

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan teori yang digunakan untuk memahami bagaimana aksi dan aktivitas perusahaan terkait isu – isu lingkungan dan sosial. Teori ini menjelaskan bahwa perusahaan berupaya memperoleh dan mempertahankan legitimasi sosial dengan menyelaraskan operasionalnya sesuai dengan nilai, norma, serta ekspektasi masyarakat (Rankin et al., 2018). Teori legitimasi memberikan fokus pada hubungan serta interaksi perusahaan dengan masyarakat sebagai proses persepsi atas tindakan yang dilakukan oleh suatu organisasi yang dianggap telah sesuai dengan sistem norma, kepercayaan, nilai, serta definisi yang dikembangkan secara sosial (Deegan, 2004).

Teori ini merupakan salah satu landasan yang dapat mendorong perusahaan untuk mengungkapkan laporan berkelanjutan. Melalui teori ini, perilaku organisasi dapat dievaluasi sekaligus diarahkan agar tetap berada dalam batasan norma, terutama terkait kepedulian terhadap lingkungan. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam menjalankan aktivitas operasionalnya, perusahaan wajib mematuhi peraturan serta norma – norma yang berlaku.

Pada penelitian ini, perusahaan sektor energi merupakan upaya strategis untuk mengurangi kesenjangan legitimasi (*legitimacy gap*) akibat dampak operasional terhadap lingkungan dan masyarakat. Melalui *Green Accounting*

perusahaan menunjukkan tanggung jawab lingkungan, *Corporate Social Responsibility* mencerminkan komitmen sosial, sedangkan *Good Corporate Governance* menjamin transparansi dan akuntabilitas. Ketiga variabel tersebut diharapkan dapat meningkatkan legitimasi perusahaan, sehingga mendukung pencapaian laba yang berkelanjutan serta peningkatan nilai perusahaan di mata investor dan pemangku kepentingan.

2.1.2 Teori Stakeholder

Teori Pemangku Kepentingan (Stakeholder Theory) menyatakan bahwa kelompok pemangku kepentingan suatu perusahaan tidak terbatas hanya pada pemegang saham saja, melainkan mencakup berbagai pihak yang memiliki kepentingan terhadap kelangsungan perusahaan (Rankin et al., 2018). Teori *Stakeholder* adalah teori yang menyatakan bahwa perusahaan beroperasi bukan hanya untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain yang menjalin hubungan dengan perusahaan).

Menurut prinsip pemangku kepentingan awalnya digagas oleh (Freeman, 1984) yang menyatakan bahwa perusahaan bukan entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri tapi juga harus bisa memberi kegunaan bagi para pemangku kepentingan, prinsip ini juga memberikan gambaran kepada setiap pihak perusahaan untuk bertanggung jawab.

Dalam penelitian ini, teori *stakeholder* menjadi landasan utama karena merupakan bentuk nyata perusahaan dalam memenuhi harapan berbagai pemangku

kepentingan. *Green Accounting* mencerminkan tanggung jawab terhadap lingkungan, *Corporate Social Responsibility* menunjukkan komitmen terhadap masyarakat, sedangkan *Good Corporate Governance* menjamin transparansi dan akuntabilitas kepada seluruh *stakeholder*. Dengan memenuhi kepentingan para pemangku kepentingan melalui penelitian ini, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan tingkat pencapaian laba dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

2.1.3 Teori *Agency*

Menurut (Jensen & Meckling, 1976), teori agensi menjelaskan hubungan yang terjadi antara pihak manajemen perusahaan selaku agen dengan pemilik perusahaan selaku pihak *principal*. *Agency Theory* (teori keagenan) menjelaskan hubungan kontraktual antara manajemen perusahaan sebagai agen dengan pemilik perusahaan sebagai *principal*. *Principal* merupakan pihak yang mendelegasikan wewenang kepada agen untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan atas nama mereka. Pemilik perusahaan (*principal*) selalu mengharapkan informasi yang lengkap mengenai seluruh aktivitas perusahaan, termasuk pengelolaan dana yang diinvestasikan. Melalui laporan pertanggungjawaban yang disusun oleh manajemen sebagai agen, *principal* memperoleh informasi yang dibutuhkan serta dapat menilai kinerja agen dalam suatu periode tertentu.

Dalam penelitian ini, manajemen diharapkan dapat meningkatkan tingkat pencapaian laba melalui pengelolaan perusahaan yang lebih bertanggung jawab. Peningkatan laba yang berkelanjutan tersebut pada akhirnya akan berdampak

positif terhadap nilai perusahaan, karena pemilik perusahaan (*principal*) akan memberikan penilaian yang lebih tinggi terhadap perusahaan yang menunjukkan akuntabilitas dan komitmen jangka panjang.

2.1.4 *Green Accounting*

2.1.4.1 Pengertian *Green Accounting*

Menurut (Lako, 2018), mengungkapkan bahwa *Green Accounting* adalah sebagai berikut :

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

Menurut (Lolo & Rum, 2019), mengungkapkan *Green Accounting* merupakan sebagai berikut :

“*Green Accounting* atau akuntansi lingkungan merupakan cabang akuntansi yang mencerminkan gambaran keuangan perusahaan yang terkait dengan lingkungan serta dampaknya terhadap ekosistem di mana bisnis tersebut beroperasi. *Green Accounting* erat kaitannya dengan isu – isu lingkungan”.

Menurut (Cohen & Robbins, 2011), *Green Accounting* dan penerapannya adalah sebagai berikut :

“*Green Accounting* adalah bentuk akuntansi yang mencakup biaya dan manfaat tidak langsung dari kegiatan ekonomi, termasuk dampak lingkungan dan kesehatan yang timbul dari perencanaan dan keputusan bisnis”

Sedangkan menurut (Ikhsan, 2008), *Green Accounting* dan penerapannya adalah sebagai berikut :

“*Green accounting* atau *environmental accounting* merupakan istilah yang berkaitan dengan dimasukkannya biaya lingkungan (*environmental costs*) ke dalam praktek akuntansi perusahaan atau lembaga pemerintah. Biaya lingkungan adalah dampak yang timbul dari sisi keuangan maupun non-keuangan yang harus dipikul sebagai akibat dari kegiatan yang mempengaruhi kualitas lingkungan.”

Green Accounting, yang dikenal sebagai akuntansi lingkungan atau akuntansi hijau, merupakan konsep dalam akuntansi yang bertujuan untuk mengintegrasikan aspek lingkungan ke dalam sistem pelaporan keuangan perusahaan. Konsep ini berkembang sebagai respons terhadap meningkatnya kesadaran global mengenai pentingnya keberlanjutan lingkungan serta tanggung jawab sosial perusahaan. *Green Accounting* hadir untuk menjembatani kesenjangan antara praktik akuntansi konvensional yang selama ini lebih berfokus pada aspek finansial, dengan kebutuhan untuk turut mempertimbangkan dampak lingkungan yang ditimbulkan dari aktivitas bisnis (Liputan6, 2024).

2.1.4.2 Tujuan dan Manfaat *Green Accounting*

Green Accounting merupakan langkah awal yang dapat dijadikan solusi dalam menghadapi permasalahan lingkungan, karena penerapannya mendorong perusahaan untuk menekan dampak serta hambatan lingkungan yang muncul dari aktivitas operasional. Tujuan dari *Green Accounting* adalah meningkatkan ketersediaan informasi yang relevan bagi pihak – pihak yang membutuhkan atau menggunakannya. Keberhasilan penerapan akuntansi lingkungan tidak hanya ditentukan oleh ketepatan dalam mengklasifikasikan seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan, tetapi juga oleh kemampuan serta keakuratan data akuntansi dalam mengendalikan dan menekan dampak lingkungan yang timbul akibat aktivitas perusahaan (N. Astuti, 2012). Melalui penerapan ini, perusahaan dapat lebih efektif dalam mengelola biaya lingkungan karena mampu mengidentifikasi, mencatat, dan mengendalikan berbagai biaya yang berasal dari kegiatan operasional. Selain itu, *green accounting* juga membantu perusahaan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, seperti limbah dan penggunaan sumber daya secara berlebihan, sehingga operasional perusahaan menjadi lebih berkelanjutan. *Green accounting* membantu perusahaan tidak hanya dalam memenuhi ketentuan regulasi lingkungan, tetapi juga dalam meningkatkan efisiensi operasional melalui pengurangan pemborosan sumber daya serta biaya lingkungan yang tidak diperlukan. Dalam jangka panjang, penerapan *green accounting* dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan dengan meningkatkan reputasi serta kepercayaan para pemangku kepentingan (Ikatan Akuntan Indonesia, 2025).

Penerapan *green accounting* memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan. Hal ini dapat mendukung tercapainya keberlanjutan dengan membantu perusahaan mengenali aspek – aspek yang perlu ditingkatkan. Selain itu, *green accounting* juga berfungsi dalam meminimalkan risiko dengan memungkinkan perusahaan mengidentifikasi serta mengelola potensi risiko lingkungan yang dapat berdampak negatif terhadap operasional bisnis. Dari sisi eksternal, penerapan ini mampu meningkatkan reputasi perusahaan di mata konsumen, investor, maupun masyarakat. Tidak hanya itu, *green accounting* mendorong terciptanya inovasi melalui pengembangan produk dan proses produksi yang lebih ramah lingkungan. Pada akhirnya, seluruh manfaat tersebut dapat menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan, sehingga mampu membedakan diri dari para pesaing sekaligus membuka peluang bisnis baru (Ikatan Akuntan Indonesia).

2.1.4.3 Indikator *Green Accounting*

Menurut (Hansen & Mowen, 2013) biaya lingkungan terdiri dari 4 indikator yaitu :

1. Biaya Pencegahan Lingkungan: Biaya tersebut dikeluarkan untuk mencegah terjadinya limbah atau sampah yang dapat merusak lingkungan.
2. Biaya Deteksi Lingkungan: Biaya tersebut dikeluarkan untuk kegiatan yang dilakukan dalam menentukan produk, proses, dan kegiatan lain suatu perusahaan memenuhi standar lingkungan yang berlaku.

3. Biaya Kegagalan Internal Lingkungan: Biaya tersebut dikeluarkan untuk kegiatan yang dihasilkan dari timbulnya limbah dan sampah, namun tidak dibuang ke lingkungan luar.
4. Biaya Kegagalan Eksternal Lingkungan: Biaya tersebut dikeluarkan untuk kegiatan yang dilakukan setelah adanya pembuangan limbah atau sampah kedalam lingkungan.

2.1.5 Corporate Social Responsibility (CSR)

2.1.5.1 Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan wujud tanggung jawab perusahaan dalam berpartisipasi pada pengembangan perekonomian serta meningkatkan kualitas hidup para pemangku kepentingan berdasarkan prinsip kemitraan dan kesukarelaan.

Menurut (Licandro et al., 2023), *Corporate Social Responsibility* merupakan sebagai berikut :

“CSR adalah komitmen perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab ekonomi inti sambil melakukan tindakan etis dan sukarela yang melampaui kepatuhan hukum, dengan fokus pada dampak terhadap *stakeholder*, masyarakat, dan lingkungan, sehingga berkontribusi pada penciptaan nilai berkelanjutan”.

Menurut (Sheehy, 2021), *Corporate Social Responsibility* merupakan sebagai berikut :

“CSR merupakan *self – regulation* bisnis internasional secara sukarela (*international private business self – regulation*) yang bertujuan untuk mengintegrasikan pertimbangan sosial, lingkungan, dan ekonomi ke dalam pengambilan keputusan”.

Menurut (Prastowo & Huda, 2011), mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah sebagai berikut :

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

Sedangkan menurut (Sudana, 2011), mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah sebagai berikut :

“... tanggung jawab sebuah organisasi perusahaan terhadap dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatannya kepada masyarakat dan lingkungan”.

Corporate Social Responsibility juga mengacu pada konsekuensi yang harus ditanggung perusahaan sebagai dampak dari keputusan dan tindakan yang dilakukan, terutama terkait upaya perusahaan dalam mengimbangi keuntungan besar yang diperoleh. *Corporate Social Responsibility* artinya perusahaan tidak hanya

mengejar keuntungan finansial semata, tetapi juga memperhatikan dampak jangka panjang dari operasional mereka. Hal ini meliputi berbagai tindakan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat, menjaga kelestarian lingkungan, serta mendukung keberlanjutan ekonomi.

Menurut (N. F. Putri & Haryati, 2022), pada era globalisasi tanggung jawab perusahaan perlu berlandaskan konsep *triple bottom line*, yaitu tidak hanya berorientasi pada profit semata, tetapi juga dituntut untuk memberikan kontribusi nyata yang dapat dirasakan oleh masyarakat. Selain itu, perusahaan diharapkan mampu berperan aktif dalam berbagai kegiatan yang mendukung pelestarian lingkungan. Perusahaan yang memahami apa itu *Corporate Social Responsibility* akan berusaha untuk mengintegrasikan praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dalam aspek operasionalnya. Ini termasuk mematuhi hukum dan peraturan, berkontribusi pada pengembangan komunitas lokal, dan memastikan bahwa praktek bisnis mereka tidak merugikan lingkungan.

2.1.5.2 Tujuan dan Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Secara umum, program *Corporate Social Responsibility* bertujuan untuk menciptakan keselarasan antara aktivitas bisnis dengan pembangunan sosial yang berkelanjutan (TimBMS, 2024).

Menurut (H. B. Untung, 2008), *Corporate Social Responsibility* memberikan berbagai manfaat sebagai berikut :

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan citra merek perusahaan
2. Memperoleh legitimasi sosial untuk menjalankan kegiatan operasional

3. Mengurangi potensi risiko yang dihadapi perusahaan
4. Memperluas akses terhadap sumber daya yang mendukung kegiatan operasional
5. Membuka kesempatan untuk menjangkau pasar yang lebih luas
6. Menekan biaya operasional, misalnya yang berkaitan dengan pengelolaan limbah
7. Meningkatkan kualitas hubungan dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*)
8. Mempererat hubungan dengan pihak regulator
9. Mendorong peningkatan peluang bagi perusahaan untuk meraih berbagai penghargaan
10. Mendorong peluang bagi perusahaan untuk meraih berbagai penghargaan.

Memahami *Corporate Social Responsibility* adalah langkah penting bagi setiap perusahaan yang ingin bertahan dan berkembang dalam jangka panjang. Dengan mengintegrasikan tanggung jawab sosial dalam strategi bisnis, perusahaan tidak hanya mendapatkan keuntungan finansial, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan.

2.1.5.3 Indikator Corporate Social Responsibility (CSR)

Perusahaan mengikuti standar pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dengan membuat laporan keberlanjutan yang diwajibkan bagi perusahaan yang telah IPO (*Initial Public Offering*) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sebelumnya, mereka menggunakan GRI G4 sebagai acuan untuk mengungkapkan

corporate social responsibility (CSR), namun kini telah digantikan oleh GRI Standar (Setiawan et al., 2022).

Adapun beberapa perbedaan antara GRI G4 dan GRI Standar; salah satunya adalah GRI Standar menggunakan istilah "*disclosure*" sedangkan GRI G4 menggunakan istilah "*indicator*". GRI Standar juga menunjukkan perbedaan antara klausul yang harus dipenuhi (*requirement*) dan yang direkomendasikan, yang mempermudah dalam menyusun laporan keberlanjutan serta menentukan prioritas dalam penulisan data dan informasi yang diperlukan, sementara GRI G4 mengharuskan penerbitan versi terbaru secara menyeluruh (Mazelfi, 2020).

Indikator Pengungkapan *sustainability report* pada GRI Standar 2021 terdiri dari 117 item yang diungkapkan, yaitu sebagai berikut :

Tabel 2. 1 Indikator GRI Standar 2021

No.	GRI STANDARD 2021	Pengungkapan
Pengungkapan Umum		
1. Organisasi dan praktik pelaporan		
1	GRI 2: Pengungkapan Umum 2021	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. Aktivitas dan Pekerja		
6	GRI 2: Pengungkapan Umum 2021	2-6 Aktivitas, rantai nilai, dan hubungan bisnis lainnya
7		2-7 Tenaga kerja
8		2-8 Pekerja yang bukan pekerja langsung
3. Tata Kelola		
9	GRI 2: Pengungkapan Umum 2021	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. Strategi, kebijakan, dan praktik		
22	GRI 2: Pengungkapan Umum 2021	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
5. Keterlibatan pemangku kepentingan		
29	GRI 2: Pengungkapan Umum 2021	2-29 Pendekatan untuk keterlibatan pemangku kepentingan
30		2-30 Perjanjian perundingan kolektif
Topik Material		
31	GRI 3: Topik Material 2021	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 2016	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 2016	203-1 Investasi infrastruktur dan dukungan layanan
41		203-2 Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan
42	GRI 204: Praktik Pengadaan 2016	204-1 Proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal
43	GRI 205: Antikorupsi 2016	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 Anti persaingan 2016	206-1 Langkah-langkah hukum untuk perilaku anti persaingan, praktik anti pakat dan monopoli
47	GRI 207: Pajak 2019	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 2016	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 2016	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 2018	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	304-1 Lokasi operasi yang dimiliki, disewa, dikelola, atau berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman 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 2016	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 2020	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 2016	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 2016	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 2016	402-1 Periode pemberitahuan minimum terkait perubahan operasional
86	GRI 403: Kesehatan dan Keselamatan Kerja 2018	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 2016	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 2016	405-1 Keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan

100		405-2 Rasio gaji pokok dan remunerasi perempuan dibandingkan laki-laki
101	GRI 406: Non diskriminasi 2016	406-1 Insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang dilakukan
102	GRI 407: Kebebasan Berserikat dan Perundingan Kolektif 2016	407-1 Operasi dan pemasok di mana hak atas kebebasan berserikat dan perundingan kolektif mungkin berisiko
103	GRI 408: Pekerja anak 2016	408-1 Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden pekerja anak
104	GRI 409: Kerja Paksa atau Wajib Kerja 2016	409-1 Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden kerja paksa atau wajib kerja
105	GRI 410: Praktik Keamanan 2016	410-1 Petugas keamanan yang dilatih mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia
106	GRI 411: Hak Masyarakat Adat 2016	411-1 Insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat
107	GRI 413: Masyarakat Setempat 2016	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 2016	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 2016	415-1 Kontribusi politik
112		416-1 Penilaian dampak kesehatan dan keselamatan dari berbagai kategori produk dan jasa
113	GRI 416: Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan 2016	416-2 Insiden ketidakpatuhan sehubungan dengan dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa
114	GRI 417: Pemasaran dan Pelabelan 2016	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 2016	418-1 Pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran terhadap privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan

Sumber : (Global Reporting Initiative (GRI), 2021)

GRI Standar dengan 117 item pengungkapan, memiliki banyak keunggulan dibandingkan versi sebelumnya. Cakupannya yang lebih luas memungkinkan organisasi untuk melaporkan kinerja keuangan keberlanjutan mereka secara lebih lengkap dan rinci. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan GRI Standar 2021 sebagai acuan untuk pengungkapan CSR. Standar ini diterbitkan pada Oktober 2021 dan mulai berlaku efektif pada Januari 2023, diharapkan semua perusahaan dapat melaporkan keberlanjutan mereka menggunakan standar terbaru (Global Reporting Initiative (GRI), 2021).

Pengukuran Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI) dalam penelitian ini menggunakan metode content analysis. Pendekatan ini mengadopsi skala dikotomi, di mana setiap item pengungkapan CSR diberi skor 1 jika diungkapkan dalam laporan perusahaan, dan skor 0 jika tidak diungkapkan (Maknuun, 2019). Skor dari seluruh item kemudian dijumlahkan untuk memperoleh total skor pengungkapan CSR bagi setiap perusahaan.

Pengukuran dilakukan berdasarkan indeks pengungkapan CSR masing – masing perusahaan dengan rumus perhitungan sebagai berikut :

$$CSRDI = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

CSRDI = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*

X_{ij} = Jumlah item yang diungkapkan perusahaan

N_j = jumlah item untuk perusahaan

Skor 1 Jika item diungkapkan dan Skor 0 jika tidak diungkapkan, maka :

$0 < CSRDI < 1$.

2.1.6 Good Corporate Governance (GCG)

2.1.6.1 Pengertian Good Corporate Governance (GCG)

Menurut (Effendi, 2016), atas ungkapannya mengatakan bahwa *good corporate governance* adalah :

“GCG adalah sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan agar proses bisnis berjalan sesuai dengan prinsip transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan kewajaran (fairness). GCG menekankan pentingnya pengelolaan risiko untuk mendukung pencapaian tujuan usaha perusahaan, termasuk menjaga set perusahaan serta meningkatkan kualitas investasi bagi para pemegang saham dalam jangka panjang”

Menurut (Sutedi, 2011), mengungkapkan bahwa *good corporate governance* yaitu sebagai berikut :

”GCG adalah sebuah sistem yang mengelola dan mengawasi perusahaan untuk menciptakan nilai tambah bagi semua pemangku kepentingan”

Dalam era dunia bisnis yang semakin kompleks dan terintegrasi secara global, perusahaan perlu menjalankan aktivitas operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG). Hal ini penting agar perusahaan tetap mampu menjaga daya saing seiring pesatnya perkembangan pasar yang semakin besar.

(Mckinsey & Company, 2002) menyatakan bahwa GCG menjadi salah satu fokus utama investor dalam menilai kesesuaian antara potensi pertumbuhan dan kemampuan finansial perusahaan, khususnya pada pasar yang sedang berkembang.

2.1.6.2 Prinsip – Prinsip *Good Corporate Governance* (GCG)

Prinsip – prinsip *good corporate governance* berdasarkan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor : PER – 01/MBU/2011 adalah sebagai berikut (Sudarmanto et al., 2021):

1. **Tranparansi** (*transparency*) : Keterbukaan dalam proses pengambilan keputusan dan dalam mengungkapkan informasi material dan relevan mengenai perusahaan.
2. **Akuntabilitas** (*accountability*) : Kejelasan mengenai fungsi, pelaksanaan, dan tanggung jawab organ, sehingga pengelolaan perusahaan dapat dilakukan secara efektif.
3. **Pertanggungjawaban** (*responsibility*) : Kesesuaian dalam pengelolaan perusahaan dengan perturan perundang – undangan dan prinsip – prinsip korporat yang sehat.
4. **Kemandirian** (*independency*) : Kondisi di mana perusahaan dikelola secara profesional tanpa adanya benturan kepentingan serta pengaruh atau tekanan dari pihak mana pun yang bertentangan dengan peraturan perundang – undangan dan prinsip – prinsip korporasi yang sehat.
5. **Kewajaran** (*fairness*) : Keadilan dan kesetaraan dalam memenuhi hak – hak pemangku kepentingan (*stakeholders*) yng muncul berdasarkan perjanjian dan peraturan perundang – undangan.

2.1.6.3 Tujuan dan Manfaat *Good Corporate Governance* (GCG)

Good corporate governance memiliki beberapa tujuan sebagai berikut (Sudarmanto et al., 2021) :

1. Mengoptimalkan nilai perusahaan untuk memiliki daya saing yang kuat baik di tingkat nasional maupun internasional.
2. Mendorong pengelolaan perusahaan yang profesional, efisien, dan efektif.
3. Mendorong pengambilan keputusan yang didasarkan pada nilai – nilai moral dan kepatuhan terhadap peraturan.
4. Meningkatkan kontribusi perusahaan terhadap perekonomian nasional.
5. Menciptakan iklim investasi yang mendukung.

Selain itu, *good corporate governance* juga memiliki beberapa manfaat sebagai berikut (Sudarmanto et al., 2021) :

1. Meningkatkan kinerja perusahaan melalui proses pengambilan keputusan yang lebih efektif serta memperbaiki kualitas pelayanan kepada para pemangku kepentingan.
2. Meningkatkan nilai perusahaan (*corporate value*)
3. Membangun dan memperkuat kepercayaan investor terhadap perusahaan.
4. Meningkatkan kepuasan pemegang saham melalui kenaikan nilai saham dan pembagian dividen.
5. Mengurangi biaya keagenan (*agency cost*) yang timbul akibat konflik kepentingan.
6. Menekan biaya modal (*cost of capital*).
7. Meningkatkan citra serta nilai perusahaan dalam jangka panjang.

8. Memperkuat kepercayaan *stakeholder* serta mendukung keberlanjutan perusahaan.

Penerapan *good corporate governance* memiliki dampak langsung terhadap kinerja, kepercayaan, dan keberlanjutan bisnis. Tanpa tata kelola yang baik, perusahaan berisiko menghadapi masalah seperti penyalahgunaan kekuasaan, konflik kepentingan, hingga manipulasi laporan keuangan. Implementasi *good corporate governance* membawa banyak manfaat nyata bagi perusahaan, seperti meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan kepercayaan investor, menekan risiko hukum dan reputasi, mendukung keberlanjutan bisnis, dan meningkatkan kinerja keuangan.

2.1.6.4 Indikator Good Corporate Governance (GCG)

Menurut (Sutedi, 2012), *Good Corporate Governance* terdapat 2 mekanisme yaitu :

- a. Mekanisme eksternal dipengaruhi oleh pihak di luar perusahaan, seperti investor, akutan publik, kreditor, serta lembaga yang berwenang dalam memberikan pengesahan legalitas.
- b. Mekanisme Internal dipengaruhi oleh faktor dari dalam perusahaan, yang meliputi kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, komisaris independen, serta komite audit.

Menurut (Sutedi, 2012), faktor faktor mekanisme internal meliputi

- 1) Kepemilikan institusional : Persentase saham yang dimiliki oleh lembaga besar seperti bank, perusahaan asuransi, dana pensiun, maupun pemerintah.
- 2) Kepemilikan manajerial : Persentase saham yang dimiliki oleh pihak manajemen, seperti direksi dan manajer.
- 3) Komisaris independen : Anggota dewan komisaris yang tidak memiliki hubungan bisnis maupun keluarga dengan direksi atau pemegang saham utama, sehingga bersifat independen.
- 4) Komite audit : Sebuah tim yang dibentuk oleh dewan komisaris untuk mengawasi aspek keuangan dan proses audit perusahaan.

2.1.7 Laba (*Profitability*)

2.1.7.1 Pengertian Laba (*Profitability*)

Laba merupakan elemen yang paling menjadi perhatian pemakai karena angka laba diharapkan cukup kaya untuk merepresentasi kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Menurut (Kartikahadi et al., 2023) yang dipublikasikan oleh Ikatan Akuntan Indonesia, menjelaskan pengertian dari laba yaitu sebagai berikut :

“Laba (profit) merupakan elemen penghasilan komprehensif yang berasal dari kegiatan operasi normal perusahaan. Laba bersih dihitung sebagai selisih antara pendapatan dan beban sesuai ketentuan PSAK 1 serta Kerangka Konseptual Akuntansi”

Menurut (Munawir, 2014), menjelaskan bahwa profitabilitas yaitu sebagai berikut :

“ Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu”.

Menurut (Hanafi, 2010: 32) bahwa laba merupakan :

“Ukuran keseluruhan prestasi perusahaan, yang didefinisikan sebagai berikut : $Laba = Penjualan - Biaya$ ”.

Dapat disimpulkan bahwa laba adalah kelebihan pendapatan di atas biaya sebagai imbalan menghasilkan barang dan jasa selama satu periode akuntansi.

Terdapat 2 jenis – jenis laba menurut (Hanafi, 2010), yaitu:

1. Laba kotor (*Gross Profit*) merupakan laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya – biaya yang menjadi beban perusahaan. Artinya, laba keseluruhan yang pertama kali perusahaan peroleh.
2. Laba bersih (*Net Profit*) merupakan laba yang telah dikurangi biaya – biaya yang merupakan beban perusahaan dalam satu periode tertentu termasuk pajak.

2.1.7.2 Dimensi Waktu dalam Profitabilitas

Profitabilitas dapat dianalisis dalam dua dimensi waktu menurut (Widnyana et al., 2025) yaitu sebagai berikut :

1. Jangka pendek, dapat diukur melalui laba rugi tahunan, seperti *Net Profit Margin* dan ROA.

2. Jangka panjang, yang menilai kemampuan perusahaan mempertahankan laba selama beberapa tahun berturut – turut. Ini disebut sebagai stabilitas profitabilitas dan sering digunakan dalam penilaian kredit dan investasi jangka panjang.

Perusahaan dengan profitabilitas jangka panjang yang konsisten dianggap memiliki resiliensi bisnis yang kuat, daya saing yang tinggi, serta reputasi yang baik di mata investor.

2.1.7.3 Indikator Laba (*Profitability*)

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan operasional bisnisnya (Hery, 2018). Semakin besar nilai rasio tersebut, maka semakin baik pula kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan. Oleh karena itu, profitabilitas menjadi salah satu indikator utama yang dijadikan pertimbangan investor dalam menilai prospek perusahaan serta menentukan keputusan investasinya (Laksono & Wahidahwati, 2019). Setiap perusahaan mengharapkan profit yang maksimal. Laba merupakan alat ukur utama kesuksesan suatu perusahaan. Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan oleh perusahaan. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan digunakan rasio profitabilitas.

Dijelaskan oleh (Kasmir, 2019) dalam bukunya, bahwa rasio profitabilitas adalah sebagai berikut :

“Rasio Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan”.

2.1.7.4 Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun luar perusahaan yaitu sebagai berikut (Kasmir, 2019):

1. Pengukuran dan perhitungan laba yang diterima perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Sebagai perbandingan posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Digunakan untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Sebagai penilai besarnya laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri.
5. Digunakan dalam pengukuran produktifitas dan seluruh dana perusahaan yang digunakan modal sendiri maupun modal pinjaman.
6. Mengukur produktivitas dari keseluruhan dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Sebaiknya perusahaan dapat membuat perhitungan rasio ini agar mengetahui nilai keuntungan atau kerugian. Berikut ini manfaat rasio profitabilitas yang diperoleh yaitu (Kasmir, 2019):

1. Dapat mengetahui secara pasti laba/keuntungan dari perusahaan dalam periode tertentu.
2. Sebagai tolak ukur dalam penilaian yang dilakukan bank atau investor kepada perusahaan
3. Bermanfaat untuk mengetahui dan memahami efisiensi dari sebuah bisnis.
4. Bagi pihak manajer rasio ini akan menjadi acuan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan.

5. Sebagai tolak ukur bagi para trader saham dalam menilai apakah saham perusahaan layak dibeli atau tidak.

2.1.7.5 Jenis – Jenis Rasio Profitabilitas

Menurut (Kasmir, 2014: 115) secara umum terdapat empat jenis utama yang digunakan dalam menilai tingkat profitabilitas, di antaranya yaitu:

1. *Profit Margin (Profit Margin on Sales)*

Profit Margin on Sales atau Rasio Margin atau Margin laba atas penjualan, merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk menilai besarnya margin keuntungan yang diperoleh dari penjualan. Pengukurannya dilakukan dengan membandingkan laba bersih setelah pajak terhadap total penjualan bersih. Adapun rumusnya sebagai berikut :

$$\text{Profit Margin on Sales} = \frac{\text{Earning after Interest and Tax}}{\text{Sales}}$$

(Kasmir, 2014 : 136)

2. *Return on Investment (ROI)*

Tingkat pengembalian investasi atau yang dikenal sebagai *Return on Investment* (ROI) maupun *Return on Assets* (ROA) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian atas seluruh asset yang dimanfaatkan perusahaan. Rasio ini mencerminkan seberapa efektif manajemen dalam mengelola investasi atau asset yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut :

$$ROI = \frac{\text{Earning after Interest and Tax}}{\text{Total Assets}}$$

(Kasmir, 2014: 136)

3. *Return on Equity (ROE)*

Return on Equity (ROE) atau sering disebut sebagai rentabilitas modal sendiri merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih setelah pajak berdasarkan modal yang dimiliki pemegang saham. Rasio ini mencerminkan tingkat efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan modal sendiri. Semakin tinggi nilai ROE, semakin baik kinerja perusahaan, karena menunjukkan posisi pemilik perusahaan yang semakin kuat, dan begitu pula sebaliknya. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Earning after Interest and Tax}}{\text{Equity}}$$

(Kasmir, 2014 :137)

4. *Laba Per Lembar Saham (Earning Per Share)*

Rasio Laba Per Lembar Saham (*Earning Per Share*) yang dikenal juga sebagai rasio nilai buku per saham, merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai keberhasilan manajemen dalam menghasilkan keuntungan bagi para pemegang saham. Nilai rasio yang rendah menunjukkan bahwa manajemen belum mampu memberikan hasil yang optimal kepada pemegang saham. Sebaliknya, jika rasio ini tinggi, maka hal tersebut mencerminkan meningkatnya kesejahteraan pemegang saham karena tingkat pengembalian yang diperoleh juga semakin besar. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$\text{Earning Per Share} = \frac{\text{Laba Saham Biasa}}{\text{Saham Biasa yang Beredar}}$$

(Kasmir, 2014: 137)

Adapun jenis – jenis profitabilitas dalam buku Agus Sartono, (2010: 113), sebagai berikut:

1. *Gross Profit Margin* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan, yang dinyatakan dalam persentase laba kotor terhadap total penjualan perusahaan.

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan}}$$

2. *Net Profit Margin* digunakan untuk mengetahui laba bersih dari penjualan setelah dikurangi pajak.

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

3. *Profit Margin* digunakan untuk menghitung laba sebelum pajak dibagi total penjualan.

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

4. *Return On Investment* atau *Return On Assets* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan.

$$\text{Return On Investment/Assets} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

5. *Return On Equity* mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}}$$

Menurut (Fahmi, 2019), terdapat beberapa jenis rasio profitabilitas, antara lain sebagai berikut :

1. *Gross Profit Margin* (GPM). Rasio ini menunjukkan margin laba kotor yang menggambarkan hubungan antara penjualan dengan harga pokok penjualan. GPM digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mengendalikan biaya persediaan serta menghasilkan laba kotor.
2. *Net Profit Margin* (NPM). Rasio ini digunakan untuk mengukur besarnya laba bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Pengukurannya dilakukan dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan total penjualan bersih.
3. *Return On Investment* (ROI). Rasio ini menilai sejauh mana investasi yang telah ditanamkan perusahaan mampu memberikan tingkat pengembalian sesuai harapan. Investasi yang dimaksud pada dasarnya merupakan total asset yang dimiliki perusahaan.
4. *Return On Equity* (ROE). Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya atau modal sendiri untuk menghasilkan laba bagi pemegang saham.

2.1.8 Nilai Perusahaan

2.1.8.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Menurut (Fahmi, 2019) menjelaskan bahwa nilai perusahaan merupakan sebagai berikut :

“Nilai perusahaan yaitu rasio nilai pasar yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberikan pemahaman tentang seberapa besar penilaian pasar terhadap perusahaan tersebut’.

Menurut (Brigham & Joel F. Houston, 2019), pengertian nilai perusahaan yaitu sebagai berikut :

“Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayarkan oleh investor untuk memperoleh suatu perusahaan. Nilai ini mencerminkan persepsi pasar terhadap prospek dan kinerja perusahaan di masa mendatang. Nilai perusahaan biasanya diukur menggunakan rasio *Price to Book Value* (PBV), yang menunjukkan seberapa tinggi pasar menilai ekuitas buku perusahaan. Semakin tinggi nilai PBV, semakin besar kepercayaan investor terhadap potensi pertumbuhan perusahaan tersebut”.

Sedangkan menurut (Husnan & Pudjiastuti, 2012) menjelaskan nilai perusahaan sebagai berikut :

“Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia di bayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual”.

Nilai perusahaan merupakan hasil dari proses yang telah dijalani perusahaan sehingga membentuk tingkat kepercayaan masyarakat terhadap keberadaannya. Nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan kinerja yang baik serta prospek masa depan yang diyakini oleh investor (Pambudi & Ahmad, 2022). Nilai ini umumnya tercermin pada harga saham. Apabila harga saham mengalami penurunan, maka nilai perusahaan juga ikut menurun yang berdampak pada berkurangnya kesejahteraan pemegang saham. Sebaliknya, semakin tinggi harga saham, semakin

tinggi pula nilai perusahaan sehingga kemakmuran pemegang saham akan meningkat. Oleh karena itu, nilai perusahaan menjadi aspek yang sangat penting bagi para pemegang saham.

2.1.8.2 Tujuan dan Manfaat Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan memiliki peranan yang sangat penting, karena peningkatan nilai perusahaan akan diikuti oleh kenaikan harga saham yang mencerminkan meningkatnya kesejahteraan pemegang saham. Kenaikan nilai perusahaan juga menunjukkan adanya perbaikan kinerja perusahaan. Secara tidak langsung, hal tersebut mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kemakmuran pemegang saham sebagai salah satu tujuan utama perusahaan (Murniati, 2023).

Tujuan utama perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan, hal ini digunakan sebagai pengukur keberhasilan perusahaan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatnya kemakmuran pemilik perusahaan atau para pemegang saham (Brigham & Joel F. Houston, 2010).

Adapun manfaat utama nilai perusahaan menurut (Brigham & Joel F. Houston, 2019) adalah memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham, semakin besar pula tingkat kesejahteraan dan kekayaan yang diperoleh oleh pemegang saham. Selain itu, nilai perusahaan yang tinggi memberikan sinyal positif di pasar, sehingga mempermudah perusahaan dalam memperoleh pendanaan eksternal dengan biaya modal yang lebih rendah, meningkatkan daya tarik bagi investor, serta memperkuat posisi perusahaan dalam proses merger maupun akuisisi.

2.1.8.3 Indikator Pengukuran Nilai Perusahaan

Menurut (Fahmi, 2019) rasio nilai pasar merupakan kelompok rasio yang berfungsi untuk menilai kondisi pasar saham perusahaan dalam suatu periode tertentu. Rasio ini menggambarkan situasi yang sedang berlangsung di pasar dan memberikan pemahaman kepada manajemen perusahaan mengenai dampak dari kebijakan yang diterapkan saat ini terhadap kondisi di masa mendatang.

Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Rasio ini digunakan untuk menilai perusahaan berdasarkan data yang tercantum dalam laporan keuangan serta untuk mengetahui perkembangan perusahaan dari waktu ke waktu. PBV juga menjadi salah satu indikator yang dipertimbangkan investor dalam mengavaluasi kinerja dan nilai suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja baik umumnya menunjukkan nilai PBV di atas satu, yang berarti bahwa nilai pasar saham lebih tinggi dibandingkan dengan nilai bukunya.

Nilai perusahaan yang diukur dengan *Price to Book Value* (PBV) merupakan rasio yang membandingkan harga pasar saham dengan nilai buku perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja baik umumnya menunjukkan nilai PBV lebih dari satu, yang berarti nilai pasar saham lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya (Sari & Mildawati, 2017). Adapun rumus *Price to Book Value* (PBV) menurut (Fahmi, 2019) adalah sebagai berikut:

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

Nilai buku saham dapat dihitung dengan:

$$Nilai\ Buku\ Saham = \frac{Total\ Ekuitas}{Jumlah\ Saham\ Beredar}$$

Dalam penelitian ini nilai perusahaan akan diukur dengan *Price to Book Value* (PBV), karena dapat menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan.

Selain itu, adapun rasio lainnya untuk menghitung nilai pasar menurut (Fahmi, 2019) yaitu sebagai berikut :

1. *Earning Per Share* (EPS)

Earning Per Share atau pendapatan per lembar saham merupakan ukuran yang menunjukkan besarnya laba bersih yang diperoleh perusahaan untuk setiap lembar saham yang beredar. Rasio ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi para pemegang saham. Semakin tinggi nilai *Earning Per Share*, semakin besar juga keuntungan yang dapat diatribusikan kepada setiap saham. Adapun rumusnya yaitu sebagai berikut :

$$EPS = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Jumlah Saham Biasa}}$$

2. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio atau rasio harga laba adalah rasio yang mengukur seberapa mahal harga pasar suatu saham dibandingkan dengan laba per saham yang dihasilkan. Ratio ini dihitung dengan membandingkan harga saham saat ini terhadap *Earning Per Share*. *Price Earning Ratio* yang tinggi biasanya mencerminkan ekspektasi pasar terhadap pertumbuhan laba perusahaan di masa mendatang. Rumusnya yaitu sebagai berikut :

$$PER = \frac{\text{Harga Pasar Saham per Lembar}}{EPS}$$

3. *Book Value Per Share (BVS)*

Book Value Per Share atau nilai buku per lembar saham menunjukkan nilai ekuitas bersih perusahaan yang diatribusikan per lembar saham. Rasio ini diitung dari total modal sendiri (ekuitas) dibagi saham biasa yang beredar. *Book Value Per Share* memberikan gambaran tentang nilai aset bersih perusahaan jika dihitung berdasarkan nilai buku. Adapun rumus *Book Value Per Share* sebagai berikut :

$$BVS = \frac{\text{Total Ekuitas (Modal Sendiri)}}{\text{Jumlah Saham Biasa yang Beredar}}$$

4. *Dividen Yield*

Dividen Yield atau imbal hasil dividen mengukur persentase pengembalian yang diperoleh investor dari dividen relative terhadap harga saham saat ini. Adapun rumusnya sebagai berikut :

$$\text{Dividen Yield} = \frac{\text{Dividen per Saham}}{\text{Harga Pasar Saham per Lembar}} \times 100\%$$

5. *Dividen Payout Ratio*

Dividen Payout Ratio atau rasio pembayaran dividen menggambarkan seberapa besar persentase laba bersih perusahaan yang dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen. Rasio ini juga menunjukkan berapa bagian laba yang ditahan oleh perusahaan untuk keperluan reinvestasi atau cadangan. Rumus dari *Dividen Payout Ratio* yaitu :

$$\text{Dividen Payout Ratio} = \frac{\text{Dividen per Saham}}{EPS} \times 100\%$$

Adapun rasio untuk mengukur nilai pasar perusahaan dengan menggunakan Tobin's Q menurut (Tandelilin, 2017). Tobin's Q menunjukkan seberapa besar pasar

(investor) menghargai perusahaan dibandingkan dengan biaya untuk membangun atau mengganti aset – asetnya saat ini. Rumus Tobin's Q yaitu :

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

Keterangan :

Q = Nilai Perusahaan
MVS = Nilai Pasar Saham
D = Nilai Buku dari total utang
TA = Total Asset

2.1.9 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini bersumber dari beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki karakteristik yang realtif serupa dalam tema penelitian, meskipun memiliki perbedaan dalam hal subjek penelitian, jumlah variabel, dan model penelitian, atau metode analisis yang digunakan. Penelitian ini akan mengeksplorasi Penerapan Green Accounting, Corporate Social Responsibility, Dan Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Tingkatan Pencapaian Laba Serta Dampaknya Pada Nilai Perusahaan.

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Varibel	Hasil Penelitian
1.	(Septiana et al., 2016)	PENGARUH MEKANISME GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan Makanan dan Minuman Tahun 2011-2014)	X : Good Corporate Governance Y : Profitabilitas	• Sistem tata kelola perusahaan yang baik mampu mempengaruhi besar kecilnya profitabilitas perusahaan.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Varibel	Hasil Penelitian
2.	(Komalasari & Purnawati, 2017)	Peran Profitabilitas Dalam Memoderasi Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan	X : Corporate Social Responsibility Y : Nilai Perusahaan Z : Profitabilitas	• Corporate social responsibility berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. • profitabilitas mampu memoderasi pengaruh Corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan.
3.	(Karina & Setiadi, 2020)	Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG sebagai Pemoderasi	X : Corporate Social Responsibility Y : Nilai Perusahaan Z : Good Corporate Governance	• Hasil analisis menunjukkan bahwa CSR secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin baik penerapan CSR oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. • GCG sebagai variabel moderating memperlemah terhadap hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.
4.	(Erlangga et al., 2021)	Penerapan Green accounting Dan Corporate social responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas	X ₁ : Penerapan Green Accounting X ₂ : Corporate	• Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan atas penerapan Green

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Varibel	Hasil Penelitian
			Social Responsibility Y : Nilai Perusahaan Z : Profitabilitas	accounting dan Corporate social responsibility Disclosure terhadap profitabilitas • nilai perusahaan, profitabilitas juga mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan, namun pengaruh mediasi dari variabel profitabilitas tidak terjadi.
5.	(Melawati & Rahmawati, 2022)	Pengaruh Green accounting Dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan: Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi	X ₁ : Penerapan Green Accounting X ₂ : Corporate Social Responsibility Y : Nilai Perusahaan Z : Profitabilitas	• Green accounting Tidak Berpengaruh Terhadap Profitabilitas. • Pengungkapan CSR Berpengaruh Negatif Terhadap Profitabilitas. • Profitabilitas Tidak Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan. • Green accounting Tidak Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan. • Pengungkapan CSR Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Varibel	Hasil Penelitian
				• Profitabilitas Tidak Dapat Mempengaruhi Hubungan Antara Green accounting Terhadap Nilai Perusahaan, • Profitabilitas Tidak Dapat Mempengaruhi Hubungan Antara Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan
6.	(Oktavianna & Astuti, 2022)	Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, dan Green Accounting terhadap Nilai Perusahaan	X_1 : Good Corporate Governance X_2 : Corporate Social Responsibility X_3 : Green Accounting Y : Nilai Perusahaan	• Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, dan Green Accounting secara simultan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. • Good Corporate Governance yang diproxykan dengan ukuran dewan komisaris independen, dan Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan • Green Accounting berpengaruh

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Varibel	Hasil Penelitian
				positif terhadap nilai perusahaan.
7.	(Kholmi & Nafiza, 2022)	Pengaruh Penerapan Green Accounting dan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2019)	X ₁ : Green Accounting X ₂ : Corporate Social Responsibility Y : Profitabilitas	• Akuntansi hijau (green accounting) tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. • CSR berpengaruh terhadap positif terhadap profitabilitas
8.	(Pratama et al., 2022)	PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP PROFITABILITAS (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE TAHUN 2014-2020)	X : Good Corporate Governance Y : Profitabilitas	• Terdapat pengaruh Komite Audit terhadap rasio profitabilitas • Terdapat pengaruh Dewan Direksi terhadap rasio profitabilitas • Terdapat pengaruh Komisaris Independen terhadap rasio profitabilitas • Terdapat pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap rasio profitabilitas • Terdapat pengaruh Komite Audit, "Dewan Direksi, " Komisaris Independen

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Varibel	Hasil Penelitian
				dan”Kepemilikan Institusional secara simultan terhadap” Profitabilitas • Kepemilikan” Institusional memiliki pengaruh dominan dari pada indikator Good Corporate Governance
9.	(Nugroho, 2023)	Efek Mediasi Profitabilitas pada Pengaruh Green accounting terhadap Nilai Perusahaan	X : Green Accounting Y : Nilai Perusahaan Z : Profitabilitas	• Hasil penelitian Green accounting berpengaruh signifikan positif terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan, • Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memediasi hubungan Green accounting terhadap nilai perusahaan
10.	(N. K. N. Astuti et al., 2022)	Pengaruh Penerapan Green Accounting, Profitabilitas, dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan	X ₁ : Green Accounting X ₂ : Profitabilitas X ₃ : Corporate Social Responsibility Y : Nilai Perusahaan	• Green accounting berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pertambangan sektor batubara. • Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pertambangan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Varibel	Hasil Penelitian
				sektor batubara. • CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pertambangan sektor batubara.
11.	(Purbawati & Mujiyati, 2024)	Effect of Green Accounting, Corporate Social Responsibility And Good Corporate Governance on Profitability of Manufacturing Companies Listed on The IDX (2018-2021)	X ₁ : Green Accounting X ₂ : Corporate Social Responsibility X ₃ : Good Corporate Governance Y : Profitabilitas	• Green Accounting tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan GCG berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.
12.	(Fadilah, 2024)	PENGARUH GREEN ACCOUNTING DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MELALUI PROFITABILITAS	X ₁ : Green Accounting X ₂ : Corporate Social Responsibility Y : Nilai Perusahaan Z : Profitabilitas	• Green accounting tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas • Corporate social responsibility berpengaruh signifikan terhadap terhadap profitabilitas • Green accounting tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan • Corporate social responsibility tidak berpengaruh terhadap nilai

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Varibel	Hasil Penelitian
				perusahaan • Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan • Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh green accounting terhadap nilai perusahaan
13.	(Zulaeha et al., 2025)	Pengaruh Penerapan Green Accounting, Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance terhadap Profitabilitas (Studi pada Perusahaan Sektor Energi yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2023)	X_1 : Green Accounting X_2 : Corporate Social Responsibility X_3 : Good Corporate Governance Y : Profitabilitas	• Green Accounting berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas • Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas • Good Corporate Governance secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Profitabilitas • Secara simultan, ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap Profitabilitas

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Varibel	Hasil Penelitian
14.	(Tisnowati, 2025)	Pengaruh Green Accounting, Corporate Social Responsibility, dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan.	X_1 : Green Accounting X_2 : Corporate Social Responsibility X_3 : Good Corporate Governance Y : Nilai Perusahaan	• Green Accounting berpengaruh terhadap nilai perusahaan • Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan • Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan • Komite Audit tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
15.	(Sianturi et al., 2025)	Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Profitabilitas Perusahaan Sektor Properti dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	X : Good Corporate Governance Y : Profitabilitas	• Perusahaan efektif (GCG) secara bersamaan berkontribusi signifikan pada tingkat profitabilitas

Sumber : Data diolah, 2026

2.2 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan mekanisme *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap tingkat pencapaian laba serta implikasinya terhadap nilai perusahaan. dalam penelitian ini, *Green Accounting*, CSR, GCG bertindak

sebagai variabel independen, dan tingkatan pencapaian laba sebagai variabel dependen.

2.2.1 Pengaruh Penerapan *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility* (CSR), Mekanisme *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Tingkatan Pencapaian Laba.

Penerapan *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, dan Mekanisme *Good Corporate Governance* secara simultan diharapkan dapat memengaruhi tingkat pencapaian laba perusahaan. Ketiga faktor tersebut mencerminkan komitmen perusahaan dalam bidang lingkungan, sosial, dan tata kelola yang baik, yang secara bersama – sama dapat meningkatkan efisiensi operasional serta kinerja keuangan secara keseluruhan.

Berbagai analisis penelitian terdahulu mendukung adanya pengaruh simultan tersebut. (Risal et al., 2025) menunjukkan pengaruh positif gabungan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap profitabilitas. (Anisa, 2025) pada perusahaan sektor energi terdapat pengaruh secara bersama – sama.

Penelitian terdahulu dalam buku (Almunawwaroh et al., 2022), menunjukkan bahwa penerapan *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, Mekanisme *Good Corporate Governance* secara simultan maupun parsial berpengaruh terhadap tingkat pencapaian laba perusahaan. Ketiga variabel ini saling mendukung dalam menciptakan efisiensi operasional, mengurangi risiko, serta meningkatkan kinerja

keuangan jangka panjang melalui integrasi aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan.

2.2.2 Pengaruh Penerapan *Green Accounting* Terhadap Tingkatan Pencapaian Laba.

Green Accounting merupakan pendekatan akuntansi yang memasukkan aspek lingkungan ke dalam proses pengukuran, pencatatan, dan pelaporan keuangan perusahaan. Dengan menerapkan *Green Accounting*, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya alam, menekan biaya lingkungan, serta memperbaiki citra perusahaan di mata pemangku kepentingan. Hal tersebut pada akhirnya diharapkan mampu mendorong peningkatan laba perusahaan melalui penghematan biaya operasional dan peningkatan pendapatan dari kegiatan usaha yang ramah lingkungan.

Hasil analisis mengenai pengaruh *Green Accounting* terhadap profitabilitas menunjukkan adanya pengaruh positif sebagaimana di dukung oleh penelitian (Himawan et al., 2025), (Rusmino et al., 2025), dan (Hadriyani & Dewi, 2022).

Menurut (Almunawwaroh et al., 2022) dalam bukunya menyatakan bahwa penerapan *Green Accounting* berpengaruh terhadap tingkat pencapaian laba karena mampu mengintegrasikan biaya lingkungan ke dalam sistem akuntansi, sehingga meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya dan mengurangi risiko lingkungan yang pada akhirnya mendukung profitabilitas perusahaan yang lebih baik.

2.2.3 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Tingkatan Pencapaian Laba

Corporate Social Responsibility mencerminkan komitmen perusahaan untuk bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Melalui implementasi *Corporate Social Responsibility* yang baik, perusahaan dapat meningkatkan reputasi, memperkuat kepercayaan *stakeholder*, serta mendapatkan dukungan yang lebih besar dari masyarakat dan pemerintah. Dukungan tersebut diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, memperluas akses pasar, serta mengurangi risiko sosial, sehingga berdampak positif pada pencapaian laba perusahaan.

Menurut analisis penelitian tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas menunjukkan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan dan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas sebagaimana di dukung oleh penelitian (Idial et al., 2025) dan (Pratiwi et al., 2020).

Dalam buku penelitian terdahulu (Prayudi, 2021), mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap tingkat pencapaian laba perusahaan karena aktivitas sosial yang dilakukan dapat meningkatkan reputasi, loyalitas *stakeholder*, serta dukungan dari masyarakat dan pemerintah, yang secara tidak langsung mendukung pertumbuhan profitabilitas jangka panjang.

2.2.4 Pengaruh Mekanisme *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Tingkatan Pencapaian Laba

Good Corporate Governance merupakan sistem tata kelola perusahaan yang menekankan prinsip transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan keadilan. Penerapan *Good Corporate Governance* yang efektif diharapkan dapat mengurangi konflik kepentingan, mencegah praktik kecurangan, meningkatkan kualitas pengawasan, serta meningkatkan efisiensi pengelolaan perusahaan secara keseluruhan. Dengan demikian, penerapan *Good Corporate Governance* yang baik diyakini dapat meningkatkan kinerja keuangan, khususnya dalam hal pencapaian laba.

Dari analisis penelitian pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap profitabilitas masih bervariasi. Menurut penelitian (Makrifat, 2019) dan (Bohang et al., 2021) menunjukkan hasil pengaruh negatif, sedangkan menurut (Syahputri & Saragih, 2024) dan (Izdihar & Suryono, 2020) menunjukkan hasil pengaruh positif.

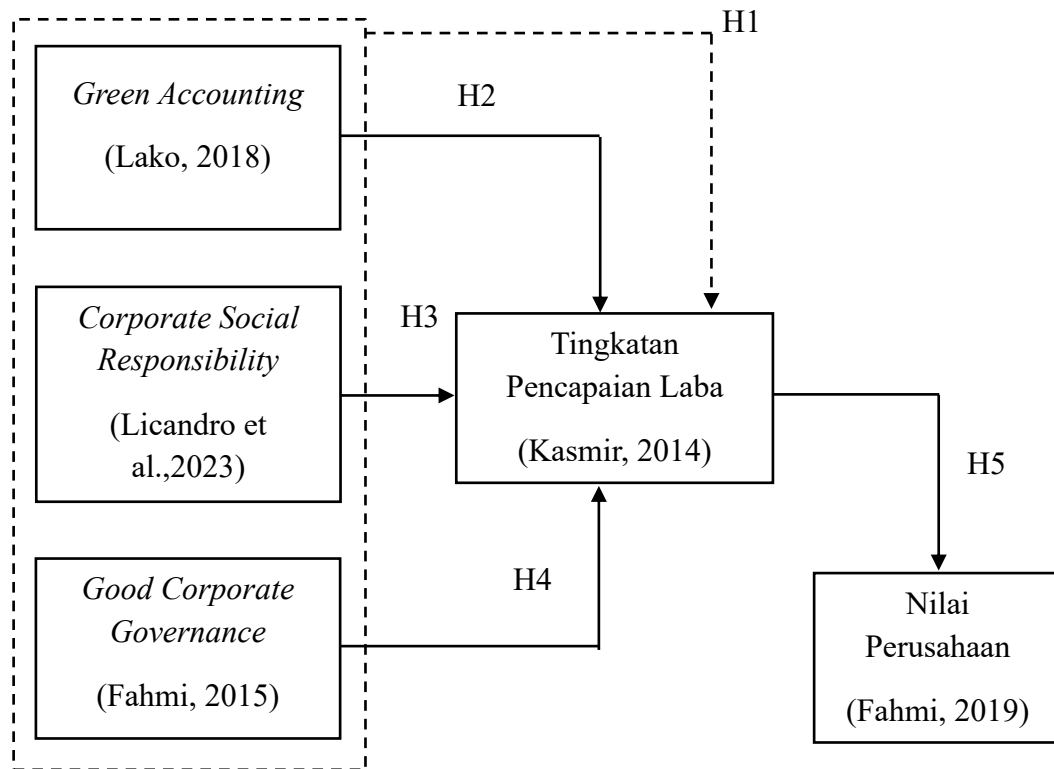
Penelitian terdahulu menurut (Samdin & La Utu, 2023) dalam bukunya menegaskan bahwa mekanisme *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap tingkat pencapaian laba melalui peningkatan transparansi, akuntabilitas, dan pengawasan manajemen, sehingga dapat mengurangi risiko agensi serta meningkatkan efektivitas pengambilan keputusan dalam menghasilkan keuntungan perusahaan.

2.2.5 Pengaruh Tingkatan Pencapaian Laba Terhadap Nilai Perusahaan

Tingkat pencapaian laba (profitabilitas) merupakan salah satu indikator kinerja utama yang digunakan investor untuk menilai prospek perusahaan. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan secara berkelanjutan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan pasar modal.

Hasil penelitian ini masih bervariasi, namun mayoritas peneliti mendukung hipotesis ini. Penelitian (Lutfi & Panuntun, 2024), (Aryani et al., 2024), dan (Septiani, 2024) menemukan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan. Sedangkan menurut (Yahya & Fietroh, 2021) menemukan hasil pengaruh negatif.

Menurut penelitian (Widyakto et al., 2025) dalam bukunya, menyatakan bahwa tingkat pencapaian laba (profitabilitas) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan karena profitabilitas yang tinggi mencerminkan kinerja operasional yang baik, meningkatkan kepercayaan investor, serta mendorong kenaikan harga saham dan persepsi pasar terhadap prospek perusahaan di masa depan.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka penelitian dan penelitian terdahulu di atas, maka perlu dilakukan pengujian hipotesis untuk menentukan apakah terdapat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Penelitian mengusulkan hipotesis sementara dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

H1 : Terdapat pengaruh penerapan *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility* (CSR), Mekanisme *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap tingkatan pencapaian laba.

H2 : Terdapat pengaruh penerapan *Green Accounting* terhadap tingkatan pencapaian laba.

H3 : Terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap tingkatan pencapaian laba.

H4 : Terdapat pengaruh mekanisme *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap tingkatan pencapaian laba.

H5 : Terdapat pengaruh tingkatan pencapaian laba terhadap nilai perusahaan.