkungan	1. Melakukan audit lingkungan secara keseluruhan. 2. Memiliki sertifikasi sistem manajemen lingkungan (SML) oleh lembaga akreditasi atau lembaga lainnya.
Community Development	1. Memberikan bantuan ataupun sumbangan rutin untuk pelaksanaan kegiatan sosial kepada masyarakat di sekitar lokasi. 2. Tidak memiliki permasalahan sosial dengan masyarakat sekitar.

Sumber: Kementerian Lingkungan Hidup

Tabel 2. 5**Indikator Peringkat Biru**

Aspek	Indikator Ketaatan
AMDAL	1. Melaksanakan dan melaporkan pelaksanaan RKL/RPL atau UKL/UPL sesuai dengan ketentuan dan persyaratan AMDAL.
Air	1. Menyampaikan 100% data pemantauan BMAL (Baku Mutu Air Limbah). 2. Menyampaikan 100% data pemantauan yang dipersyaratkan. 3. Memenuhi seluruh ketentuan teknis lainnya yang dipersyaratkan
Udara	1. Bagi sumber emisi ≤ 5 cerobong, semua cerobong harus dilakukan pemantauan. 2. Bagi sumber emisi > 5 cerobong, pemantauan minimal 80% dari total cerobong. 3. Bagi yang memiliki baku mutu emisi spesifik semua parameter dipantau sedangkan yang tidak memiliki baku mutu emisi spesifik dipilih 3 parameter yang dominan 4. Menyampaikan 100% data pemantauan yang dipersyaratkan. 5. 100% data pemantauan memenuhi BMEU yang dipersyaratkan 6. Memenuhi seluruh ketentuan teknis lainnya yang dipersyaratkan.
Limbah B3	1. Memenuhi $\geq 90\%$ ketentuan pengelolaan limbah B3 yang wajib dilakukan sesuai izin yang dimiliki oleh perusahaan. 2. Kinerja Pengelolaan Limbah B3 (PLB3) $\geq$ total limbah B3 yang tercatat dalam neraca limbah.

Aspek	Indikator Ketaatan
	3. Telah menyelesaikan upaya <i>clean-up open dumping</i> atau <i>open burning</i> dan atau upaya lanjut yang telah disetujui oleh KLH. 4. Melakukan upaya 3R.

Sumber: Kementerian Lingkungan Hidup

Tabel 2. 6

Indikator Peringkat Merah

Aspek	Indikator Ketidaktaatan
AMDAL	1. Melaksanakan < 50% kegiatan pengelolaan lingkungan sesuai dengan ketentuan dan persyaratan dalam AMDAL
Air	1. Kurang dari 50% data pemantauan memenuhi BMAL yang dipersyaratkan. 2. Menyampaikan kurang dari 50% data pemantauan yang dipersyaratkan. 3. Memenuhi kurang dari 50% ketentuan teknis lainnya yang dipersyaratkan.
Udara	1. Pemantauan dilakukan kurang dari 3 cerobong 2. Bagi sumber emisi yang berjumlah lebih dari 5 cerobong dilakukan pemantauan kurang dari 30% jumlah total cerobong 3. Memantau 50% parameter dari baku mutu emisi spesifik dipantau < 2 parameter dominan. 4. Menyampaikan < 50% data pemantauan yang dipersyaratkan. 5. < 50% data pemantauan memenuhi BMEU yang dipersyaratkan 6. Memenuhi < 50% ketentuan teknis lainnya yang dipersyaratkan

Aspek	Indikator Ketidaktaatan
Limbah B3	1. Memenuhi < 40% ketentuan pengelolaan limbah B3 yang wajib dilakukan sesuai izin yang dimiliki oleh perusahaan. 2. Kinerja PLB3 < 40% dari total limbah yang dihasilkan yang tercatat dalam neraca LB3 3. Sudah menghentikan <i>open dumping</i> dan <i>open burning</i>. 4. Tidak memiliki izin pengelolaan limbah B3 atau menyerahkan limbah B3 ke pihak ketiga yang tidak memiliki izin. 5. Telah melakukan usaha pengelolaan limbah B3 ke pihak ketiga yang tidak memiliki izin.

Sumber: Kementerian Lingkungan Hidup

Tabel 2. 7

Indikator Peringkat Hitam

Aspek	Indikator Pelanggaran Berat
AMDAL	1. Tidak memiliki AMDAL yang telah disetujui oleh komisi AMDAL.
Air	1. Air limbah yang dibuang ke lingkungan lebih besar dari 500% BMAL dari 80% data yang wajib disampaikan sesuai dengan persyaratan. 2. Tidak melakukan pemantauan air limbah sama sekali. 3. Melakukan <i>by pass</i> untuk pemantauan limbah dengan sengaja. 4. Melakukan <i>by pass</i> lebih dari satu kali.
Udara	1. Tidak melakukan pemantauan emisi cerobong sama sekali. 2. 50% data pemantauan yang wajib disampaikan melebihi 500% BMEU.

Aspek	Indikator Pelanggaran Berat
	Melakukan kegiatan <i>open dumping</i> atau <i>open burning</i> limbah B3 secara sengaja langsung ke lingkungan dan tidak melakukan upaya sama sekali
Limbah B3	1. Melakukan kegiatan <i>open dumping</i> atau <i>open burning</i> limbah B3 secara sengaja langsung ke lingkungan dan tidak melakukan upaya sama sekali

Sumber: Kementerian Lingkungan Hidup

2.1.6 Green Accounting

2.1.6.1 Pengertian Green Accounting

Menurut IAI *Green accounting* atau akuntansi lingkungan dapat didefinisikan bahwa:

“*Green accounting* atau akuntansi lingkungan adalah konsep akuntansi yang memasukkan dampak lingkungan ke dalam pengukuran keuangan perusahaan. Konsep ini bertujuan untuk mengintegrasikan tanggung jawab lingkungan dalam pengelolaan perusahaan, sehingga menghasilkan laporan yang tidak hanya mencerminkan kondisi keuangan, tetapi juga dampak perusahaan terhadap lingkungan. *Green accounting* mencakup pengukuran dan pelaporan biaya lingkungan, seperti penggunaan sumber daya alam, pengelolaan limbah, dan pengurangan emisi karbon.

Menurut Burritt et al., (dalam Choiriah et al., 2025) menjelaskan akuntansi lingkungan (*green accounting*) sebagai berikut:

“Akuntansi lingkungan, atau *green accounting*, mencakup serangkaian proses identifikasi, pengukuran, pencatatan, serta pengungkapan informasi biaya dan manfaat lingkungan yang berkaitan dengan aktivitas ekonomi suatu entitas. Ruang lingkupnya tidak hanya terbatas pada pelaporan finansial atas pengeluaran yang bersifat ekologis, tetapi juga meliputi evaluasi dampak lingkungan dari operasi bisnis, analisis efisiensi sumber daya, serta perhitungan nilai eksternalitas negatif seperti emisi karbon dan limbah industri.”

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

“Ada beberapa keuntungan yang dibawa oleh akuntansi lingkungan ke dalam bisnis; terutama, biaya lengkap, termasuk perbaikan lingkungan dan konsekuensi lingkungan jangka panjang dan eksternalitas dapat diukur dan ditangani. Akuntansi lingkungan merupakan salah satu alat untuk membantu perusahaan memahami kemungkinan kewajiban lingkungan yang akan timbul di masa yang akan datang. Ada banyak perusahaan yang terlibat dalam penyumbang bahan kimia dan limbah pencemar seperti menjadi hitam, dan menyebabkan penangkalan dan kerus. Pelaporan negatif ini dapat merusak perusahaan karena citra perusahaan semakin buruk. Selain itu, kurangnya kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dapat menyebabkan timbulnya kewajiban lingkungan di kemudian hari.”

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

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

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *green accounting* (akuntansi lingkungan) adalah suatu konsep dan proses akuntansi yang mengintegrasikan aspek lingkungan ke dalam sistem akuntansi perusahaan melalui kegiatan pengakuan, pengukuran, pencatatan, pelaporan, dan pengungkapan biaya serta dampak lingkungan yang timbul dari aktivitas operasional perusahaan. Akuntansi lingkungan bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengungkapkan biaya serta manfaat yang timbul akibat aktivitas perusahaan terhadap lingkungan, seperti biaya pengelolaan limbah, biaya reklamasi lahan, biaya pengendalian pencemaran, dan biaya pemulihan lingkungan.

2.1.6.2 Tujuan *Green Accounting*

Menurut Ikhsan (Sudarmanto et al., 2025) tujuan dari akuntansi hijau adalah untuk meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan lingkungan dengan menganalisis

aktivitas lingkungan dari perspektif biaya (*environmental costs*) dan dampak ekonomi (*economic benefit*). Berbagai perusahaan memanfaatkan akuntansi hijau untuk memberikan evaluasi kuantitatif mengenai biaya dan efek dari upaya perlindungan lingkungan (*environmental protection*). Beberapa sasaran penerapan akuntansi hijau antara lain adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan tanggung jawab entitas dan memperkuat keterbukaan berkaitan dengan masalah lingkungan.
2. Membantu entitas dalam merancang strategi yang sesuai untuk mengatasi isu lingkungan yang berkaitan dengan interaksi mereka dengan komunitas, serta dengan kelompok aktivis atau organisasi yang peduli terhadap masalah lingkungan.
3. Membangun citra positif bagi entitas, sehingga mereka lebih mudah mendapatkan dana dari individu atau kelompok, sesuai dengan meningkatnya tuntutan etis dari para investor.
4. Mendorong konsumen untuk memilih produk yang ramah lingkungan, memberikan keunggulan kompetitif dalam pemasaran dibandingkan dengan entitas yang tidak melakukan pengungkapan terkait lingkungan.
5. Menunjukkan kesungguhan entitas terhadap upaya konservasi lingkungan.
6. Menghindari timbulnya pandangan negatif dari publik, mengingat perusahaan yang beroperasi di sektor yang berpotensi merusak lingkungan sering kali mendapatkan tekanan dari masyarakat.

2.1.6.3 Prinsip *Green Accounting*

Menurut Yunita et al., (2024) dalam bukunya menjelaskan bahwa *Green Accounting* (Akuntansi Hijau) berlandaskan pada tujuan yang berfokus pada pemeliharaan kebersihan serta menggabungkan faktor lingkungan dalam proses pengambilan keputusan ekonomi, sehingga perusahaan secara tidak langsung akan dengan sukarela mengikuti peraturan pemerintah dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Dalam konsep akuntansi hijau terdapat sejumlah prinsip fundamental yang menjadi pedoman dalam penerapan sistem akuntansi hijau, antara lain sebagai berikut:

1. Prinsip kelestarian atau sustainabilitas (*Sustainability Principle*)

Sistem Akuntansi yang mengidentifikasi dan menilai nilai, mencatat, merangkum, serta melaporkan data yang berkaitan dengan objek, dampak, peristiwa, dan hal yang menyangkut transaksi finansial, sosial, dan lingkungan. Penerapan yang dilakukan secara terstruktur dan menyeluruh dalam laporan akuntansi dapat memperkuat keberlanjutan pertumbuhan keuntungan korporasi, kesejahteraan sosial, serta pelestarian lingkungan. Dengan demikian, diharapkan dapat mengimplementasikan Akuntansi Hijau atau Laporan Akuntansi Hijau yang terintegrasi, relevan, dan dapat dipercaya saat membuat keputusan mengenai risiko dan prospek berkelanjutan bisnis.

2. Prinsip pengakuan aset (*Asset Recognition*)

Penggunaan sumber daya ekonomi perusahaan untuk menerapkan praktik bisnis hijau dan korporasi hijau, dengan melaksanakan tanggung jawab

sosial perusahaan (CSR) yang bersifat sukarela serta tanggung jawab sosial dan lingkungan dari perusahaan (TJSLP) yang bersifat wajib dapat diakui sebagai investasi (aset) apabila pengorbanan tersebut dinilai mampu memberikan keuntungan ekonomi (manfaat nyata) dan non-ekonomi (manfaat tidak nyata) yang cukup jelas di waktu sekarang maupun mendatang. Namun, jika tidak memenuhi syarat, pengorbanan harus dicatat sebagai beban periodik dalam laporan laba-rugi.

3. Prinsip pengakuan kewajiban (*Liability Recognition*)

Sebuah pengakuan kewajiban atau liabilitas sosial (liabilitas sosial) harus segera dicatat apabila entitas korporasi diwajibkan oleh pemerintah atau pihak lain untuk menanggung kerugian serta mengimbangi biaya kerusakan lingkungan dan kerugian sosial akibat operasional korporasi. Perusahaan bertanggung jawab untuk menangani pencemaran dan polusi, memulihkan kerusakan lingkungan, serta berkontribusi dalam melindungi lingkungan dan membantu pemerintah meningkatkan kualitas hidup serta kesejahteraan ekonomi sosial sekitar. Melalui program CSR, perusahaan dapat dikenali sebagai liabilitas lingkungan dan sosial.

4. Prinsip pencocokan (*Matching Principle*)

Dalam penilaian nilai biaya-manfaat dan pencapaian usaha (*measurement principle*) dari tanggung jawab sosial dan lingkungan tidak hanya dilakukan dalam periode akuntansi yang sama, tetapi juga pada periode akuntansi yang berbeda jika pengorbanan tersebut membawa manfaat ekonomi dan non-

ekonomi. Prinsip pengukuran biaya dan pengakuan pendapatan dapat bersandar pada sifat prinsip pengukuran.

5. Prinsip proses akuntansi yang terintegrasi (*Integrated Accounting Process Principle*).

Proses akuntansi yang mencakup pengakuan, penilaian nilai, pencatatan, penggabungan, dan pelaporan informasi akuntansi yang mengombinasikan objek, transaksi, serta peristiwa finansial atau ekonomi, sosial, dan lingkungan secara otomatis terintegrasi dalam pelaporan sehingga pengguna dapat mengakses informasi akuntansi yang lengkap, utuh, relevan, dan dapat diandalkan serta berguna dalam pengambilan keputusan.

6. Prinsip pelaporan dan pengungkapan informasi akuntansi terintegrasi (*Integrated Reporting Principle*).

Dalam laporan dan pengungkapan informasi akuntansi, entitas korporasi wajib melaporkan dan mengungkapkan semua informasi yang berhubungan dengan akuntansi finansial, sosial, dan lingkungan, baik kuantitatif maupun kualitatif secara terpadu yang menyeluruh, relevan, dan akurat mengenai posisi keuangan dan kinerja keuangan. Ada peran dalam menyampaikan informasi akuntansi kualitatif untuk melengkapi dan menjelaskan hal-hal penting yang berkaitan dengan komponen informasi akuntansi sosial dan lingkungan yang bersifat kuantitatif. Pengungkapan lingkungan yang bersifat kualitatif dapat dilakukan melalui media catatan pada laporan akuntansi hijau (prinsip pengungkapan penuh).

2.1.6.4 Peraturan Terkait *Green Accounting*

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

1. “Undang-Undang No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. UU ini mengatur tentang kewajiban setiap orang yang berusaha atau berkegiatan untuk menjaga, mengelola, dan memberikan informasi yang benar dan akurat mengenai lingkungan hidup. Akibat hukum juga telah ditentukan bagi pelanggaran yang menyebabkan pencemaran dan perusakan lingkungan hidup.
2. Undang-Undang No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Dalam UU ini diatur kewajiban bagi setiap penanam modal berbentuk badan usaha atau perorangan untuk melaksanakan tanggungjawab sosial perusahaan, menjaga kelestarian lingkungan hidup dan menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar. Pelanggaran terhadap kewajiban tersebut dapat dikenai sanksi berupa peringatan tertulis, pembatasan, pembekuan, dan pencabutan kegiatan dan/atau fasilitas penanaman modal.
3. Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. UU ini mewajibkan bagi perseroan yang terkait dengan sumber daya alam untuk memasukkan perhitungan tanggungjawab sosial dan lingkungan sebagai biaya yang dianggarkan secara patut dan wajar. Pelanggaran terhadap hal tersebut akan dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
4. Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan No: KEP134/BL/2006 tentang Kewajiban Penyampaian Laporan Tahunan bagi Emiten atau Perusahaan Publik. UU ini mengatur mengenai kewajiban laporan tahunan yang memuat Tata Kelola Perusahaan (Corporate Governance) harus menguraikan aktivitas dan biaya yang dikeluarkan berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan.
5. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 32 (Akuntansi Kehutanan) dan No. 33 (Akuntansi Pertambangan Umum). Keduanya PSAK ini mengatur kewajiban perusahaan dari sektor pertambangan dan pemilik Hak Pengusaha Hutan (HPH) untuk melaporkan item-item lingkungannya dalam laporan keuangan.
6. Peraturan Bank Indonesia No. 7/2/PBI/2005 tentang Penetapan Peringkat Kualitas Aktivitas Bank Umum. Dalam aturan ini aspek lingkungan menjadi salah satu syarat dalam pemberian kredit. Setiap perusahaan yang ingin mendapatkan kredit perbankan, harus mampu memperlihatkan kepeduliannya terhadap pengelolaan lingkungan. Standar pengukur kualitas perusahaan yang dipakai adalah PROPER. Dengan menggunakan lima peringkat (hitam, merah, biru, hijau, dan emas) perusahaan akan diperingkat berdasarkan keberhasilan dalam pengelolaan limbahnya”.

2.1.6.5 Penerapan *Green Accounting*

Penerapan akuntansi hijau sangat krusial dalam mendukung keberlangsungan bisnis. Mengimplementasikan metode akuntansi hijau dapat memperbaiki citra perusahaan di mata pelanggan, yang semakin memperhatikan dampak lingkungan dari barang dan layanan yang mereka beli. Ini juga berpotensi meningkatkan kesetiaan merek dan mempertahankan pelanggan, serta menarik konsumen baru yang memang mencari strategi bisnis yang peduli lingkungan.

Akuntansi hijau memungkinkan perusahaan untuk tidak hanya mematuhi peraturan lingkungan tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional dengan mengurangi pemborosan sumber daya dan biaya lingkungan yang tidak perlu. Dalam jangka panjang, penerapan akuntansi hijau dapat membantu perusahaan dalam menciptakan nilai tambah dengan meningkatkan reputasi dan kepercayaan dari para pemangku kepentingan.

Akuntansi hijau telah memperoleh perhatian yang besar dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan meningkatnya kesadaran dunia mengenai masalah perubahan iklim, penurunan kualitas lingkungan, serta tuntutan transparansi dari berbagai pihak yang berkepentingan. Perusahaan kini tidak hanya diharuskan untuk menyajikan laporan keuangan yang menggambarkan kinerja ekonomi, tetapi juga diharapkan untuk menunjukkan tanggung jawab terhadap dampak lingkungan yang ditimbulkan dari aktivitas bisnis mereka. Oleh karena itu, akuntansi hijau muncul sebagai metode akuntansi yang menggabungkan faktor lingkungan ke dalam sistem pencatatan, pengukuran, dan penyajian laporan keuangan perusahaan.

Dengan menerapkan akuntansi hijau, perusahaan bisa mengidentifikasi dan mengevaluasi biaya terkait lingkungan seperti pengelolaan limbah, pengendalian pencemaran, efisiensi penggunaan energi, dan investasi dalam teknologi yang ramah lingkungan. Informasi tersebut kemudian dapat disajikan dengan lebih transparan dalam laporan perusahaan, sehingga bisa menjadi dasar untuk keputusan yang lebih berorientasi pada keberlanjutan. Dengan demikian, akuntansi hijau tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk laporan, tetapi juga sebagai sarana strategis dalam mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan serta meningkatkan reputasi dan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.

Menurut Sudarmanto et al., (2025) implementasi *green accounting* dalam sektor swasta melibatkan berbagai langkah dan strategi untuk mengintegrasikan aspek lingkungan ke dalam praktik akuntansi dan pengambilan keputusan bisnis. Terdapat beberapa langkah penting dalam implementasi *green accounting* yaitu :

1. “Analisis Biaya dan Manfaat Lingkungan
Perusahaan perlu menganalisis serta mengukur pengeluaran yang berhubungan dengan dampak lingkungan dari kegiatan operasional mereka, seperti pemakaian energi, pengelolaan limbah, dan emisi karbon. Selain itu, perusahaan harus mempertimbangkan keuntungan lingkungan dari program-program ramah lingkungan, seperti penghematan biaya, peningkatan efektivitas, dan citra positif.
2. Pengembangan Sistem Pelaporan
Mendalami pembuatan sistem pelaporan yang menggabungkan data lingkungan dengan laporan keuangan. Ini termasuk informasi mengenai penggunaan sumber daya, emisi, dan dampak lingkungan dari produk serta layanan. Perusahaan dapat mengimplementasikan indikator kinerja lingkungan (KPI) untuk mengawasi dan melaporkan kemajuan dalam pengelolaan lingkungan.
3. Penerapan Standar Akuntansi Lingkungan
Mengadopsi standar dan pedoman yang diakui terkait akuntansi lingkungan, seperti ISO 14001 (sistem manajemen lingkungan) atau GRI (Inisiatif Pelaporan Global), untuk membantu perusahaan dalam menyusun laporan keberlanjutan. Juga memastikan bahwa laporan yang

dihasilkan memenuhi kebutuhan para pemangku kepentingan, termasuk investor, pelanggan, dan masyarakat.

4. **Pelatihan dan Kesadaran Karyawan**
Memberikan pelatihan kepada karyawan mengenai pentingnya akuntansi hijau serta bagaimana mereka dapat berpartisipasi dalam pengelolaan lingkungan di perusahaan. Selain itu, membangun budaya organisasi yang mendukung praktik-praktik ramah lingkungan dan mendorong karyawan untuk terlibat dalam inisiatif keberlanjutan.
5. **Investasi dalam Teknologi Ramah Lingkungan**
Menginvestasikan di teknologi dan proses yang lebih efisien dan ramah lingkungan, seperti pemanfaatan energi terbarukan, sistem pengelolaan limbah yang efisien, dan teknologi hemat energi. Serta mengintegrasikan teknologi informasi untuk memantau dan menganalisis data lingkungan dengan lebih efisien.
6. **Keterlibatan Pemangku Kepentingan**
Melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk masyarakat setempat, pelanggan, dan investor, dalam proses pengambilan keputusan mengenai inisiatif keberlanjutan. Dan juga menerima saran serta umpan balik dari para pemangku kepentingan untuk memperbaiki praktik akuntansi hijau.
7. **Evaluasi dan Perbaikan Berkelanjutan**
Melakukan penilaian secara teratur terhadap praktik akuntansi hijau yang diterapkan serta mengidentifikasi bidang yang memerlukan perbaikan. Juga menerapkan prinsip-prinsip perbaikan berkelanjutan untuk terus meningkatkan kinerja lingkungan perusahaan.
8. **Pelaporan Keberlanjutan**
Membuat laporan keberlanjutan yang jelas dan akurat untuk memberi informasi kepada pemangku kepentingan mengenai dampak lingkungan dan kinerja keberlanjutan perusahaan. Dan menggunakan laporan tersebut untuk menunjukkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan menarik perhatian konsumen serta investor.
9. **Penerapan Kebijakan dan Strategi Lingkungan**
Mengembangkan kebijakan dan strategi lingkungan yang tegas untuk mengarahkan praktik bisnis yang lebih berkelanjutan. Dan mengintegrasikan kebijakan-kebijakan ini ke dalam rencana bisnis serta operasi sehari-hari perusahaan”.

2.1.6.6 Pengukuran *Green Accounting*

Pengukuran *green accounting* dapat dilihat dari pengeluaran terkait lingkungan yang dikeluarkan oleh perusahaan. Biaya lingkungan mencakup biaya untuk melakukan tindakan pencegahan dan biaya untuk memperbaiki kerusakan yang disebabkan oleh aktivitas perusahaan. Biaya lingkungan dapat dihitung dengan cara

membandingkan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk aktivitas tanggung jawab sosial dengan laba bersihnya. Rasio ini dapat menganalisis seberapa besar perusahaan mengalokasikan keuntungannya untuk kepedulian terhadap lingkungan (Lusiana & Mujiyati, 2025). Biaya lingkungan meliputi biaya yang terkait dengan pengurangan dampak proses produksi terhadap lingkungan (internal) serta biaya yang berkaitan dengan perbaikan kerusakan yang disebabkan oleh limbah yang dihasilkan (eksternal). Biaya lingkungan dapat dimanfaatkan dalam proses pengambilan keputusan untuk pengelolaan lingkungan.

Menurut (Mowen et al., 2017) menyatakan bahwa terdapat beberapa biaya yang menjadi indikator dalam penerapan *green accounting*, diantaranya yaitu:

1. Biaya pencegahan (*prevention cost*)

Biaya pencegahan adalah biaya-biaya untuk aktivitas yang dilakukan untuk mencegah diproduksinya limbah dan/atau sampah yang dapat menyebabkan kerusakan lingkungan.

2. Biaya deteksi (*detection cost*)

Biaya deteksi adalah biaya-biaya untuk aktivitas yang dilakukan untuk menentukan bahwa produk, proses, dan aktivitas lainnya di perusahaan telah memenuhi standar lingkungan yang berlaku atau tidak. Mengaudit aktivitas lingkungan, memeriksa barang dan prosedur (dalam hal kepatuhan lingkungan), membuat metrik kinerja lingkungan, menguji kontaminasi, memastikan kinerja lingkungan pemasok, dan menghitung tingkat kontaminasi semuanya dapat digunakan untuk menemukan hal ini.

3. Biaya kegagalan internal (*Internal Failure Cost*)

Biaya kegagalan internal adalah biaya-biaya untuk aktivitas yang dilakukan karena diproduksinya limbah dan sampah, tetapi tidak dibuang ke lingkungan luar. Jadi biaya kegagalan internal terjadi untuk menghilangkan dan mengolah limbah dan sampah ketika diproduksi. Tujuan kegiatan ini adalah untuk memastikan bahwa limbah yang dihasilkan tidak dilepaskan ke lingkungan atau untuk mengurangi tingkat pencemaran limbah yang dilepaskan ke jumlah yang sesuai dengan standar lingkungan.

4. Biaya kegagalan eksternal (*External Failure Cost*)

Biaya kegagalan eksternal adalah biaya tindakan yang terjadi setelah limbah atau sampah dilepaskan ke lingkungan. Biaya kegagalan eksternal selanjutnya diklasifikasikan ke dalam jenis yang terealisasi dan yang belum terealisasi. Biaya kegagalan eksternal yang telah direalisasikan adalah biaya yang dikeluarkan dan dibayar oleh perusahaan. Biaya kegagalan yang tidak dapat direalisasikan (biaya kegagalan eksternal yang belum direalisasi) atau biaya sosial (*social cost*), yang disebabkan oleh perusahaan tetapi dialami dan ditanggung oleh pihak luar perusahaan.

Penerapan akuntansi hijau memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kejelasan dalam menguraikan biaya serta manfaat yang berhubungan dengan lingkungan. Inti dari sistem akuntansi hijau adalah memperkuat hubungan antara kinerja finansial dan lingkungan, termasuk keselarasan dalam aspek lingkungan, serta konteks budaya dan hasil dari entitas. Dalam penelitian ini penerapan *green accounting* yang digunakan adalah akuntansi biaya lingkungan karena berkaitan

dengan pelaporan keuangan perusahaan. Biaya lingkungan merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan terkait dengan aktifitas lingkungan, seperti biaya pengolahan limbah, biaya restorasi lingkungan perusahaan dan biaya emisi karbon.

Hal ini menyediakan informasi penting bagi para pengambil keputusan untuk mengurangi biaya dan risiko bisnis, yang pada gilirannya menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. *Green Accounting* menjadi salah satu peran dalam akuntansi yang digunakan untuk melihat hubungan dari sisi anggaran lingkungan perusahaan dengan dana yang terealisasi untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan (Lestari & Khomsiyah, 2023). Rumus yang digunakan dalam mengukur biaya lingkungan yaitu sebagai berikut (D. R. Pratama et al., 2025)

$$Green\ Accounting = \frac{Biaya\ Lingkungan}{Laba\ bersih}$$

2.1.7 *Sustainability Report*

2.1.7.1 Pengertian Sustainability Report

Menurut POJK 51/2017, laporan keberlanjutan adalah laporan yang diumumkan kepada masyarakat dan memuat kinerja ekonomi, keuangan, sosial, serta lingkungan hidup suatu LJK, emiten, dan perusahaan publik dalam menjalankan bisnis berkelanjutan. *Sustainability Report* adalah teknik yang memungkinkan perusahaan untuk mencatat, menganalisis, dan menyampaikan informasi yang relevan dengan pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Laporan keberlanjutan mencakup metrik Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola (ESG) (Hasan, 2025).

Menurut Lako (2018), *Sustainability Reporting* (SR) adalah suatu model pelaporan informasi perusahaan kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang mengintegrasikan pelaporan keuangan (*financial reporting*) dengan pelaporan sosial (*social reporting*), pelaporan lingkungan (*environment reporting*) dan pelaporan tata kelola korporasi (*corporate governance reporting*) secara terpadu dalam satu paket pelaporan.

Sustainability report adalah laporan mengenai dampak ekonomi, lingkungan dan sosial yang disebabkan oleh aktivitas sehari-hari yang diterbitkan oleh perusahaan. *Sustainability report* merupakan sebuah laporan yang tidak hanya berisi tentang informasi kinerja keuangan tetapi juga informasi non keuangan yang terdiri dari informasi aktivitas sosial dan lingkungan perusahaan yang memungkinkan perusahaan tersebut dapat bertumbuh secara berkesinambungan (Elkington, 1997). *Sustainability report* merupakan istilah umum yang dianggap sinonim dengan istilah lainnya seperti *triple bottom line report*. Istilah tersebut dipopulerkan pertama kali oleh John Elkington (1997) di dalam bukunya "*Cannibals With forks, The Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*". Di dalam buku ini, Elkington menjelaskan pandangan perusahaan yang ingin berkelanjutan haruslah memperhatikan "3P". Selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan harus terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*), dan turut berkontribusi dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Laporan keberlanjutan telah menjadi sarana yang umum diterapkan oleh perusahaan untuk menunjukkan partisipasi dan hasil keberlanjutan mereka. Selama 14 tahun terakhir, jumlah organisasi yang menerbitkan laporan ini telah mengalami

pertumbuhan yang signifikan, mencakup perusahaan-perusahaan besar dan menengah. Laporan-laporan ini semakin diakui sebagai instrumen yang berguna dalam mencapai tujuan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.1.7.2 Tujuan Pembuatan Sustainability Report

Tujuan dari penyampaian laporan keberlanjutan berdasarkan Standar GRI adalah untuk menjamin kejelasan mengenai bagaimana sebuah organisasi memberikan kontribusi atau berusaha memberikan kontribusi pada pembangunan yang berkelanjutan (*Global Reporting Initiative*, 2021). Menurut Veronica (2022), pembuatan dan penyebaran *Sustainability Report* (Laporan Keberlanjutan) memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Meningkatkan reputasi terkait dengan transparansi dan akurasi.
2. Menjangkau berbagai pemangku kepentingan, agar mendapatkan informasi yang benar, sehingga perlu disebarluaskan melalui berbagai cara (internet, media cetak, stakeholder conference, dan sebagainya).
3. Membantu perusahaan untuk mengambil keputusan manajemen yang tepat dan memperbaiki kinerja pada indikator yang masih lemah.
4. Membantu investor untuk mengetahui kinerja perusahaan secara menyeluruh.

Laporan keberlanjutan tidak hanya sekadar mencerminkan kinerja suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu, melainkan juga mencakup rencana, kebijakan, serta tindakan yang diambil untuk mengelola pengaruh dari aktivitas bisnisnya. Oleh sebab itu, laporan ini sering dianggap sebagai sarana komunikasi

timbang balik antara perusahaan dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti investor, pelanggan, pemerintah, masyarakat, dan kalangan akademis.

Menurut Ompusunggu et al., (2025) Sangat penting untuk membedakan laporan keberlanjutan dari jenis pelaporan lainnya, seperti *Corporate Social Responsibility* (CSR). Laporan tahunan biasanya lebih menekankan pada sisi keuangan dan operasional, sedangkan laporan CSR hanya berfokus pada aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Di sisi lain, laporan keberlanjutan menawarkan cakupan yang lebih komprehensif, mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, serta lingkungan, sehingga mampu memberikan wawasan yang lebih menyeluruh tentang tanggung jawab dan kontribusi perusahaan terhadap pembangunan yang berkelanjutan.

2.1.7.3 Prinsip-Prinsip Sustainability Report

Prinsip-prinsip pelaporan memiliki peranan yang krusial dalam mencapai keterbukaan, sehingga harus diterapkan oleh semua organisasi saat menyusun laporan mengenai keberlanjutan. Prinsip-prinsip tersebut dikelompokkan menjadi dua kategori, yaitu prinsip-prinsip yang berfokus pada penentuan isi laporan dan prinsip-prinsip yang berfokus pada penentuan mutu laporan. Prinsip-prinsip untuk menentukan isi laporan menguraikan prosedur yang perlu diterapkan untuk mengidentifikasi elemen-elemen laporan yang perlu dibahas, dengan mempertimbangkan aktivitas, dampak, serta harapan dan kepentingan yang signifikan dari para pemangku kepentingan (GRI, 2016).

Prinsip-prinsip penentuan isi laporan menurut pedoman GRI-Standards 2016 yang diterbitkan oleh *Global Reporting Initiative Standards* (GRI 101:8-12) meliputi:

1. Pelibatan Pemangku Kepentingan (*Stakeholders Inclusiveness*)

Berdasarkan GRI, laporan suatu organisasi hendaknya mengenali para pemangku kepentingan dan menjelaskan cara perusahaan merespon harapan serta kepentingan mereka. Para pemangku kepentingan adalah individu atau entitas yang sangat terpengaruh oleh aktivitas perusahaan, dan tindakan mereka bisa berdampak besar pada kemampuan organisasi untuk berhasil menjalankan strategi serta mencapai tujuannya. Ini mencakup mereka yang berada di dalam organisasi seperti karyawan, pemegang saham, dan pemasok, serta mereka yang berada di luar organisasi seperti masyarakat. Harapan serta kepentingan pemangku kepentingan yang wajar merupakan referensi penting dalam penyusunan laporan, termasuk ruang lingkup, batasan, penerapan indikator, dan pendekatan jaminan. Karena tidak semua pemangku kepentingan menggunakan laporan tersebut, maka laporan harus menciptakan keseimbangan antara tuntutan untuk pelaporan dan harapan pertanggungjawaban yang lebih luas dari seluruh pemangku kepentingan. Agar laporan dapat dipercayakan, proses keterlibatan para pemangku kepentingan harus dicatat dengan baik. Pelaporan organisasi perlu mendokumentasikan pendekatannya dalam mendefinisikan pemangku kepentingan yang terlibat, metode dan waktu keterlibatan, serta pengaruh

keterlibatan tersebut terhadap isi laporan serta aktivitas keberlanjutan organisasi.

2. Konteks Keberlanjutan (*Sustainability Context*)

Laporan harus menunjukkan kinerja organisasi dalam kerangka yang lebih luas terkait keberlanjutan dan memiliki hubungan yang jelas dengan strategi perusahaan. Ini berarti bagaimana organisasi berkontribusi pada masa depan dalam hal peningkatan atau penurunan aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial, serta perkembangan dan tren di tingkat lokal, regional, dan global sambil berusaha menyajikan kinerja terkait dengan konsep keberlanjutan. Ini bisa berhubungan dengan peningkatan pendapatan karyawan, pengurangan kemiskinan, pengembangan komunitas, atau faktor berpengaruh global seperti perubahan iklim.

3. Materialitas (*Materiality*)

Informasi yang terdapat dalam laporan harus mencakup isu dan indikator yang menunjukkan dampak signifikan dari ekonomi, lingkungan, dan sosial perusahaan atau yang secara substansial mempengaruhi penilaian dan keputusan para pemangku kepentingan. Sebuah perpaduan dari faktor internal dan eksternal harus digunakan untuk menilai apakah informasi tersebut material, seperti misi organisasi, strategi bersaing, dampak langsung pada pemangku kepentingan, serta harapan sosial yang lebih luas. Selain itu, dampak organisasi terhadap entitas hulu (rantai pasokan) atau hilir (konsumen) juga harus dipertimbangkan.

4. Kelengkapan (*Completeness*)

Ruang lingkup topik yang material, indikator, dan definisi batasan laporan harus cukup untuk mencerminkan dampak yang signifikan dari sisi ekonomi, lingkungan, dan sosial serta memungkinkan pemangku kepentingan untuk mengevaluasi kinerja organisasi dalam periode pelaporan. Kelengkapan ini menghubungkan antara cakupan (jangkauan topik keberlanjutan yang dibahas dalam laporan), batasan (jangkauan pihak-pihak yang mungkin terpengaruh oleh perusahaan), dan waktu (menunjukkan bahwa periode pelaporan adalah saat terjadinya). Untuk memproyeksikan dampak di masa mendatang yang walaupun tidak pasti, harus diungkapkan dasar estimasi yang jelas serta pengakuan akan keterbatasan yang ada.

Prinsip-prinsip dalam penentuan mutu laporan menawarkan panduan berupa pilihan untuk menjamin kualitas informasi dalam laporan berkelanjutan, termasuk penyajian yang akurat. Prinsip-prinsip yang ditetapkan untuk kualitas laporan dalam *GRI Standards Guidelines* 2016 (GRI 101, 2016:13-16) meliputi:

1. Keseimbangan

Laporan harus mencerminkan elemen-elemen positif serta negatif dari kinerja organisasi sehingga memungkinkan evaluasi yang adil terhadap kinerja keseluruhan. Penyajian yang menyeluruh harus tidak bias, menghindari pemilihan informasi, penghilangan data, atau format penyajian yang dapat mempengaruhi keputusan pembaca laporan. Laporan perlu membedakan antara fakta dan interpretasi informasi yang disampaikan oleh organisasi.

2. Komparabilitas

Isu serta informasi perlu dipilih, disusun, dan diumumkan dengan cara yang konsisten menggunakan metode perhitungan data, penyajian laporan, penjelasan mengenai metode dan asumsi. Hal ini memungkinkan para pemangku kepentingan untuk menganalisis perubahan kinerja organisasi dari waktu ke waktu atau dibandingkan dengan organisasi lain. Prinsip ini sangat krusial untuk menilai kinerja.

3. Akurasi

Informasi yang disajikan harus cukup tepat dan mendetail agar pemangku kepentingan dapat menilai kinerja laporan organisasi. Tingkat akurasi dapat berbeda-beda tergantung pada sifat dan pengguna informasi. Untuk data kualitatif, akurasi ditentukan oleh tingkat, kejelasan, detail, dan keseimbangan penyajian dalam batas laporan yang tepat, sedangkan untuk data kuantitatif, akurasi bergantung pada metode tertentu dalam mengumpulkan, menyusun, dan menganalisis data.

4. Ketepatan Waktu

Laporan disiapkan secara berkala dan informasi harus tersedia saat pemangku kepentingan membuat keputusan. Pemanfaatan informasi sangat bergantung pada apakah waktu pengungkapan kepada pemangku kepentingan memungkinkan mereka untuk mengintegrasikan informasi dengan baik dalam proses pengambilan keputusan. Organisasi perlu menyeimbangkan kebutuhan akan penyediaan informasi yang tepat waktu dengan memastikan bahwa informasi tersebut dapat dipercaya.

5. Kejelasan

Informasi harus disediakan dalam bentuk yang dapat dipahami, diakses, dan digunakan oleh berbagai pemangku kepentingan. Contohnya adalah penyajian dalam bentuk grafik dan tabel konsolidasi data.

6. Keandalan

Informasi dan proses yang terlibat dalam penyusunan laporan harus dikumpulkan, dicatat, diatur, dianalisis, dan disajikan dengan cara yang memungkinkan dilakukan pengujian untuk menilai kualitas dan relevansi informasi. Pemangku kepentingan seharusnya yakin bahwa laporan akan diperiksa untuk menentukan kebenaran isinya dan sejauh mana prinsip-prinsip pelaporan diterapkan dengan tepat. Informasi dan data harus didukung oleh pengendalian internal atau dokumentasi yang ditinjau oleh pihak yang tidak terlibat dalam penyusunan laporan.

2.1.7.4 Standar dan Kerangka Acuan *Sustainability Report*

Menurut Ompusunggu et al., (2025) menjelaskan bahwa di tingkat global, terdapat beberapa kerangka utama yang umum digunakan. *Global Reporting Initiative* (GRI) Standards merupakan yang paling dikenal dan banyak diadopsi oleh berbagai perusahaan di banyak negara. GRI mengedepankan prinsip keterlibatan pemangku kepentingan, materialitas, dan kelengkapan informasi. Selain itu, ada *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB) yang lebih menekankan isu keberlanjutan spesifik industri, sehingga informasi yang dihasilkan akan lebih relevan untuk para investor. Di sisi lain, *Integrated Reporting* (IR)

mengedepankan penggabungan antara aspek finansial dan non-finansial untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai penciptaan nilai jangka panjang.

Selanjutnya, *Task Force on Climate-Related Financial Disclosures* (TCFD) menyediakan panduan untuk perusahaan dalam mengungkapkan risiko dan peluang yang terkait dengan perubahan iklim, terutama dalam aspek keuangan. Dengan lebih baru, pendirian *International Sustainability Standards Board* (ISSB) oleh IFRS Foundation mencerminkan komitmen global untuk menyelaraskan standar pelaporan keberlanjutan yang berfokus pada kebutuhan pasar modal.

Di Indonesia, regulasi formal terkait laporan keberlanjutan diperkuat lewat terbitnya POJK 51/2017 mengenai Penerapan Keuangan Berkelanjutan, yang mensyaratkan lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan publik untuk menyediakan laporan keberlanjutan. Bursa Efek Indonesia (BEI) juga mendukung pelaksanaan ini dengan menyediakan panduan teknis dan mendorong emiten untuk meningkatkan kualitas laporan mereka. Ini menunjukkan bahwa laporan keberlanjutan bukan hanya sekadar langkah sukarela, melainkan telah menjadi suatu kewajiban hukum yang harus dipatuhi oleh perusahaan di Indonesia.

Memahami berbagai standar ini sangatlah penting. Pertama, standar-standar tersebut bisa menjadi acuan dalam menilai mutu laporan keberlanjutan suatu perusahaan. Kedua, variasi antara standar memberikan peluang untuk penelitian, misalnya membandingkan seberapa menyeluruh laporan dari perusahaan yang menggunakan GRI dibandingkan dengan SASB, atau bagaimana pengaruh regulasi POJK 51/2017 terhadap kualitas pelaporan dari emiten di Indonesia.

2.1.7.5 Metode Pengukuran *Sustainability Report*

Sustainability Report merupakan salah satu cara perusahaan untuk memberikan informasi mengenai dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial yang ditimbulkan akibat aktivitas perusahaan. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 51/POJK. 03/2017 muncul sebagai jawaban terhadap kebutuhan sistem ekonomi yang berkelanjutan, yang terdiri dari tiga pilar utama: (1) keseimbangan ekosistem, (2) inklusi sosial, dan (3) stabilitas ekonomi. Namun, pada tahap pelaksanaannya, OJK (2021) mencatat dua kendala utama: (a) tingkat kepatuhan yang masih rendah di beberapa sektor industri, dan (b) ketidakkonsistenan dalam kualitas pengungkapan laporan. Menanggapi hal ini, OJK menerbitkan SE No. 16/SEOJK. 04/2021 yang memperketat kerangka pelaporan melalui tiga perbaikan: pertama, standarisasi indikator ESG yang dapat diukur; kedua, mekanisme verifikasi yang dilakukan secara independen; ketiga, penegasan sanksi administratif bagi pelanggar. Tindakan ini tidak hanya meningkatkan tanggung jawab, tetapi juga menciptakan lingkungan yang lebih teratur untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara praktik keberlanjutan dan kinerja finansial (OJK, 2021).

Perhitungan SRDI dilakukan dengan memberikan skor 1 jika suatu item diungkapkan, dan 0 jika tidak diungkapkan. Setelah dilakukan pemberian skor pada seluruh item, skor tersebut kemudian dijumlahkan untuk memperoleh total skor untuk setiap perusahaan. Adapun rumus pengukuran *Sustainability Report* menurut (Setyawati & Fidiana, 2023)

$$SRDI = \frac{n}{k}$$

Keterangan :

SRDI = *Sustainability Report Indeks*

n = jumlah item yang diungkapkan perusahaan

k = jumlah item yang diharapkan

Salah satu standar yang digunakan dalam *Sustainability Report* adalah SEOJK Nomor 16/POJK.04/2021. Item-item pengungkapan *Sustainability Report* dapat diukur dengan menggunakan *Sustainability Report Index* (SRDI), yang diungkapkan SEOJK Nomor 16/POJK.04/2021 seperti pada tabel yang disajikan berikut ini:

Tabel 2. 8
Indeks SEOJK Nomor 16/POJK.04/2021

NO	KODE	INDIKATOR
		A. Strategi Keberlanjutan
1	A.1	Penjelasan Strategi Keberlanjutan
		B. Ikhtisar Kinerja Aspek Keberlanjutan
2	B.1	Aspek Ekonomi, paling sedikit memuat: a. Kuantitas produksi atau jasa yang dijual; b. Pendapatan atau penjualan; c. Laba atau rugi bersih; d. Produk ramah lingkungan; dan e. Pelibatan pihak lokal yang berkaitan dengan proses bisnis Keuangan Berkelanjutan.
3	B.2	Aspek Lingkungan Hidup, paling sedikit memuat: a. Penggunaan energi; b. Pengurangan emisi yang dihasilkan; c. Pengurangan limbah dan efluen; dan d. Pelestarian keanekaragaman hayati.
4	B.3	Aspek Sosial
		C. Profil Perusahaan
5	C.1	Visi, Misi, dan Nilai Keberlanjutan
6	C.2	Alamat Perusahaan

7	C.3	Skala Usaha, paling sedikit memuat: a. total aset atau kapitalisasi aset dan total kewajiban; b. jumlah karyawan menurut jenis kelamin, jabatan, usia, pendidikan, dan status ketenagakerjaan; c. nama pemegang saham dan persentase kepemilikan saham; dan d. wilayah operasional.
8	C.4	Produk, Layanan, dan Kegiatan Usaha yang Dijalankan
9	C.5	Keanggotaan pada Asosiasi
10	C.6	Perubahan Emiten dan Perusahaan Publik yang Bersifat Signifikan
D. Penjelasan Direksi		
11	D.1	Penjelasan Direksi a. Kebijakan untuk merespon tantangan dalam pemenuhan strategi keberlanjutan b. Penerapan Keuangan Berkelanjutan c. Strategi pencapaian target
E. Tata Kelola Keberlanjutan		
12	E.1	Penanggung Jawab Penerapan Keuangan Berkelanjutan
13	E.2	Pengembangan Kompetensi Terkait Keuangan Berkelanjutan
14	E.3	Penilaian Risiko Atas Penerapan Keuangan Berkelanjutan
15	E.4	Hubungan Dengan Pemangku Kepentingan
16	E.5	Permasalahan Terhadap Penerapan Keuangan Berkelanjutan
F. Kinerja Keberlanjutan		
17	F.1	Kegiatan Membangun Budaya Keberlanjutan
Kinerja Ekonomi		
18	F.2	Perbandingan Target dan Kinerja Produksi, Portofolio, Target Pembiayaan, atau Investasi, Pendapatan dan Laba Rugi
19	F.3.	Perbandingan Target dan Kinerja Portofolio, Target Pembiayaan, atau Investasi pada Instrumen Keuangan atau Proyek yang Sejalan dengan Keuangan Berkelanjutan
Kinerja Lingkungan Hidup		
Aspek Umum		
20	F.4	Biaya Lingkungan Hidup
Aspek : Material		

21	F.5	Penggunaan Material yang Ramah Lingkungan
Aspek : Energi		
22	F.6	Jumlah dan Intensitas Energi yang Digunakan
23	F.7	Upaya dan Pencapaian Efisiensi
Aspek : Air		
24	F.8	Penggunaan AirTingkat mitigasi dampak terhadap lingkungan produk dan jasa
Aspek : Aspek Keanekaragaman Hayati		
25	F.9	Dampak dari Wilayah Operasional yang Dekat atau Berada di Daerah Konservasi atau Memiliki Keanekaragaman Hayati
26	F.10	Usaha Konservasi Keanekaragaman HayatiNilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan
Aspek : Emisi		
27	F.11	Jumlah dan Intensitas Emisi yang Dihasilkan Berdasarkan Jenisnya
28	F.12	Upaya dan Pencapaian Pengurangan Emisi yang Dilakukan Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi dan pengangkutan tenaga kerja
Aspek : Limbah Dan Efluen		
29	F.13	Jumlah Limbah dan Efluen yang Dihasilkan Berdasarkan Jenis
30	F.14	Mekanisme Pengelolaan Limbah dan Efluen
31	F.15	Tumpahan yang Terjadi (jika ada)Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
Aspek : Pengaduan Terkait Lingkungan Hidup		
32	F.16	Jumlah dan Materi Pengaduan Lingkungan Hidup yang Diterima dan Diselesaikan.
Kinerja Sosial		
33	F.17	Komitmen untuk Memberikan Layanan atas Produk dan/atau Jasa yang Setara kepada Konsumen
Aspek : Aspek Ketenagakerjaan		
34	F.18	Kesetaraan Kesempatan Bekerja

35	F.19	Tenaga Kerja Anak dan Tenaga Kerja Paksa
36	F.20	Upah Minimum Regional
37	F.21	Lingkungan Bekerja yang Layak dan Aman
38	F.22	Pelatihan dan Pengembangan Kemampuan Pegawai
Aspek : Masyarakat		
39	F.23	Dampak Operasi Terhadap Masyarakat Sekitar
40	F.24	Pengaduan Masyarakat
41	F.25	Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL)
Tanggung Jawab Pengembangan Produk/Jasa Berkelanjutan		
42	F.26	Inovasi dan Pengembangan Produk/Jasa Keuangan Berkelanjutan
43	F.27	Produk/Jasa yang Sudah Dievaluasi Keamanannya bagi Pelanggan
44	F.28	Dampak Produk/Jasa
45	F.29	Jumlah Produk yang Ditarik Kembali
46	F.30	Survei Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk dan/atau Jasa Keuangan Berkelanjutan
G. Lain-lain		
47	G.1	Verifikasi Tertulis dari Pihak Independen (jika ada)
48	G.2	Lembar Umpan Balik
49	G.3	Tanggapan Terhadap Umpan Balik Laporan Keberlanjutan Tahun Sebelumnya
50	G.4	Daftar Pengungkapan Sesuai Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik.

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

2.1.8 Nilai Perusahaan

2.1.8.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai suatu perusahaan sangat penting untuk dipelihara dan senantiasa ditingkatkan oleh sebuah perusahaan, sebab dengan mengoptimalkan nilai perusahaan, akan sejalan dengan pencapaian tujuan utama perusahaan. Nilai perusahaan juga berfungsi sebagai representasi bagi investor tentang tingkat keberhasilan perusahaan yang biasanya berkaitan dengan harga saham. Ketika nilai perusahaan berada dalam posisi yang tinggi, maka harga saham dan pengembalian dari perusahaan juga akan meningkat.

Definisi nilai perusahaan menurut Noerirawan (2012:10) :

“Nilai perusahaan adalah keadaan yang dicapai perusahaan kegiatan selama beberapa tahun, sebagai contoh kepercayaan publik terhadap perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja tinggi perusahaan, tetapi juga pada prospek perusahaan dimasa depan.”

Menurut Hery (2017) mendefinisikan bahwa pengertian nilai sebuah perusahaan adalah sebagai berikut:

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

Sementara itu, (2019) menggambarkan definisi nilai perusahaan sebagai berikut:

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

Dengan mempertimbangkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan persepsi pasar mengenai suksesnya suatu perusahaan dalam

mengelola sumber daya terlihat dari harga saham, kinerja finansial, dan potensi pertumbuhan di masa mendatang. Nilai suatu perusahaan mencerminkan seberapa besar perusahaan tersebut dihargai oleh para investor; semakin tinggi nilainya, semakin besar pula tingkat keyakinan pasar terhadap perusahaan itu.

2.1.8.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Nilai suatu perusahaan berfungsi sebagai indikator penting yang mencerminkan perspektif para investor mengenai pencapaian dan ekspektasi masa depan perusahaan. Nilai ini tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berasal dari dalam maupun luar organisasi, seperti kebijakan pendanaan, kemampuan untuk menghasilkan laba, risiko operasional, serta harapan akan pertumbuhan. Elemen-elemen tersebut akan memengaruhi keputusan investor dalam menempatkan aset mereka, yang kemudian terlihat dalam harga saham perusahaan di pasar modal. (2022) dalam bukunya menjelaskan bahwa nilai suatu perusahaan dapat diukur melalui *Price Earning Ratio* (PER). Ketika PER perusahaan mengalami kenaikan, hal ini menunjukkan peningkatan nilai perusahaan itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi PER juga berpotensi memengaruhi nilai perusahaan.

Eduardus (2001) mengemukakan bahwa terdapat tiga elemen yang berpengaruh terhadap PER, yaitu: (1) Rasio pembayaran dividen (*Dividen Payout Ratio/DPR*), (2) Tingkat pengembalian yang diinginkan oleh investor, (3) Tingkat pertumbuhan dividen yang diantisipasi. Di sisi lain, Tandelilin dan Husan dalam Augusto (2015) menegaskan bahwa aspek yang memengaruhi PER adalah: (1) Rasio laba yang dialokasikan untuk dividen atau payout ratio, (2) Tingkat keuntungan yang

diharapkan oleh para investor, (3) Pertumbuhan dividen. Menurut pendapat Weston dan Coopeland (Augusto 2015), strategi pemanfaatan utang dalam perusahaan juga memainkan peran dalam menentukan nilai perusahaan. Ini terkait dengan pengeluaran yang akan timbul akibat pemanfaatan utang serta keuntungan yang dapat diperoleh dari utang tersebut.

Menurut Kasmir (2008), profitabilitas merupakan bagian yang dapat mempengaruhi harga dari sebuah entitas. Jika pihak manajemen dapat mengurus entitas secara berhasil, maka biaya yang dikeluarkan oleh entitas tersebut akan menyusut, sehingga keuntungan yang didapat menjadi semakin besar. Ukuran dari keuntungan inilah yang nantinya berdampak pada harga entitas (Kasmir, 2008).

Beberapa hal yang memberikan pengaruh terhadap harga entitas meliputi:

1. Profitabilitas

Profitabilitas diartikan sebagai laba bersih yang didapat oleh entitas saat melaksanakan kegiatan usahanya, di mana proporsi ini mengukur kapabilitas entitas untuk membuat keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu (Hanafi, 2014). Proporsi ini juga bisa dipakai guna mengukur betapa cakupannya manajemen entitas dalam menciptakan laba bagi badan usaha tersebut.

Sisi profitabilitas ini menjadi daya tarik pokok untuk para penanam modal sebab merefleksikan seberapa ampuh entitas itu diurus. Entitas yang memperlihatkan profitabilitas besar biasanya lebih disukai oleh penanam modal, yang mana keadaan ini bisa menaikkan kebutuhan akan saham

entitas, berakhir dengan kenaikan harga entitas yang terlihat pada harga sahamnya.

2. Kebijakan Dividen

Bagi Sartono (2001), kebijakan dividen itu tentang pilihan apakah keuntungan perusahaan dibagikan kepada pemilik saham sebagai dividen atau disimpan sebagai laba untuk keperluan investasi nanti. Menurut Hanafi (2014) Dividen adalah imbalan yang pemegang saham terima, selain capital gain, dividen yang dibagikan akan sesuai dengan banyaknya lembar saham yang dimiliki investor. Ada dua ragam dividen yaitu dividen saham preferen yang bayarannya pasti sejumlah tertentu dan dividen saham biasa yang dibayar pada pemilik saham jika perusahaan memperoleh untung atau laba.

Pembagian dividen oleh perusahaan bisa jadi sinyal bahwa perusahaan mampu memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham, pembayaran dividen pun diharapkan jadi bahan pertimbangan investor tentang kinerja perusahaan sebab besar kecilnya dividen yang perusahaan bayar bisa memengaruhi harga saham.

3. Kebijakan Hutang

Keputusan pendanaan berkaitan dengan penetapan struktur modal yang sesuai bagi entitas adalah kebijakan hutang. Kebijakan hutang juga merupakan keputusan yang dibuat perusahaan untuk membiayai melalui pinjaman (Kieso et al, 2007 dalam Sumanti dan Mangantar, 2013). Kebijakan pembiayaan ini adalah salah satu kebijakan krusial bagi

perusahaan sebab melibatkan perolehan dana untuk kegiatan operasional perusahaan.

Level pemanfaatan hutang akan menimbulkan pengeluaran tetap berupa beban bunga yang mampu meningkatkan bahaya bisnis, pajak perusahaan bisa dijadikan pembenaran pemakaian hutang sebab biaya bunga dapat mengurangi perhitungan pajak dan bisa menurunkan pajak yang sebenarnya. Pemanfaatan hutang sebagai kebijakan pembiayaan yang dikerjakan perusahaan adalah sumber perkembangan perusahaan dan dapat diartikan oleh pihak luar mengenai kapasitas perusahaan untuk melunasi kewajiban di periode mendatang atau adanya bahaya bisnis dalam perusahaan.

2.1.8.3 Tujuan Memaksimalkan Nilai perusahaan

Menurut Made Sada (2011:7), semua teori di sektor perusahaan berfokus pada satu hal, yaitu meningkatkan kesejahteraan pemilik saham atau pemilik bisnis. Tujuan normatif ini dapat dicapai dengan meningkatkan nilai pasar perusahaan. Untuk perusahaan yang sudah menjadi publik, maksud dari meningkatkan nilai perusahaan sama artinya dengan meningkatkan harga saham di pasar. Mengoptimalkan nilai perusahaan lebih tepat dianggap sebagai sasaran utama perusahaan karena:

- a. Mengoptimalkan nilai perusahaan berarti meningkatkan nilai saat ini dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham di masa depan atau memiliki orientasi jangka panjang.
- b. Memperhitungkan elemen risiko.

- c. Mengoptimalkan nilai perusahaan memberi penekanan lebih pada hal ini dibandingkan hanya laba menurut sudut pandang akuntansi.
- d. Mengoptimalkan nilai perusahaan tetap memperhatikan tanggung jawab sosial.

2.1.8.4 Konsep Nilai perusahaan

Harga saham merefleksikan nilai dari sebuah perusahaan, kemudian harga pasar menunjukkan gambaran sejati aset perusahaan itu sendiri. Menurut Christiawan dan Tarigan (2007) terdapat beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan antara lain:

1. Nilai nominal merujuk pada angka yang secara resmi tercantum dalam anggaran dasar perusahaan, diungkapkan secara jelas dalam neraca keuangan, serta dicatat dengan tegas dalam sertifikat saham kolektif.
2. Nilai pasar, yang biasa dikenal sebagai kurs, adalah harga yang terbentuk dari proses negosiasi di pasar saham. Penilaian ini hanya dapat dilakukan saat saham perusahaan diperdagangkan di bursa.
3. Nilai intrinsik, adalah konsep yang paling sulit dipahami, karena berkaitan dengan estimasi nilai nyata dari suatu perusahaan. Dalam hal ini, nilai perusahaan tidak hanya dilihat dari harga kumpulan aset, tetapi juga sebagai entitas bisnis yang memiliki potensi untuk menghasilkan laba di masa depan.
4. Nilai buku, adalah angka yang mencerminkan nilai perusahaan berdasarkan prinsip akuntansi. Penghitungannya cukup sederhana, yaitu dengan

membagi selisih antara total aset dan total utang dengan jumlah saham yang beredar di pasar.

5. Nilai likuidasi, adalah harga yang bisa diperoleh dari penjualan seluruh aset perusahaan setelah semua kewajiban diselesaikan. Proses perhitungan nilai likuidasi dilakukan dengan cara yang serupa dengan perhitungan nilai buku, didasarkan pada neraca yang disusun ketika perusahaan akan melakukan likuidasi.

2.1.8.5 Pengukuran Nilai perusahaan

Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan. Menurut Weston dan Copeland (2008:244) rasio penilaian terdiri dari:

1. *Price Earning Ratio (PER)*

Price Earning Ratio merupakan perbandingan antara nilai pasar saham suatu perusahaan dengan laba per lembar saham dalam periode satu tahun. Rasio ini mencerminkan perubahan dalam proyeksi laba yang diharapkan di masa depan. Semakin tinggi *PER*, kemungkinan besar perusahaan memiliki potensi untuk berkembang, sehingga dapat meningkatkan nilai dari perusahaan itu sendiri.

$$PER = \frac{\text{Harga pasar per lembar saham}}{\text{Laba perlembar saham}}$$

2. *Price to Book Value (PBV)*

Price Book Value (PBV) menilai sejauh mana pasar memberi nilai pada buku saham sebuah perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, semakin kuat keyakinan pasar terhadap prospek perusahaan tersebut. *PBV* juga

menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai relatif terhadap modal yang telah diinvestasikan.

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar per lembar}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

3. Tobin's Q

Salah satu metode alternatif untuk menilai sebuah perusahaan adalah melalui Tobin's Q. Konsep ini diperkenalkan oleh profesor James Tobin (Weston dan Copeland, 2008). Rasio ini sangat membantu karena menunjukkan perkiraan pasar tentang nilai tambah yang dihasilkan dari investasi tambahan setiap dolar. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas yang dimiliki perusahaan. Rumus perhitungannya adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

Q	= nilai perusahaan
EMV	= <i>closing price</i> saham x jumlah saham yang beredar
D	= nilai buku dari total hutang
EBV	= nilai buku dari total asset

Menurut Fahmi, Irham (2012:138) rasio nilai pasar merupakan rasio yang mencerminkan situasi di pasar. Rasio ini dapat memberikan wawasan bagi manajemen perusahaan mengenai keadaan penerapan yang akan dilakukan serta efeknya di masa depan.

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

1. *Earning Per Share (EPS)*

Earning Per Share atau pendapatan per lembar saham merujuk pada keuntungan yang diberikan kepada pemilik saham untuk setiap lembar saham yang mereka pegang. Adapun rumus *Earning Per Share* adalah:

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

Keterangan :

EPS = *Earning Per Share*

EAT = *Earning After Tax* atau Pendapatan setelah pajak

Jsb = Jumlah saham yang beredar

2. *Price Earning Ratio (PER)*

Rasio ini dihasilkan dari pembagian harga pasar saham biasa dengan laba per lembar saham, sehingga semakin tinggi rasio ini, semakin baik pula kinerja perusahaan yang terindikasi. Adapun rumus *Price Earning Ratio (PER)* adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

PER = *Price Earning Ratio*

MPS = *Market Price Pershare* atau Harga Pasar per saham

EPS = *Earning Per Share* atau laba per lembar saham

3. *Price Book Value (PBV)*

Rasio ini menunjukkan sejauh mana pasar menilai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, semakin besar keyakinan pasar terhadap masa depan perusahaan tersebut. Adapun rumus *Price Book Value* adalah sebagai berikut :

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

Keterangan:

PBV = *Price Book Value*

MPS = *Market Price per Share* atau harga pasar per saham

BVS = *Book Value per Share* atau Nilai buku per saham

Penelitian ini memanfaatkan PBV sebagai ukuran untuk menilai nilai perusahaan karena PBV banyak digunakan dalam proses pengambilan keputusan investasi. Salah satu dari sekian banyak manfaat PBV adalah bahwa nilai buku merupakan data yang stabil dan mudah diakses, yang memungkinkan perbandingan dengan harga pasar. Keuntungan lainnya adalah PBV dapat menunjukkan apakah harga suatu saham tergolong mahal atau murah jika dibandingkan dengan saham lain dalam sektor yang sama.

Dari penjelasan tersebut, rasio PBV secara tak langsung memengaruhi harga saham karena memberikan indikasi mengenai potensi pergerakan harga saham. PBV yang tinggi menunjukkan keberhasilan bagi pemegang saham dalam perusahaan yang mampu menghasilkan keuntungan yang menjadi tujuan utama mereka. Dengan memanfaatkan harga saham sebagai pengganti nilai perusahaan, PBV menilai seberapa baik perusahaan dapat menunjukkan nilainya.

2.1.9 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan sebuah kegiatan membandingkan penelitian yang sedang dikerjakan penulis dengan penelitian yang sudah dilakukan dari peneliti sebelumnya. Kegiatan ini bertujuan untuk melihat persamaan dan perbedaan yang terdapat pada hasil penelitian penulis sebelumnya sehingga penulis dapat melihat apa saja kekurangan dan kelebihan yang ada pada hasil penelitian yang penulis lakukan.

Dalam penelitian ini, penulis juga memperoleh data dan informasi dari beberapa penelitian sebelumnya guna mempermudah proses penelitian. Berikut penelitian-penelitian terdahulu terkait nilai perusahaan.

Tabel 2. 9

Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil
1	Ardelia, F. F., & Retnani, E. D. (2024)	Pengaruh Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> , Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan	Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> (SR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (PBV) artinya semakin tinggi nilai pengungkapan <i>Sustainability Report</i> (SR) dapat meningkatkan nilai perusahaan. Debt to Equity Ratio (DER) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan (PBV) artinya semakin tinggi nilai DER dapat menurunkan nilai perusahaan. Sedangkan Return On Assets (ROA)

			berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan (PBV) artinya semakin tinggi nilai ROA dapat menurunkan nilai perusahaan, hal ini dapat disimpulkan bahwa turunya nilai perusahaan dipengaruhi oleh faktor eksternal.
2	Nuraisah, A. N., & Laily, N. (2022).	Pengaruh Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> , <i>Good Corporate Governance</i> , Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Go Public Sektor Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>sustainability report</i> (SRDI) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, <i>good corporate governance</i> (GCG) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas (ROA) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
3	Nurhasanah, N., Nababan, I. T. B., & Fadhilah, N. H. K. (2022).	Pengaruh Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> Terhadap Nilai Perusahaan Subsektor Farmasi Tahun 2019-2021	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan <i>sustainability report</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4	Setyawati, E. J., & Fidiana, F. (2023).	Pengaruh Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> Dan <i>Intellectual Capital</i> Terhadap Nilai Perusahaan	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan <i>sustainability report</i> dan <i>intellectual capital</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

5	Rosyada, F., & Prajawati, M. I. (2022).	Pengaruh Kinerja Keuangan, <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2021	Pada hasil penelitian ini menyatakan bahwa GCG dan kinerja keuangan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan pada variabel CSR menyatakan bahwa berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
6	Putri, F. M., Asmi, Z., & Rodiah, S. (2024).	Pengungkapan Emisi Karbon, Kinerja Lingkungan dan Penerapan Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan di BEI 2021-2023	Hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan emisi karbon dan penerapan green accounting berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan untuk variabel kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
7	Ramdani, K. E., & Nugraha, A. A. (2024).	Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan: (Studi pada Perusahaan Sektor Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	The results of this study indicate that disclosure of carbon emissions has a positive effect on firm value. While environmental performance has no effect on firm value, disclosure of carbon emissions and environmental performance has a positive effect on firm value.

		Periode 2020-2022)	
8	Zakiyya, M. A. F., & Rahmanto, B. T. (2024)	Pengaruh Kinerja Keuangan, Kinerja Lingkungan, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Tambang Tahun 2018-2022	Hasil penelitian menunjukkan kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan perusahaan juga berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, menjaga lingkungan tetap merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan.
9	Pratama, D. R., Ratiyah, R., Reptiningsih, E., Hartanti, H., & Setyaningsih, E. D. (2024)	Pengaruh Green Accounting, Kinerja Lingkungan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	The results of this research show that simultaneously, the independent variables in the form of Green Accounting, environmental performance and company size influence company value. Partially, the Green Accounting variable has a positive and significant effect on company value, the environmental performance variable also has a positive and significant effect on

			company value, and the company size variable has a positive and significant effect on company value.
10	Sugiyarti, L., Pujiyanto, P., Sutandijo, S., Asmilia, N., & Hanah, S. (2023)	Nilai Perusahaan: Arus Kas Operasional, <i>Corporate Social Responsibility And Green Accounting</i> .	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa arus kas operasi dan green accounting secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil <i>Corporate Social Responsibility</i> secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
11	Nurulrahmatiah, N., & Munandar, A. (2025).	Pengaruh Implementasi Green Accounting, Corporate Social Responsibility (CSR) dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Basic Materials yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Hasil uji statistik menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan green accounting dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan sektor basic material yang terdaftar di BEI periode tahun 2019-2023.
12	Larastiwi, A. L., & Setiadi, I. (2024)	Pengaruh Green Accounting, Profitabilitas, Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Pertambangan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa green accounting tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan leverage berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap

			nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa green accounting dan leverage tidak memiliki dampak pada nilai perusahaan.
13	Sitanggang, S. U., Hutabarat, F. M., & Simbolon, R. F. (2024)	Pengaruh Akuntansi Hijau, Kepemilikan Manajerial, dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa green accounting berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan institusional dan manajer berpengaruh signifikan dan negatif terhadap nilai perusahaan.
14	Mardana, I., & Ratnawati, D. (2024).	Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	Hasil dalam pengujian ini profitabilitas berkontribusi pada nilai perusahaan namun nilai perusahaan tidak terpengaruh oleh ukuran perusahaan serta CSR pada nilai perusahaan property & real estate pada BEI 2019-2022.
15	Rosyada, F., & Prajawati, M. I. (2022).	Pengaruh Kinerja Keuangan, <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi yang Terdaftar di	Pada hasil penelitian ini menyatakan bahwa GCG dan kinerja keuangan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan pada variabel CSR menyatakan bahwa berpengaruh, positif terhadap nilai perusahaan.

		BEI Periode 2019-2021.	
	Pratama, D. R., Ratiah, R., Reptiningsih, E., Hartanti, H., & Setyaningsih, E. D. (2024)	Pengaruh Green Accounting, Kinerja Lingkungan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.	The results of this research show that simultaneously, the independent variables in the form of Green Accounting, environmental performance and company size influence company value. Partially, the Green Accounting variable has a positive and significant effect on company value, the environmental performance variable also has a positive and significant effect on company value, and the company size variable has a positive and significant effect on company value.
16	Larastiwi, A. L., & Setiadi, I. (2024)	Pengaruh Green Accounting, Profitabilitas, Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Pertambangan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa green accounting tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan leverage berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa green accounting dan leverage tidak memiliki dampak pada nilai perusahaan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Nilai perusahaan merupakan cerminan persepsi investor terhadap kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya dan memastikan keberlangsungan bisnis di masa mendatang. Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diproksikan menggunakan Price to Book Value (PBV), yaitu rasio yang membandingkan harga pasar saham dengan nilai buku ekuitas per lembar saham. PBV dipilih karena mencerminkan seberapa besar pasar menghargai setiap rupiah aset bersih perusahaan, sehingga nilai PBV yang tinggi mengindikasikan optimisme investor terhadap prospek keberlanjutan perusahaan.

Perusahaan di sektor energi tidak hanya dinilai berdasarkan kemampuannya menghasilkan laba, tetapi juga berdasarkan komitmennya terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan. Oleh karena itu, sebuah perusahaan tidak hanya perlu memiliki kinerja finansial yang positif, tetapi juga harus menunjukkan kepedulian nyata terhadap aspek sosial dan lingkungan. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR), kinerja lingkungan yang memuaskan, penerapan *green accounting*, serta *sustainability report* merupakan empat elemen strategis yang secara bersama-sama dapat membentuk persepsi positif investor, mendorong permintaan terhadap saham perusahaan, dan pada akhirnya mengangkat nilai PBV perusahaan.

Di samping itu, penyusunan laporan keberlanjutan berfungsi sebagai instrumen bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan secara transparan kepada publik. Keterbukaan informasi ini mampu mengurangi asimetri informasi antara perusahaan dan investor, meningkatkan citra

perusahaan, dan memperkuat keyakinan investor terhadap prospek perusahaan di masa mendatang. Semakin baik penerapan keempat elemen tersebut, semakin besar peluang peningkatan harga pasar saham yang menjadi komponen pembilang dalam rumus PBV, sehingga nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV pun meningkat.

2.2.1 Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Jumadiah (2018) Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) merupakan suatu kewajiban dari dunia usaha untuk ikut serta dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan. Ini juga menekankan pentingnya keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. CSR adalah tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh pengusaha untuk menyusun kebijakan, mengambil keputusan, atau mengikuti langkah-langkah yang sesuai dengan tujuan dan nilai-nilai masyarakat. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah bentuk komitmen perusahaan terhadap komunitas dan lingkungan sekitar. Pelaksanaan CSR tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kewajiban etis perusahaan, tetapi juga berfungsi sebagai strategi untuk menciptakan citra yang baik dan meningkatkan kepercayaan para pemangku kepentingan.

Dari perspektif Signaling Theory, informasi CSR merupakan sinyal positif yang dikirimkan manajemen kepada pasar. Sinyal ini diinterpretasikan oleh investor sebagai bukti bahwa perusahaan memiliki tata kelola yang baik, berisiko rendah secara sosial dan hukum, serta memiliki prospek bisnis yang berkelanjutan (Haryono et al., 2025). Sementara itu, dari perspektif Legitimacy Theory,

perusahaan perlu menyesuaikan operasionalnya dengan norma dan nilai yang dianut masyarakat untuk memperoleh dukungan sosial yang berkesinambungan. Pengungkapan CSR menjadi salah satu cara utama bagi perusahaan untuk membangun dan mempertahankan legitimasinya di hadapan publik dan investor (Sugiyarti et al., 2023).

Dalam konteks Nilai Perusahaan yang diproksikan dengan PBV, mekanisme pengaruh CSR dapat dijelaskan secara runtut sebagai berikut. Pertama, semakin lengkap indeks pengungkapan CSR (CSRI) perusahaan, semakin komprehensif informasi tanggung jawab sosial yang diterima oleh investor. Kedua, informasi yang lengkap dan transparan tersebut mengurangi asimetri informasi, sehingga investor merasa lebih yakin dalam menilai kualitas manajemen perusahaan. Ketiga, keyakinan investor yang meningkat mendorong permintaan terhadap saham perusahaan meningkat. Keempat, meningkatnya permintaan saham secara langsung mengangkat harga pasar saham (Market Price per Share/MPS). Kelima, karena PBV dihitung dengan membagi harga pasar saham dengan nilai buku per lembar saham (BVS) di mana BVS relatif lebih stabil maka kenaikan MPS akan secara proporsional meningkatkan rasio PBV. Dengan demikian, nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV pun meningkat.

Masyarakat akan menganggap bahwa perusahaan tidak semata-mata mengejar laba, melainkan turut memperlihatkan perhatian terhadap masyarakat atau pihak luar perusahaan (Sugiyarti et al., 2023). Penelitian yang dilakukan oleh (Rosyada & Prajawati, 2022), (Nurulrahmatiah & Munandar, 2025), (Sugiyarti et al., 2023) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif terhadap nilai

perusahaan karena mampu menciptakan kepercayaan dan legitimasi dari masyarakat dan investor. Hal ini dikarenakan investor mulai menyertakan aspek sosial sebagai komponen dalam penilaian kualitas emiten. Pengungkapan CSR yang tinggi meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata pasar, terutama pada industri dengan risiko sosial tinggi seperti sektor energi, sehingga investor bersedia membayar harga yang lebih tinggi untuk setiap lembar saham yang pada akhirnya meningkatkan rasio PBV perusahaan. Dengan demikian, semakin lengkap CSRD, maka semakin tinggi nilai perusahaan.

2.2.2 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Tiarasandy et al., (2018) menjelaskan bahwa Kinerja lingkungan merupakan kinerja suatu perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik sebagai wujud tanggung jawab dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan agar tercipta citra yang baik dimata para pemegang saham dan para calon investor. Kinerja lingkungan merupakan indikasi suksesnya suatu perusahaan dalam menangani konsekuensi dari operasionalnya terhadap alam. Perusahaan yang menunjukkan prestasi dalam hal lingkungan mencerminkan dedikasi terhadap kelestarian usaha serta kepatuhan pada hukum-hukum terkait lingkungan.

Dari perspektif Legitimacy Theory, perusahaan berupaya mendapatkan pengakuan dari masyarakat dengan memperlihatkan bahwa operasionalnya tidak merugikan lingkungan. Peringkat PROPER yang tinggi menjadi bukti konkret bahwa perusahaan telah memenuhi atau bahkan melampaui standar regulasi lingkungan yang ditetapkan pemerintah. Peringkat ini berfungsi sebagai sinyal kualitas manajemen kepada pasar: peringkat Emas atau Hijau mencerminkan

efisiensi pemanfaatan sumber daya, inovasi teknologi ramah lingkungan, serta rendahnya eksposur risiko liabilitas lingkungan di masa mendatang (Tiarasandy et al., 2018).

Mekanisme pengaruh kinerja lingkungan terhadap Nilai Perusahaan yang diproksikan dengan PBV dapat dijelaskan sebagai berikut. Pertama, peringkat PROPER yang tinggi (Hijau/Emas) memberi sinyal kepada investor bahwa perusahaan memiliki risiko operasional dan regulasi yang rendah. Kedua, rendahnya risiko liabilitas lingkungan membuat investor mempersepsikan saham perusahaan tersebut memiliki margin keamanan yang lebih besar. Ketiga, persepsi positif tersebut meningkatkan daya tarik investasi dan mendorong kenaikan permintaan saham. Keempat, permintaan yang meningkat mendorong kenaikan harga pasar saham (MPS). Kelima, dengan nilai buku per saham (BVS) yang relatif stabil, kenaikan MPS akan langsung mendorong rasio PBV ke arah yang lebih tinggi, sehingga nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV meningkat.

Sebaliknya, perusahaan dengan peringkat PROPER Merah atau Hitam dipandang memiliki eksposur risiko besar, sehingga investor mendiskon harga sahamnya. Penurunan MPS dengan BVS yang tetap akan menghasilkan PBV yang lebih rendah. Para pemegang saham sekarang tertarik menaruh dananya pada perusahaan yang peduli akan kelestarian lingkungan sebab jaminan akan kelangsungan perusahaan, maka performa lingkungan yang bagus menjadi nilai plus dalam kenaikan harga saham (Lestari & Khomsiyah, 2023). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Lestari & Khomsiyah (2023) serta Haryono et al., (2025) yang menunjukkan bahwa kinerja lingkungan memiliki

dampak positif terhadap nilai perusahaan. Kinerja lingkungan yang baik berkontribusi positif pada peningkatan nilai perusahaan karena pasar memberikan respons positif terhadap risiko liabilitas lingkungan yang rendah. Dengan demikian, Semakin tinggi kinerja lingkungan perusahaan, maka semakin tinggi nilai perusahaan.

2.2.3 Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut IAI *Green accounting* atau akuntansi lingkungan merupakan suatu pendekatan akuntansi yang mengintegrasikan dampak lingkungan dalam evaluasi finansial suatu perusahaan. Konsep ini bertujuan untuk menyatukan tanggung jawab terhadap lingkungan dalam pengelolaan perusahaan, dengan tujuan menghasilkan laporan yang tidak hanya menunjukkan kondisi keuangan, tetapi juga dampak perusahaan terhadap lingkungan. Akuntansi lingkungan meliputi pengukuran dan pelaporan biaya yang berkaitan dengan lingkungan, seperti pemanfaatan sumber daya alam, pengelolaan limbah, dan pengurangan emisi karbon. Implementasi akuntansi hijau menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya mementingkan keuntungan, tetapi juga mempertimbangkan biaya serta dampak lingkungan dari kegiatan operasionalnya. Dari sudut pandang teori stakeholder, perusahaan yang terbuka dalam menyampaikan informasi mengenai lingkungan akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari pemangku kepentingan.

Dellaconi et al., (2024) perusahaan yang melaksanakan akuntansi hijau dengan baik dapat menaikkan nilai perusahaan, bukan hanya lewat pemisahan biaya lingkungan tetapi pun melalui pelaksanaan kegiatan CSR dan keterbukaan pemanfaatan biaya lingkungan. Mekanisme pengaruh *green accounting* terhadap

Nilai Perusahaan yang diproksikan dengan PBV dapat dijelaskan secara runtut sebagai berikut. Pertama, penerapan *green accounting* yang tinggi berarti perusahaan secara aktif mengidentifikasi, mengukur, dan melaporkan biaya-biaya lingkungannya di dalam dokumen keuangan. Kedua, keterbukaan informasi ini mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan investor, sehingga investor memperoleh gambaran yang lebih utuh mengenai profil risiko perusahaan. Ketiga, berkurangnya asimetri informasi dan keyakinan akan manajemen risiko lingkungan yang proaktif mendorong investor untuk memberikan apresiasi yang lebih tinggi terhadap saham perusahaan. Keempat, apresiasi tersebut terwujud dalam bentuk kenaikan permintaan saham yang pada akhirnya mendorong kenaikan harga pasar saham (MPS). Kelima, kenaikan MPS dengan BVS yang relatif konstan secara langsung meningkatkan rasio PBV, sehingga nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV meningkat.

Beberapa penelitian dari (Uli Sitanggang et al., 2024), (Larastiwi & Setiadi, 2022), (D. R. Pratama et al., 2025) menemukan bahwa *green accounting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Akuntansi hijau meningkatkan reputasi perusahaan karena mencerminkan kesungguhan dalam pengelolaan lingkungan yang berkesinambungan. Reputasi yang baik ini pada akhirnya mendorong investor untuk bersedia membayar harga saham yang lebih tinggi, sehingga rasio PBV perusahaan meningkat. Ketika perusahaan mengumumkan biaya terkait lingkungan, rencana perawatan, dan aturan yang mendukung lingkungan di dalam dokumen keuangannya, data ini bisa dipakai investor untuk mengevaluasi kinerja organisasi. Data yang lebih lengkap tentang

tanggung jawab lingkungan sebuah perusahaan dapat memperkuat keyakinan investor sehingga mungkin menaikkan harga pasar perusahaan. Transparansi biaya lingkungan mengurangi asimetri informasi dan membangun kepercayaan pemegang saham bahwa perusahaan secara proaktif memitigasi dampak negatif aktivitasnya, yang pada gilirannya meningkatkan apresiasi harga saham. Dengan demikian, Semakin tinggi green accounting, maka semakin tinggi nilai perusahaan.

2.2.4 Pengaruh *Sustainability Report* Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut POJK 51/2017, laporan keberlanjutan adalah laporan yang diumumkan kepada masyarakat dan memuat kinerja ekonomi, keuangan, sosial, serta lingkungan hidup suatu LJK, emiten, dan perusahaan publik dalam menjalankan bisnis berkelanjutan. Dari sudut pandang teori sinyal, publisitas laporan keberlanjutan bisa dijadikan tanda positif untuk investor bahwa perusahaan menjalankan tata kelola yang efektif serta mempertimbangkan keberlanjutan bisnis untuk jangka panjang.

Dari perspektif Signaling Theory, publikasi laporan keberlanjutan merupakan sinyal positif bagi investor bahwa perusahaan menjalankan tata kelola yang efektif dan mempertimbangkan keberlanjutan bisnis untuk jangka panjang. Sinyal ini sangat relevan bagi investor jangka panjang yang semakin memasukkan faktor ESG (*Environmental, Social, and Governance*) dalam keputusan investasinya. Dari perspektif *Legitimacy Theory*, pengungkapan *sustainability report* merupakan upaya perusahaan untuk memperoleh dan mempertahankan legitimasi sosial dengan menunjukkan tanggung jawabnya kepada berbagai pemangku kepentingan.(Ardelia & Retnani, 2025).

Mekanisme pengaruh *sustainability report* terhadap Nilai Perusahaan yang diproksikan dengan PBV dapat dijelaskan sebagai berikut. Pertama, semakin lengkap SRDI perusahaan, semakin komprehensif pengungkapan aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola yang disampaikan kepada publik. Kedua, pengungkapan yang komprehensif ini memperkuat persepsi bahwa perusahaan memiliki risiko yang rendah, khususnya risiko lingkungan, sosial, dan reputasi. Ketiga, persepsi risiko rendah tersebut meningkatkan kepercayaan dan minat investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Keempat, meningkatnya minat investor mendorong kenaikan permintaan saham, yang secara langsung mengangkat harga pasar saham (MPS). Kelima, kenaikan MPS dengan BVS yang relatif stabil secara langsung meningkatkan rasio PBV, sehingga nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV meningkat.

Studi dari (Ardelia & Retnani, 2024), (Setyawati & Fidiana, 2023), (Nuraisah & Laily, 2022) menunjukkan bahwa pengungkapan *sustainability report* dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan karena meningkatkan legitimasi dan kepercayaan stakeholder. Perusahaan yang secara konsisten mengungkapkan *sustainability report* dipandang memiliki risiko yang lebih rendah, terutama terkait risiko lingkungan, sosial, dan reputasi. Persepsi positif tersebut mendorong minat investor untuk berinvestasi, sehingga permintaan saham meningkat, harga saham naik, dan pada akhirnya nilai perusahaan ikut meningkat. Dengan demikian, Semakin lengkap pengungkapan *Sustainability Report*, maka semakin tinggi nilai perusahaan.

2.2.5 Pengaruh CSR, Kinerja Lingkungan, *Green Accounting* dan

Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD) adalah Komitmen dari perusahaan atau industri untuk berperan serta dalam kemajuan ekonomi yang berkelanjutan dengan mengedepankan tanggung jawab sosial lembaga dan menekankan pada keseimbangan antara perhatian pada faktor ekonomi, sosial, dan lingkungan (Fahmi 2013:293). Kinerja lingkungan adalah proses penilaian kinerja perusahaan terhadap lingkungannya baik yang berhubungan dengan kegiatan usaha maupun diluar kegiatan usaha (Pratama et al.,2025). *Green accounting* atau akuntansi lingkungan adalah konsep akuntansi yang memasukkan dampak lingkungan ke dalam pengukuran keuangan perusahaan untuk mengintegrasikan tanggung jawab lingkungan dalam pengelolaan perusahaan, sehingga menghasilkan laporan yang tidak hanya mencerminkan kondisi keuangan, tetapi juga dampak perusahaan terhadap lingkungan (Ikatan Akuntan Indonesia). Laporan keberlanjutan adalah laporan yang diumumkan kepada masyarakat dan memuat kinerja ekonomi, keuangan, sosial, serta lingkungan hidup suatu LJK, emiten, dan perusahaan publik dalam menjalankan bisnis berkelanjutan (POJK 51/2017).

Penelitian yang dilakukan oleh (Rosyada & Prajawati, 2022), (Nurulrahmatiah & Munandar, 2025), (Sugiyarti et al., 2023) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena mampu menciptakan kepercayaan dan legitimasi dari masyarakat dan investor. Kemudian penelitian yang dilaksanakan oleh Lestari & Khomsiyah (2023) serta Haryono et al., (2025) menunjukkan bahwa kinerja lingkungan memiliki dampak positif

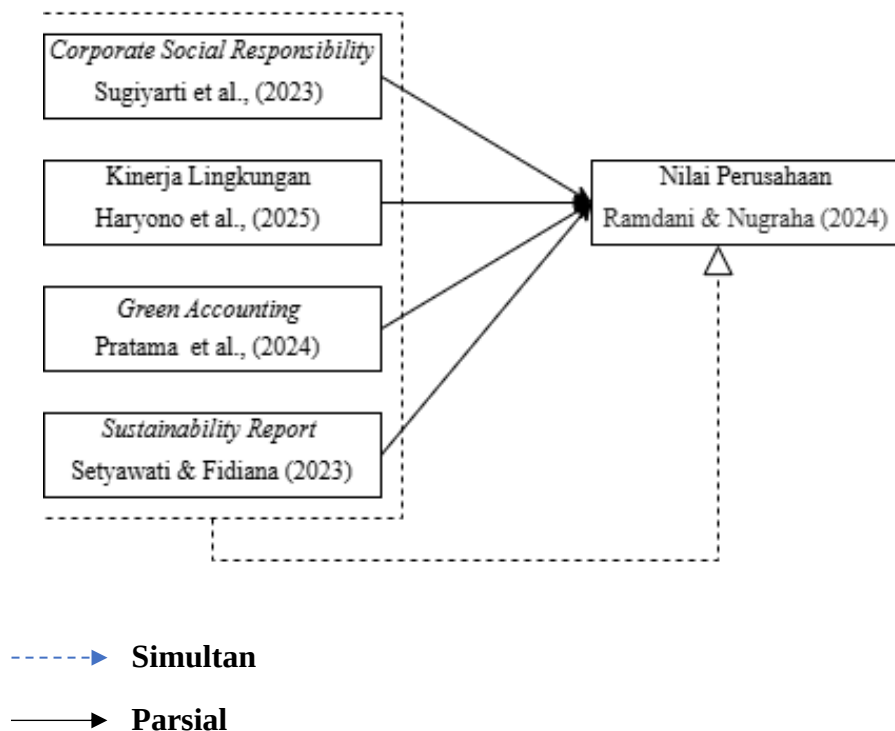
terhadap nilai perusahaan. Kinerja lingkungan yang baik berkontribusi positif pada peningkatan nilai perusahaan. Beberapa penelitian dari (Uli Sitanggang et al., 2024), (Larastiwi & Setiadi, 2022), (D. R. Pratama et al., 2025) menemukan bahwa *green accounting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Akuntansi hijau meningkatkan reputasi perusahaan karena mencerminkan kesungguhan dalam pengelolaan lingkungan yang berkesinambungan. Studi dari (Ardelia & Retnani, 2024), (Setyawati & Fidiana, 2023), (Nuraisah & Laily, 2022) menunjukkan bahwa pengungkapan *sustainability report* dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan karena meningkatkan legitimasi dan kepercayaan stakeholder.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure*, Kinerja Lingkungan, *Green Accounting*, dan *Sustainability Report* terhadap Nilai Perusahaan menunjukkan adanya hubungan yang positif. Mekanisme tersebut dapat diuraikan sebagai berikut; Perusahaan yang secara terus-menerus melaksanakan program CSR akan mendapatkan legitimasi sosial dari masyarakat dan investor, sesuai dengan *Legitimacy Theory*. Legitimasi ini semakin menguat ketika perusahaan menunjukkan prestasi lingkungan yang positif, misalnya dengan meraih peringkat PROPER Emas atau Hijau, yang menandakan bahwa kegiatan operasionalnya tidak merugikan lingkungan dan mencerminkan manajemen yang bertanggung jawab. Kedua aspek ini kemudian diperkuat melalui penerapan *green accounting*, yang mengintegrasikan biaya dan dampak lingkungan ke dalam laporan keuangan, sehingga mengurangi asimetri informasi dan membangun keyakinan pemegang saham bahwa perusahaan secara

proaktif memitigasi dampak negatif aktivitasnya. Seluruh upaya ini kemudian dikomunikasikan secara terstruktur kepada publik melalui *sustainability report*, yang dalam kerangka *Signaling Theory* berfungsi sebagai sinyal positif bagi investor bahwa perusahaan menerapkan tata kelola yang efektif dan berfokus pada keberlanjutan jangka panjang. Citra perusahaan yang positif akan meningkatkan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan. Kepercayaan tersebut mendorong investor untuk membeli saham perusahaan, sehingga permintaan saham meningkat. Meningkatnya permintaan saham akan diikuti oleh kenaikan harga saham, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan yang diukur menggunakan Price to Book Value (PBV). Dengan demikian, kombinasi keempat variabel tersebut diyakini mampu meningkatkan persepsi positif investor terhadap prospek perusahaan, yang pada akhirnya tercermin dalam peningkatan Price to Book Value (PBV) sebagai proksi nilai perusahaan.

Berdasarkan pemaparan mengenai kerangka pemikiran yang dilandaskan pada teori yang sudah dijelaskan sebelumnya, berikut adalah kerangka pemikiran pada penelitian ini :

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



2.3 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:63) dalam Pratiwi (2020), hipotesis merupakan:

“... jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan.”

Menurut Jonathan Sarwono (2017:13), hipotesis merupakan:

“... dugaan atau saran mengenai karakteristik atau sifat-sifat fakta yang dapat terjadi yang dianggap sebagai suatu permulaan dalam penyelidikan ilmiah...”

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka perlu dilakukannya pengujian hipotesis untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variable independen terhadap variabel dependen. Penulis mengasumsikan jawaban sementara (hipotesis)

Hipotesis 1 : *Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hipotesis 2 : Kinerja Lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hipotesis 3 : *Green Accounting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hipotesis 4 : *Sustainability Report* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Hipotesis 5 : *Corporate Social Responsibility Disclosure*, Kinerja Lingkungan, *Green Accounting* dan *Sustainability Report* berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan