BAB II
KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Pratiwi dan Rahayu, (2019) melakukan penelitian tentang pengaruh green accounting pada pertumbuhan harga saham dengan profitabilitas sebagai variabel moderating pada perusahaan manufaktur sektor food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016 dengan populasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 – 2016 dan di pilih secara purposive sampling. Terdapat 10 perusahaan sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa green accounting berpengaruh positif pada pertumbuhan harga saham perusahaan. Artinya semakin tinggi penerapan green accounting maka semakin meningkat pertumbuhan harga saham perusahaan. Sedangkan analisis variabel moderating dengan metode uji interaksi moderated regression analysis (MRA) menunjukkan bahwa profitabilitas memoderasi pengaruh green accounting pada pertumbuhan harga saham perusahaan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa green accounting dapat meningkatkan pertumbuhan harga saham perusahaan pada saat profitabilitas tinggi dan sebaliknya.

Erlangga *et al.*, (2019) melakukan penelitian tentang Penerapan Green Accounting dan Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas dengan sampel pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 dandi pilih secara purposive sampling. Terdapat 200 perusahaan sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan atas penerapan Green Accounting dan Corporate Social Responsibility Disclosure terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan, profitabilitas juga mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan, namun pengaruh mediasi dari variabel profitabilitas tidak terjadi.

Dewi dan Narayana, (2020) melakukan penelitian tentang Implementasi Green Accounting, Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan dengan sampel pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa

Efek Indonesia tahun 2015-2019. Data yang digunakan adalah data sekunder yang berupa environmental cost, return on equity, CSR Indeks, dan Tobins'Q. t. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa pengaruh terhadap green accounting berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hal ini diperoleh dari nilai signifikansi sebesar 0,003 dengan nilai koefisien beta 0,228. Profitabilitas juga memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan adalah pengaruh yang positif, hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai koefisien beta 0,724. Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan juga menunjukkan arah yang positif, yang ditunjukkan dari nilai signifikansi sebesar 0,011 dengan nilai koefisien beta 0,210 bernilai positif.

Wardani dan Sa'adah, (2020) melakukan penelitian tentang pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan pertambangan dan perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan bahan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan terdaftar pada peringkat PROPER tahun 2016-2018 sebanyak 14 perusahaan. Metode analisis data dilakukan dengan menggunakan analisa Path. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variabel intervening.

Mardiana dan Wuryani, (2019) melakukan penelitian pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2017. Diperoleh sampel sebanyak 33 perusahaan dengan 132 observasi dari teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas dapat memoderasi hubungan antara kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini adalah replikasi dari penelitian (Dewi dan Narayana, 2020) pada tahun 2019. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terdapat pada objek penelitian dan variabel independen yang digunakan. Objek penelitian sebelumnya adalah pada perusahaan pertambangan sedangkan, objek penelitian ini adalah pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2022.

B. Teori dan Kajian Pustaka

1. Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah, individu dan kelompok masyarakat (Gray, 1996). Hal ini mengindikasi adanya kontrak sosial antara perusahaan terhadap masyarakat dan adanya pengungkapan sosial lingkungan. Perusahaan menjalankan kontrak sosial harus menyesuaikan dengan nilai dan norma yang berlaku agar berjalan dengan selaras. Teori legitimasi yang didasarkan pada adanya kontak sosial antara sebuah institusi dengan masyarakat, dimana diperlukan sebuah tujuan institusi yang kongruen dengan nilai yang ada didalam sebuah masyarakat (Erlangga et al., 2019). Menurut teori ini, tindakan sebuah institusi haruslah mempunyai aktivitas dan kinerja yang dapat diterima oleh masyarakat.

Teori legitimasi pada dasarnya adalah teori berorientasikan sistem di mana organisasi atau entitas dipandang sebagai bagian dari lingkungan dan sosial yang memiliki aktivitas dan kinerja yang harus mampu diterima oleh masyarakat (Purnama, 2018). Menurut pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa teori legitimasi memiliki keberpihakan pada publik (masyarakat dan pemerintah) bukan hanya para pemegang saham. Oleh sebab itu, perusahaan perlu mencoba dan berupaya menyakinkan masyarakat bahwa perusahaan tersebut telah beroperasi dalam batas dan norma di masyarakat. Keadaan ini menunjukkan adanya perikatan sosial antara perusahaan dengan masyarakat (Pratiwi dan Rahayu, 2019). Anggapan atau asumsi bahwa ada hubungan sosial antara perusahaan dan masyarakat di mana

ia beroperasi adalah salah satu cara untuk menjelaskan harapan masyarakat tentang bagaimana sebuah perusahaan harus melakukan aktivitasnya. Harapan dan norma masyarakat yang terus berubah dari waktu ke waktu, mengharuskan perusahaan untuk selalu merespon perubahan yang terjadi pada lingkungan sekitar. Legitimasi juga mampu membuat perusahaan terhindar dari masyarakat yang beranggapan buruk dan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut mampu membuat perusahaan semakin sadar pentingnya hubungan antara perusahaan dengan masyarakat serta lingkungan.

2. Teori Stakeholder

Menurut Freeman, (2018) *stakeholder theory* merupakan teori yang menujukkan suatu perusahaan yang beroperasi tidak hanya untuk kepentingan sendiri, melainkan harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analisis dan pihak lain). Teori stakeholder menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab sosial untuk mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terpengaruh oleh keputusan perusahaan. Oleh karena itu, dukungan dari stakeholder sangat penting bagi kelangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan di masyarakat.

Dalam pandangan teori stakeholder, nilai perusahaan tercermin dari keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya dengan memperhitungkan dan memenuhi kebutuhan, harapan, dan kontribusi dari berbagai pihak yang terlibat dan terpengaruh oleh kegiatan perusahaan (Niandari dan Handayani, 2023). Nilai perusahaan tidak hanya diukur dari perspektif keuangan, tetapi juga dari dampak positif yang diciptakan bagi pemegang saham, karyawan, pelanggan, pemerintah, lingkungan, dan pihak lainnya. Menciptakan dan memelihara hubungan yang positif dengan para stakeholder akan mendukung keberlanjutan operasional dan reputasi perusahaan dalam jangka panjang Wardani dan Sa'adah, (2020).

3. Green Accounting

Green accounting bidang akuntansi yang mencoba menghubungkan aspek anggaran lingkungan dengan biaya operasi bisnis. Green accounting adalah bagian dari bidang akuntansi yang berfokus pada permasalahan sosial dan lingkungan yang

mengharuskan perusahaan untuk mengungkapkan biaya lingkungan terkait dengan perlindungan lingkungan di sekitar perusahaan (Ningsih dan Rachmawati, 2017). Green accounting juga merupakan suatu proses pengumpulan, pengklasifikasian, pengukuran, pencatatan, dan pelaporan biaya lingkungan yang dikeluarkan oleh perusahaan pada laporan tahunan. Perusahaan mampu mengevaluasi manfaat biaya lingkungan yang timbul, kemudian melaporkannya sebagai informasi keuangan dan investor dapat menggunakannya untuk mengambil keputusan. Green accounting bertujuan menjadi alat manajemen lingkungan yang mampu menjalin komunikasi dengan masyarakat (Niandari dan Handayani, 2023).

Menurut Environmental Protection Agency (EPA), biaya lingkungan merupakan biaya internal dan eksternal terkait dengan semua biaya atas tindakan yang diambil atau akan diambil untuk mengatasi dampak lingkungan dari aktivitas operasi sesuai dengan tujuan perusahaan sebagai bentuk kepedulian dan perlindungan lingkungan oleh perusahaan (Tri, 2022). Biaya lingkungan diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan dengan berbagai versi dan bahasa mereka sendiri.

Biaya lingkungan menurut Environmental Protection Agency (EPA) dalam Dewi (2016) antara lain :

1. Biaya lingkungan meliputi biaya-biaya dari langkah yang diambil, atau yang harus diambil untuk mengatur dampak-dampak lingkungan terhadap aktivitas perusahaan dalam cara pertanggungjawaban lingkungan yang disesuaikan dengan tujuan-tujuan lingkungan dan keinginan perusahaan.
2. Biaya lingkungan meliputi biaya internal dan eksternal dan berhubungan dengan seluruh biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan kerusakan lingkungan dan perlindungan.

IFAC dalam Hamidi (2019) mengelompokan biaya lingkungan sebagai berikut:

1. Biaya Bahan dan Output Produk

Biaya ini meliputi biaya pembelian bahan yang akan dikonversi menjadi produk akhir, produk sampingan dan kemasan. Data biaya ini dapat membantu untuk mengelola biaya lingkungan yang berhubungan dengan bahan supaya lebih

efektif. Contohnya, perusahaan mengganti bahan baku dengan bahan yang ramah lingkungan.

2. Biaya Bahan dari Output Non Produk

Biaya ini meliputi biaya pembelian bahan yang dikonversi menjadi limbah dan emisi yang terdiri atas bahan bakar, air dan energi. Tidak semua limbah dapat dikurangi namun semakin sedikit bahan, energi dan air yang digunakan, akan semakin baik bagi lingkungan.

3. Biaya Pengendalian Limbah dan Emisi

Biaya ini meliputi biaya penanganan, perlakuan dan pembuangan limbah dan emisi., biaya perbaikan dan ganti rugi karena kerusakan lingkungan dan semua biaya yang berkaitan dengan pengendalian limbah dan emisi.

4. Biaya Pencegahan dan Pengelolaan Lingkungan Lainnya

Biaya ini meliputi biaya untuk aktivitas pengelolaan lingkungan yang bersifat mencegah yaitu: biaya pengelolaan supplychain lingkungan, biaya produksi yang lebih bersih, biaya perencanaan dan sistem, biaya pengukuran lingkungan (pengawasan dan audit) dan biaya lainnya.

5. Biaya Riset dan Pengembangan

Biaya ini meliputi biaya aktvitas riset dan pengembangan yang berkaitan dengan isu inisiatif lingkungan seperti: biaya riset potensi racun/zat berbahaya pada bahan baku, biaya pengembangan produk ramah lingkungan atau hemat energi, biaya uji coba desain peralatan baru, yang dapat mengehmat penggunaan bahan baku.

3. Environmental Peformance

Kinerja lingkungan merupakan sebuah aktivitas atau perilaku dari perusahaan untuk ikut serta melestarikan lingkungan dan membuat sebuah lingkungan yang baik dan hijau. Dapat dikatakan bahwa, kinerja lingkungan merupakan hasil dari segala aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dalam mencegah, mengendalikan, dan mengelola dampak negatif dari aktivitas perusahaan terhadap lingkungan.

Kinerja lingkungan suatu perusahaan berfokus pada pengurangan dampak negatif dari kegiatan perusahaan dan menjaga lingkungan (Maryanti dan Hariyono, 2020).

Pelaksanaan kinerja lingkungan yang telah dilakukan oleh perusahaan dinilai dari perolehan peringkat yang didapat perusahaan dengan mengikuti program dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) Indonesia sejak tahun 2010 (Mardiana dan Wuryani, 2019). Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan membuat Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) dalam pengelolaan lingkungan yang menilai kinerja dan mengukur ketaatan perusahaan terhadap peraturan mengenai lingkungan hidup yang telah ditetapkan dengan berbagai peratutan dan persyaratan yang harus dipenuhi oleh perusahaan seperti dokumen lingku ngan dan pengungkapannya dalam laporan tahunan, agar perusahaan tersebut mendapatkan peringkat di dalam PROPER (Niandari dan Handayani, 2023).

Program PROPER merupakan inisiatif dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan untuk mendorong perusahaan agar lebih peduli dan patuh terhadap pengelolaan lingkungan hidup. PROPER dapat menjadi acuan untuk menilai kinerja perusahaan dalam mengelola lingkungan. Hasil penilaian PROPER diumumkan setiap tahun dengan peringkat berdasarkan tingkatan warna yang menunjukkan tingkat kepatuhan dan ketaatan perusahaan dalam menjalankan kinerja lingkungannya sesuai dengan persyaratan. Penilaian PROPER berfokus pada pengendalian polusi, penanganan limbah, analisis dampak lingkungan, pemanfaatan sumber daya, dan aktivitas sosial lingkungan lainnya. Perusahaan harus memenuhi kriteria penilaian PROPER untuk mendapatkan peringkat kinerja. Kriteria penilaian PROPER terbagi menjadi dua, yaitu kriteria berdasarkan ketaatan dan kriteria penilaian lebih dari yang disyaratkan (Shofia dan Anisah, 2020).

Perusahaan yang mendapatkan peringkat kinerja terbaik dalam PROPER diberikan warna emas karena secara konsisten mengungkapkan manfaat lingkungannya. Perusahaan dengan warna hijau mengelola lingkungan lebih dari yang disyaratkan, perusahaan dengan warna biru mengelola lingkungan sesuai dengan yang disyaratkan, perusahaan dengan warna merah telah berupaya namun

belum sesuai dengan persyaratan, dan perusahaan yang mendapat peringkat warna hitam diberikan kepada perusahaan yang sengaja melakukan kelalaian sehingga menimbulkan dampak pada lingkungan.

Tabel 2. 1 Kriteria dan Jenis PROPER

No	Kriteria Perusahaan	Jenis Peringkat
1	Perusahaan yang telah menerapkan sistem manajemen lingkungan Perusahaan yang telah memanfaatan limbah dan melakukan konservasi sumber daya (reuse, reduce, recycle)	Warna Emas Diberikan kepada perusahaan yang terus-menerus menunjukkan kinerja lingkungan yang sangat baik dalam aktivitas operasi perusahaan
2	Perusahaan yang telah melaksanakan pengembangan masyarakat	Warna Hijau Diberikan kepada perusahaan yang menerapkan langkah – langkah pengelolaan lingkungan melebihi persyaratan
3	Perusahaan yang memiliki izin lingkungan dan pemenuhannya (Taat 90-100%)	Warna Biru Diberikan kepada perusahaan yang menerapkan langkah – langkah pengelolaan lingkungan sesuai dengan persyaratan
4	Perusahaan yang memiliki izin lingkungan dan pemenuhannya Perusahaan yang melakukan dan memantau pengendalian	Warna Merah Diberikan kepada perusahaan yang menerapkan langkah – langkah pengelolaan lingkungan tidak sesuai persyaratan

	pencemaran (Belum taat – 50-90%)	
5	Perusahaan yang mengelola limbah 3B (bahan berbahaya dan beracun) Perusahaan yang menerapkan dokumen AMDAL (Tidak taat < 50%)	Warna Hitam Diberikan kepada perusahaan yang menerapkan langkah – langkah pengelolaan lingkungan secara lalai sehingga mengakibatkan pencemaran/kerusakan lingkungan

Sumber: Indonesia Environtment & Energy Center 2020

4. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat dijelaskan sebagai hasil pencapaian tingkat keberhasilan perusahaan dalam memaksimalkan tujuannya. Terdapat banyak pengukuran untuk mengukur pergerakan dari nilai perusahaan salah satunya yaitu harga pasar saham yang digunakan investor sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan investasi (Wardani dan Sa'adah, 2020). Nilai perusahaan adalah harga pasar suatu saham yang dianggap memberikan nilai tambah bagi pemegang saham dengan pertimbangan kenaikan harga saham guna memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham. Kenaikan nilai perusahaan secara signifikan mampu memertahankan perusahaan dalam jangka panjang. Keadaan tersebut mampu meningkatkan aktivitas operasi perusahaan dan memaksimalkan laba, serta akan meningkatkan nilai perusahaan. Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaannya (Sapulette dan Limba, 2021). Peningkatan nilai suatu perusahaan adalah bagian terpenting yang diharapkan oleh pemegang saham karena, nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan return saham dan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Kesejahteraan pemegang saham

tidak hanya berdasarkan tingkat return saham yang tinggi tetapi juga merepresentasikan pendanaan dan manajemen aset perusahaan yang baik sehingga mampu mengoptimalkan nilai perusahaan.

Pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan beberapa rasio keuangan, satu di antaranya adalah rasio penilaian. Rasio penilaian menjadi standar untuk mengaitkan harga pasar saham dengan nilai buku saham. Rasio penilaian dapat membantu manajemen mengetahui bagaimana cara investor menilai kinerja perusahaan dan melihat peluang masa depan. Mengukur nilai perusahaan menggunakan rasio penilaian terbagi lagi menjadi beberapa metode, satu di antaranya adalah Tobin's Q (Sapulette dan Limba, 2021).

Rasio Tobin's Q adalah salah satu metode pengukuran yang dianggap terbaik dalam menilai kinerja perusahaan karena mampu memberikan informasi terbaik dengan menafsirkan segala kegiatan perusahaan. Rasio Tobin's Q dihitung dengan membandingkan nilai pasar saham yang ditambah dengan nilai buku dari total hutang dan dibagi dengan nilai buku dari total aset. Jika nilai Tobin's Q > 1, maka dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut mendapatkan nilai pasar yang lebih tinggi dan memiliki potensi perkembangan perusahaan yang baik. Keunggulan rasio Tobin's Q adalah dapat mencerminkan asset perusahaan secara keseluruhan, mencerminkan sentiment pasar, mencerminkan modal intelektual perusahaan, dan dapat mengatasi masalah dalam memperkirakan tingkat keuntungan. Namun, Tobin's Q juga memiliki kelemahan yaitu dapat menyesatkan dalam pengukuran kekuatan pasar.

Rumus Tobins'q adalah sebagai berikut :

Tobins's = $\frac{MVS/TL}{TA}$=.....(1)

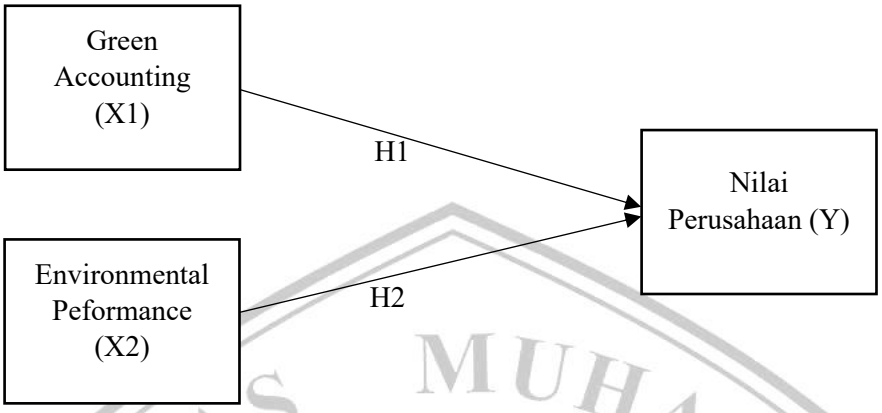
Keterangan :

MVS = Market value of all outstanding shares

TL = Total Liabilities

TA = Total Assets

C. Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

X_1 = Green Accounting

X_2 = Environmental Peformance

Y = Nilai Perusahaan

D. Perumusan Hipotesis

1. Green Accounting dan Nilai Perusahaan

Peneliti berasumsi bahwa ketika green accouting diterapkan di suatu perusahaan maka dapat membuat meningkatnya reputasi dan citra persuahaan di mata stakeholder sehingga dengan reputasi yang baik dapat menarik investor dan pelanggan. Peneliti juga berasumsi jika penerapan green accounting ini berjalan maka akan membuat perusahaan lebih efisien dalam menggunakan sumber daya dan juga dapat menurunkan biaya produksi sehingga ketika perusahaan memiliki tambahan margin laba maka keuntungan perusahaan semakin besar sehingga nilai perusahaan pun semakin meningkat. Ketika perusahaan menerapkan green accounting dan sudah banyak pelanggan yang berdatangan justru itu akan membuat perusahaan tersebut mendapatkan peningkatan laba sehingga perusahaan mengalami kenaikan harga saham dan dimata investor pun nilai perusahaan tersebut akan meningkat.

Teori legitimasi mengatakan bahwa suatu perusahaan secara terus-menerus harus menjalankan aktivitas operasinya sesuai dengan batas dan norma di

masyarakat. Secara tidak langsung kondisi tersebut membuat perusahaan memiliki ikatan sosial dengan masyarakat (Mousa dan Hassan, 2015). Berdasarkan penjelasan teori legitimasi, perusahaan bisa mendapatkan dan mempertahankan legitimasi dari stakeholder dan masyarakat dengan adanya tranparansi mengenai informasi dampak lingkungan dari aktivitas perusahaan.

Teori stakeholder merupakan kinerja perusahaan ditentukan oleh pihak-pihak terkait yang memiliki kepentingan. Hal ini menuntut perusahaan untuk menjadi lebih tegas dalam pengambilan keputusan, memberikan informasi yang transparan, dan bermanfaat bagi para stakeholder (Gray *et al.*, 2001). Adanya green accounting membuat pengambilan keputusan lebih tepat dengan adanya informasi yang transparan.

Penjelasan di atas didukung dengan adanya penelitian pengaruh penerapan green accounting terhadap pertumbuhan harga saham dengan profitabilitas sebagai variabel modereting yang di mana hasilnya green accounting berpengaruh positif terhadap pertumbuhan harga saham yang sudah di teliti oleh (Pratiwi dan Rahayu, 2019). Penelitian kedua dengan hasil green accounting berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, penelitian ini dilakukan oleh (Dewi dan Narayana, 2020). Hal ini membuktikan bahwa penerapan green accounting berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penerapan green accounting memiliki dampak yang besar pada perusahaan. Artinya, jika perusahaan dapat melakukan dan mengungkapkan green accounting dengan baik maka perusahaan dapat menghasilkan citra positif, yang secara tidak langsung dapat meningkatkan nilai perusahaan dan memberikan kepercayaan kepada pemangku kepentingan untuk kelangsungan hidup perusahaan di masa depan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, dapat disusun suatu hipotesis sebagai berikut:

H1 = Green accounting berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2. Environmental Peformance dan Nilai Perusahaan

Peneliti berasumsi dengan adanya perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik akan dipandang baik di mata stakeholder. Dengan begitu

reputasi perusahaan akan meningkat dan dapat menarik perhatian investor dan pelanggan.

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan harus terus mematuhi batas dan norma yang berlaku di masyarakat dalam menjalankan aktivitas operasinya. Hal ini mengakibatkan perusahaan memiliki keterikatan sosial dengan masyarakat secara tidak langsung (Mousa dan Hassan, 2015). Berdasarkan penjelasan teori legitimasi, Teori legitimasi dapat menjelaskan bagaimana kinerja lingkungan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Ketika perusahaan memiliki kinerja lingkungan yang baik, perusahaan akan mendapatkan legitimasi dari stakeholders.

Teori stakeholder merupakan kinerja perusahaan ditentukan oleh pihak-pihak terkait yang memiliki kepentingan. Hal ini menuntut perusahaan untuk menjadi lebih tegas dalam pengambilan keputusan, memberikan informasi yang transparan, dan bermanfaat bagi para stakeholder (Gray et al., 2001). Kinerja lingkungan membuat pengambilan keputusan lebih tepat dengan adanya informasi yang transparan.

Pernyataan di atas didukung oleh hasil penelitian Jitmaneeroj, (2018), kinerja lingkungan sebagai variabel laten berhubungan positif dengan kinerja keuangan dan nilai dari suatu perusahaan. Hasil penelitian tersebut juga ditunjang oleh hasil penelitian Wardani dan Sa'adah, (2020) yang mengatakan bahwa kinerja lingkungan memiliki pengaruh yang mengarah pada hubungan positif terhadap nilai dari suatu perusahaan dalam hal ini perusahaan di bidang pertambangan sebagai objeknya. Berdasarkan pernyataan – pernyataan tersebut, dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H_2 = Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan