

BAB II

TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti, Tahun, Judul penelitian	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian	Yang membedakan
1	Catur Muhammad Erlangga (2021),” Penerapan Green Accounting dan Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas” (Erlangga et al., 2021)	A. Variabel independen: Green Accounting dan CSR B. Variabel dependen: profitabilitas dan Nilai Perusahaan	Analisis regresi dan analisis koefisiensi korelasi	Green Accounting berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan . Corporate Social Responsibility Disclosure berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan	- Tahun penelitian pada 2021 - Alat olah data menggunakan E-Views
2	Auril dan Jacobus (2021).” Pengaruh Green Accounting terhadap Nilai Perusahaan	A. Variabel independen: Green Accounting dan kinerja keuangan.	Analisis statistic deskriptif dan Analisis regresi	Green Accounting mampu berpengaruh secara signifikan	- Tahun penelitian pada 2021

No.	Nama Peneliti, Tahun, Judul penelitian	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian	Yang membedakan
	dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2021" (Salsabila & Widiatmoko, 2022)	B. Variabel dependen : Nilai Perusahaan	linier berganda	terhadap kinerja keuangan namun <i>Green Accounting</i> tidak mampu memiliki pengaruh secara langsung terhadap Nilai perusahaan.	
3	I Putu (2020), "Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> , Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	A. Variabel independen: CSR, Ukuran perusahaan dan Profitabilitas B. Variabel dependen : Nilai perusahaan	analisis statistik deskriptif, analisis uji asumsi klasik, dan uji hipotesis	CSR dan Profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan	- Jumlah objek sebanyak 36 perusahaan - Tahun penelitian pada 2020

No.	Nama Peneliti, Tahun, Judul penelitian	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian	Yang membedakan
	Periode 2019 2020” (Wijaya & Yasa, 2022)				
4	Himelda (2023), “Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan <i>Green Accounting</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Variabel Moderasi Profitabilitas” (Gunawan & Dwi Mulyani, 2023)	A. Variabel independen: <i>CSR, Green accounting</i> dan ukuran perusahaan B. Variabel dependen : Nilai perusahaan	Analisis koefisien determinasi	variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan dan <i>Green Accounting</i> tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Variabel Profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh <i>Green Accounting</i> terhadap Nilai Perusahaan	- Jumlah objek sebanyak 180 - Alat penelitian menggunakan E-Views

No.	Nama Peneliti, Tahun, Judul penelitian	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian	Yang membedakan
				dan mampu memperkuat pengaruh positif <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan.	

B. Tinjauan Pustaka

1. Teori Sinyal

Teori Sinyal pertama kali dicetuskan oleh Spence pada tahun 1973 yang menjelaskan mengenai pihak pengirim (pemilik informasi) yang memberikan suatu isyarat atau sinyal yang berupa informasi yang menggambarkan kondisi suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak penerima (investor) (A Gumanti, 2012)

Teori sinyal ditekankan pada bagaimana manajemen perusahaan dapat memberikan sinyal / informasi mengenai kondisi perusahaan pada masyarakat umum / investor. Sinyal yang diberikan dapat berupa informasi yang baik maupun informasi yang kurang baik. Apapun bentuk dari sinyal / informasi yang dikeluarkan semua bertujuan untuk menggambarkan kondisi perusahaan dengan harapan pihak eksternal dapat melakukan perubahan penilaian atas perusahaan. yang mana sinyal yang dikeluarkan harus mengandung kekuatan

informasi untuk dapat merubah penilaian pihak eksternal perusahaan.(A Gumanti, 2012)

Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan dapat memberikan sinyal kepada investor melalui pengungkapan informasi berupa aspek keuangan (informasi laba) dan aspek non keuangan (informasi kegiatan *CSR*) dengan tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan. perusahaan yang menyampaikan informasi yang baik terkait kinerja keuangan perusahaan pada investor diharapkan bisa menjadi sinyal positif terhadap tingkat *return* investasi yang ditangkap oleh investor yang mana bisa berdampak pada kenaikan harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan (Ayu & Suarjaya, 2017)

2. *Green Accounting*

Pada pertumbuhan perekonomian saat ini, Indonesia merupakan salah satu Negara yang mengalami perkembangan sangat pesat dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan. Perusahaan juga perlu memperhatikan dampak dari kegiatan operasional bagi masyarakat agar dapat menjalankan usaha yang ramah lingkungan dan berkelanjutan (Pasaribu, 2022)

Green Accounting dianggap sebagai bidang yang relatif baru sedangkan perkembangan yang berkaitan dengan isu-isu akuntansi dan manajemen yang memberikan dampak sosial dan lingkungan, peraturan dan pembatasan, ramah lingkungan. proses produksi serta penggunaan energi. Peran utama *Green Accounting* adalah untuk mengatasi masalah lingkungan sosial dan akan memberikan dampak pada pencapaian pembangunan lingkungan yang berkelanjutan dan mempengaruhi perilaku perusahaan dalam menghadapi masalah tanggung jawab dan sosial. Berdasarkan data observasi yang telah dilakukan jika perusahaan mampu menerapkan prinsip *Green Accounting* yang efektif, maka perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya yang cukup besar untuk mengatasi kendala lingkungan dan menurunnya tingkat profitabilitas perusahaan. *Green Accounting* muncul sebagai salah satu

elemen yang berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian perusahaan tanpa mengabaikan kondisi lingkungan sekitar perusahaan (Nabila, 2021)

Pada dasarnya suatu perusahaan didirikan untuk memberikan layanan dan menghasilkan produk untuk mendapatkan laba. Dengan tumbuhnya kesadaran konsumen akan produk ramah lingkungan maka diharapkan suatu perusahaan dapat membangun strategi bisnis yang selaras dengan pelestarian lingkungan. Jika perusahaan sadar mengenai lingkungan maka mereka akan menemukan strategi bisnis baru untuk membantu meminimalkan dampak lingkungan, mengurangi penggunaan karbon, memanfaatkan sumber daya alam sebaik-baiknya dan mengurangi biaya serta menunjukkan tanggung jawab sosial & lingkungan.

Green Accounting adalah komponen dalam akuntansi lingkungan yang memuat tentang gambaran atau langkah-langkah yang diambil perusahaan untuk menggabungkan manfaat dan dampak lingkungan serta memasukkan komponen biaya lingkungan sebagai informasi penting dalam proses pelaporan perusahaan (Nabila, 2021)

Green Accounting merupakan konsep dalam bisnis yang berfokus pada efisiensi dan efektivitas dalam penggunaan sumber daya jangka panjang dalam proses manufaktur untuk mengintegrasikan pertumbuhan perusahaan dengan lingkungan dan memberikan manfaat sosial. *Green Accounting* merupakan proses pengakuan dan pengukuran suatu nilai kemudian menyiapkan dalam satu laporan terkait data lingkungan dan keuangan yang bertujuan untuk mengambil keputusan ekonomi dan nonekonomi (Bela et al., 2023)

Pengungkapan biaya lingkungan adalah hal yang harus diutamakan dari manajemen perusahaan. Tujuan utama *green accounting* ialah untuk

meningkatkan kinerja lingkungan, pengendalian biaya serta menjadi investasi pada produk ramah lingkungan. Selain itu *Green Accounting* dapat digunakan untuk peluang pelestarian sumber daya, efisiensi energy dan sebagai keunggulan kompetitif.

3. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan salah satu cara yang bisa dilakukan untuk meningkatkan reputasi perusahaan yang berdampak pada eksistensi masa sekarang dan masa yang akan datang. Melalui penerapan CSR tersebut sehingga perusahaan dan masyarakat diharapkan akan mempunyai hubungan yang lebih baik. Perusahaan dapat mencapai target yang telah direncanakan berupa laba dan masyarakat bisa menjalani kehidupan yang lebih baik tanpa adanya kerugian yang disebabkan oleh salah satu pihak (Mirnawati, 2017)

Proses produksi pada suatu perusahaan yang menghasilkan resiko lingkungan seperti polusi dan dampak negatif lainnya dari penggunaan sumberdaya yang akan berpengaruh pada lingkungan sekitar perusahaan baik pada masyarakat, karyawan maupun investor. Dalam hal ini fungsi CSR adalah sebagai wujud pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat. Saat ini CSR juga dijadikan sebagai strategi oleh perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan (Sunarfiana, 2018)

Faktor yang menjadi kunci dalam menjaga keselarasan antara masyarakat dan perusahaan adalah ketika suatu perusahaan dapat memberikan pengaruh-pengaruh positif kepada masyarakat sehingga masyarakat juga akan memberikan timbal balik yang positif kepada perusahaan. Ada tiga alasan mengapa kalangan dunia usaha harus menerapkan CSR sejalan dengan berjalannya perusahaan. Pertama perusahaan adalah bagian dari masyarakat

dan oleh karena itu wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Ketiga, kegiatan CSR ini merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial (Anisah.HS, 2017)

4. Nilai Perusahaan

Salah satu tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham/investor. Peningkatan kemakmuran pemegang saham dapat dicapai melalui peningkatan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin sejahtera para pemegang saham. Nilai perusahaan juga tercermin dari harga saham yang beredar yang mana jika harga saham menurun maka nilai perusahaan juga akan menurun, sehingga hal ini berdampak pada penurunan kemakmuran pemegang saham dan sebaliknya apabila semakin tinggi harga saham maka nilai perusahaan juga semakin tinggi sehingga semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemegang saham. Nilai perusahaan merupakan suatu hal yang penting bagi seorang manajer maupun bagi investor (Aprillia, 2019)

Tinggi rendahnya nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya profit yang didapat perusahaan. Profitabilitas sebagai ukuran kinerja yang dihasilkan perusahaan ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan perusahaan. Jika perusahaan mampu meningkatkan laba menggambarkan perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik sehingga dapat menciptakan tanggapan yang positif dari investor dan juga meningkatkan harga saham perusahaan tersebut. terdapat banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah tingkat profitabilitas (Yulistia Andriyani, 2021)

Dengan adanya *green accounting* dan *corporate social responsibility* (CSR) dapat mempengaruhi kerugian perusahaan melalui kerusakan lingkungan dimasa yang akan datang melalui keunggulan kompetitif dari hasil produksi yang ramah lingkungan. Sehingga dengan itu perusahaan dapat mendapatkan keuntungan yang signifikan yang dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Erlangga et al., 2021)



C. Perumusan Hipotesis

1. *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan

Penerapan *Green Accounting* adalah hal yang penting untuk dilaporkan oleh perusahaan yang berguna sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan lingkungan. Penerapan *Green Accounting* akan memberikan dampak baik pada perusahaan karena dengan adanya penerapan *Green Accounting* maka akan meningkatkan daya Tarik bagi konsumen sehingga akan berpengaruh pada besar kecilnya laba perusahaan, selain itu dengan adanya penerapan *Green Accounting* maka akan berpengaruh pada tinggi rendahnya nilai perusahaan. Dalam teori sinyal menyampaikan bahwa manajemen perusahaan memiliki sinyal yang mengandung kekuatan informasi yang diperlukan pihak eksternal perusahaan (investor). Maka dari itu dengan penerapan *green accounting* dapat berperan sebagai sinyal positif yang dikirim oleh perusahaan pada masyarakat umum (investor). (Soleha & Isnalita, 2022)

Menurut penelitian yang dilakukan (Pasaribu, 2022). Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa *Green Accounting* memiliki hubungan yang searah (positif) terhadap profitabilitas, sehingga hipotesis menyatakan *Green Accounting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas dapat diterima. Penelitian selanjutnya yang dilakukan (Salsabila & Widiatmoko, 2022). Menunjukkan bahwa sesuai dengan hasil penelitian variabel *Green Accounting* mampu berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan. Namun *Green Accounting* tidak mampu memiliki pengaruh secara langsung terhadap nilai perusahaan. Sedangkan kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya pada hasil uji mediasi didapatkan hasil bahwa *Green Accounting* mampu berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan mediasi

kinerja keuangan perusahaan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Istiqomah, 2019). *Green Accounting* terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang mana apabila *Green Accounting* naik satu satuan maka jumlah nilai perusahaan akan naik. Hal ini menunjukkan semakin besar *Green Accounting* maka akan semakin besar pula nilai perusahaan.

Diterapkannya *Green Accounting* pada perusahaan akan mempengaruhi tinggi rendahnya Nilai Perusahaan. sehingga perusahaan dapat mencapai point yang tinggi pada Nilai Perusahaan apabila sudah menerapkan *Green Accounting* dengan efisien. Dengan penerapan *Green Accounting* yang efisien juga dapat mengurangi biaya lingkungan yang dikeluarkan oleh perusahaan.

H₁: *Green Accounting* cenderung berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

2. Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan sebuah aturan dimana suatu perusahaan mempunyai tanggung jawab yang tidak hanya dalam bentuk keuangan namun juga tanggung jawab kepada lingkungan, pemegang saham, stakeholder, konsumen, karyawan dan komunitas yang berhubungan dengan operasional perusahaan dalam segi sosial, ekonomi dan lingkungan sekitar perusahaan. Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan dapat mengirimkan sinyal kepada investor melalui pelaporan informasi yang terkait, sehingga investor mendapat pandangan tentang prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Berdasarkan teori sinyal, adanya kenaikan laba perusahaan dapat memberikan kesejahteraan pada investor (Cahyaningtyas, 2022). Dengan diterapkannya CSR pada perusahaan akan mempengaruhi pandangan konsumen terhadap produk yang mereka beli sehingga akan berdampak pada profit perusahaan yang berpengaruh pada Nilai Perusahaan.

Menurut penelitian (Gunawan & Dwi Mulyani, 2023) yang diperoleh dari 58 perusahaan di tahun 2019, 60 perusahaan pada tahun 2020, dan 62 perusahaan pada tahun 2021. Seluruh data di periksa. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Wijaya & Yasa, 2022) . Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang telah dijabarkan terkait pengaruh *Corporate Social Responsibility*, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel CSR ((X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel CSR (X1) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan(Y). penelitian lainnya dilakukan oleh (Erlangga et al., 2021)*Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan artinya apabila perusahaan dapat menerapkan dan meningkatkan pengungkapan atas informasi CSR akan meningkatkan Nilai Perusahaan karena dapat memberikan citra positif dan rasa percaya terhadap stakeholder atas kontribusi perusahaan terhadap lingkungan dan sosial sekitarnya.

Perusahaan yang berfokus untuk mendapatkan laba harus menerapkan program CSR karena dengan adanya penerapan CSR dapat menunjukkan jika perusahaan tersebut telah bertanggung jawab pada lingkungan sekitar perusahaan. Selain itu dengan diterapkannya CSR pada perusahaan akan mempengaruhi penjualan suatu perusahaan yang akan berpengaruh para profit sehingga dapat berdampak pada Nilai Perusahaan.

H_2 : *Corporate Social Responsibility* (CSR) cenderung berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

D. Kerangka Pemikiran

