

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Green Accounting*

1. Karakteristik

Green accounting merupakan pelaporan informasi mengenai kontribusi perusahaan terhadap peristiwa sosial dan lingkungan. *Green accounting* sebagai informasi tentang peran perusahaan dalam keselamatan lingkungan dan kesejahteraan masyarakat. Pada pelaporan akuntansi yang disajikan, berisi informasi akuntansi keuangan dan akuntansi sosial lingkungan. Informasi biaya lingkungan dapat diukur menggunakan unsur biaya lingkungan dengan rumus, yaitu:³⁶

$$\text{Green Accounting} = \frac{\text{Biaya Lingkungan}}{\text{Laba Bersih}}$$

Kesadaran akan pentingnya lingkungan mendorong upaya pelestarian demi keberlangsungan masa depan manusia.³⁷ *Green accounting* dalam perspektif Islam dapat dipandang sebagai salah satu bentuk ikhtiar untuk mengurangi permasalahan lingkungan. Konsep ini tidak hanya ditujukan bagi kepentingan manusia, tetapi juga demi kemaslahatan seluruh makhluk hidup di bumi. Secara umum, aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan idealnya memberikan dampak positif, baik bagi lingkungan alam maupun

³⁶ Nurul Hidayah, “Pengaruh Green Accounting Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index (JII),” 2024.

³⁷ Sri Astuti Soedjoko, Suyono, and Hatma Suryatmojo, *Hidrologi Hutan: Dasar-Dasar, Analisis, Dan Aplikasi*, ed. Azis, Pram's, and Rini, Cetakan 1. (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2016).

bagi seluruh makhluk yang ada di dalamnya.³⁸ Sebagaimana tertera pada QS. Al-A'raf (7): 56, yaitu.³⁹

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ

الْمُحْسِنِينَ ٥٦

Artinya: “Dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat kepada orang yang berbuat kebaikan.”

Ayat tersebut melarang kita untuk berbuat kerusakan di bumi, baik kerusakan fisik maupun sosial, setelah diperbaiki oleh utusan-Nya. Berdoalah kepada Allah dengan rasa takut tidak diterima dan berharap akan pahala-Nya. Sesungguhnya rahmat, ampunan, dan ridho Allah sangat dekat kepada orang yang bertakwa. Selain itu, adapun beberapa peraturan perundang undangan terkait *green accounting*, diantaranya:

- 1) Undang-Undang Republik Indonesia No.23 Tahun 1997 Tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup mengatur kewajiban setiap orang yang berhubungan atau melakukan kegiatan untuk memelihara, mengelola, dan memberikan informasi yang benar dan akurat tentang lingkungan hidup. Sanksi atas pelanggaran yang menimbulkan pencemaran dan kerusakan

³⁸ Muh Hatta Cahaya Saputra, “Pengaruh Penerapan Green Accounting dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi Studi Kasus Perusahaan Sektor Pertambangan di BEI” (2023).

³⁹ Usman El-Qurtuby, *Al-Qur'an Cordoba Special For Muslimah*, ed. Hilman Fauzi, Cetakan 1. (Bandung: PT Cordoba Internasional Indonesia, 2012).

lingkungan juga telah ditetapkan pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2009, khususnya Pasal 97 hingga 120.⁴⁰

- 2) Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.32 (Akuntansi Kehutanan) dan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.33 (Akuntansi Pertambangan Umum) mengatur tentang kewajiban perusahaan sektor pertambangan dan pemilik Hak Penguasa Hutan (HPH) untuk melaporkan item lingkungan dalam laporan keuangan.
- 3) Peraturan Bank Indonesia No.7/2/PBI/2005 tentang Penetapan Peringkat Kualitas Aktiva Bagi Bank Umum. Dalam peraturan ini, salah satu syarat pemberian kredit adalah aspek lingkungan. Untuk memperoleh kredit perbankan, perusahaan harus menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan.⁴¹

Investasi dari biaya akuntansi lingkungan memiliki manfaat potensial bagi perusahaan, tidak hanya dalam meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga berperan penting dalam membantu pengambilan keputusan yang rasional. Pengungkapan informasi terkait lingkungan merupakan langkah penting dalam pertanggungjawaban kinerja. Oleh karena itu, akuntansi lingkungan berperan dalam meningkatkan kepercayaan dan keyakinan perusahaan maupun organisasi lainnya.⁴²

Tujuan utama *green accounting* adalah untuk menyediakan biaya lingkungan yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang terlibat. Tujuan lain dari

⁴⁰ Presiden Republik Indonesia, *Undang-Undang Republik Indonesia* (Indonesia: Presiden Republik Indonesia, 2009).

⁴¹ Gubernur Bank Indonesia, "Peraturan Bank Indonesia", 2005.

⁴² Arfan Ikhsan, *Akuntansi Lingkungan Dan Pengungkapannya*, Cetakan 1. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008).

green accounting yaitu untuk mengungkapkan dan mengidentifikasi cara-cara, yang mana operasi perusahaan dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. *Green accounting* memiliki tujuan untuk meminimalisasi dampak negatif dari kegiatan operasional perusahaan terhadap lingkungan. Perusahaan yang memahami permasalahan lingkungan cenderung mengembangkan kebijakan yang lebih memperhatikan lingkungan.⁴³

2. Biaya Lingkungan

Biaya lingkungan adalah biaya yang terkait dengan kerusakan yang ditimbulkan terhadap lingkungan serta upaya perlindungan yang dilakukan oleh perusahaan. Biaya ini mencakup semua pengeluaran yang berhubungan dengan dampak negatif terhadap lingkungan dan langkah-langkah mitigasi yang diambil. Pengukuran biaya lingkungan dapat dilakukan dengan cara membagi total pengeluaran yang diinvestasikan untuk kegiatan lingkungan dengan laba bersih yang diperoleh perusahaan.⁴⁴

Biaya lingkungan sendiri mencakup semua pengeluaran yang dikeluarkan perusahaan dalam upaya mencegah penurunan kualitas lingkungan serta mengatasi kerusakan yang timbul akibat aktivitas operasionalnya. Secara umum, alokasi biaya ini dilakukan demi menjaga dan melindungi lingkungan untuk keberlanjutan masa depan.⁴⁵

⁴³ Wijaya, "Pengaruh Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2018-2022)."

⁴⁴ Hidayah, "Pengaruh Green Accounting Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII)."

⁴⁵ Sasa Fridaliana, "Pengaruh Green Accounting, Profitabilitas, Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Food and Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022)," 2024.

3. Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* menekankan adanya pihak-pihak, baik individu, kelompok, maupun organisasi, yang memiliki potensi untuk mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan suatu organisasi. Dalam konteks ini, pengungkapan informasi keuangan, sosial, dan lingkungan dianggap sebagai bentuk interaksi antara perusahaan dan para *stakeholder*, di mana informasi tersebut dapat mempengaruhi persepsi dan harapan mereka, sehingga berdampak pada citra dan keberlanjutan perusahaan di mata publik.

Stakeholder mencakup individu, kelompok masyarakat, karyawan, komunitas, maupun entitas sosial lainnya, baik secara keseluruhan maupun sebagian, yang memiliki keterkaitan atau kepentingan terhadap kegiatan perusahaan. Seseorang atau sekelompok pihak dapat dikategorikan sebagai *stakeholder* apabila mereka memiliki kekuasaan (*power*), legitimasi (*legitimacy*), dan kepentingan (*interest*) terhadap perusahaan.⁴⁶

B. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

1. Karakteristik

Tanggung jawab sosial atau *CSR* adalah konsep yang menyatakan bahwa sebuah organisasi, terutama perusahaan, memiliki berbagai tanggung jawab terhadap semua pemangku kepentingan. Tanggung jawab ini mencakup berbagai aspek, baik sosial, ekonomi, maupun lingkungan, yang berkaitan dengan kepentingan karyawan, konsumen, masyarakat, pemegang saham,

⁴⁶ Saputro and Mujiyati, "Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Dan Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan." *Economics and Digital Business Review* 4, no. 2 (2023): 48-56.

serta kelestarian lingkungan.⁴⁷

Eksistensi suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh masyarakat secara luas. Sebagai imbal balik, perusahaan juga memperoleh sejumlah perlakuan istimewa (*privilege*), seperti tanggung jawab hukum yang terbatas (*limited liability*), kelangsungan usaha yang tidak dibatasi oleh waktu (*indefinite life*), serta perlakuan khusus dalam sistem perpajakan. Oleh karena itu, perusahaan memikul tanggung jawab sosial terhadap masyarakat sebagai bagian dari pemangku kepentingan, karena keberadaan dan berbagai keuntungan yang diperoleh perusahaan tidak terlepas dari peran serta dukungan konstituen tersebut.⁴⁸

Pada pandangan Islam, CSR sejalan dengan prinsip ihsan, yaitu ajaran moral tertinggi yang menekankan pentingnya berbuat kebaikan dan memberi manfaat bagi sesama.⁴⁹ Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam QS. An-Nahl (16): 90, yang menekankan pentingnya berlaku adil, berbuat baik, dan membantu sesama, yaitu.⁵⁰

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ

وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُم لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ٩٠

⁴⁷ Dina Rahmawati and Rr Dian Anggraeni, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Metode Akuntansi, Corporate Social Responsibility, Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) Pada Perusahaan Sub Sektor Property Dan Real Estate Di Indonesia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Yan,” *Jurnal Akuntansi* 2, no. 2 (2023): 1–16.

⁴⁸ Naning Fatmawatie, *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, ed. Ahmad Anjar and Zaskia, Cetakan Pe. (Kediri: STAIN Kediri Press, 2017).

⁴⁹ Adelia Paramita, Fifi Hasmawati, and Muzaiyanah, “Peran Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Pengembangan Masyarakat Di Desa Sukajadi Kec. Sungai Rotan Kab. Muara Enim,” *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam* 1, no. 2 (2022): 60–69.

⁵⁰ El-Qurtuby, *Al-Qur'an Cordoba Special For Muslimah*.

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”

Ayat tersebut mengingatkan untuk berlaku adil, berbuat ihsan, dan peka terhadap kerabat serta larangan untuk menghindari perbuatan tercela. Tanggung jawab sosial perusahaan *Corporate Social Responsibility* atau *CSR* dalam perspektif syariah merupakan refleksi dari konsep kepemilikan yang diajarkan dalam ajaran Islam, di mana Allah adalah pemilik absolut, sementara manusia hanya sebagai pemegang amanah yang bersifat sementara. Dalam kerangka ini, *CSR* dipandang sebagai praktik bisnis yang menjunjung tinggi nilai-nilai etika Islami, yang tercermin dalam integrasi norma-norma keagamaan ke dalam aktivitas operasional perusahaan, serta komitmen yang tulus untuk menjaga kontrak sosial dengan seluruh pemangku kepentingan.⁵¹

CSR juga dipahami sebagai wujud kepedulian perusahaan dengan mengalokasikan sebagian dari keuntungan (profit) untuk mendukung pembangunan manusia (*people*) dan pelestarian lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan, dengan mengikuti prosedur dan mekanisme yang sesuai.⁵² Pada perkembangannya, *CSR* mengedepankan konsep niat baik perusahaan yang kemudian berkembang pada strategi bisnis, sebagai pusat keberhasilan perusahaan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang biasa di sebut

⁵¹ Paramita, Hasmawati, and Muzaiyanah, “Peran Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Pengembangan Masyarakat Di Desa Sukajadi Kec. Sungai Rotan Kab. Muara Enim.”

⁵² Suharto, *CSR & COMDEV Investasi Kreatif Perusahaan Di Era Globalisasi*.

sebagai pertanggungjawaban perusahaan kepada masyarakat sekitar. Adanya *CSR* diharapkan dapat mengakibatkan pada terciptanya dunia perusahaan yang baik dan berkelanjutan.⁵³

Setiap entitas usaha, termasuk BUMN dan BUMD, memiliki kewajiban untuk berkontribusi terhadap pengembangan masyarakat dan lingkungan di sekitarnya melalui program sosial. *CSR/ TJSL* BUMN dan BUMD disebutkan pada berbagai peraturan. Amanat pelaksanaan *CSR/ TJSL* atas BUMN dan BUMD ini dapat ditemukan, sebagai berikut:⁵⁴

- 1) UU Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN)
- 2) UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal
- 3) Peraturan Pemerintah Nomor 54 Tahun 2017 tentang Badan Usaha Milik Daerah
- 4) Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas
- 5) Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor: Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.

Pandangan bahwa tujuan utama dunia bisnis hanyalah untuk meraih keuntungan sudah tidak relevan lagi. Aspek sosial kini menjadi hal yang tak terpisahkan, seiring dengan meningkatnya kesadaran dan ekspektasi

⁵³ Sri Anugrah Natalina, "Konsep Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Perusahaan Di Indonesia Dan Negara Berkembang Di Benua Asia," *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy* 1, no. 1 (2022): 211–226.

⁵⁴ Subbagian Hukum BPK Perwakilan Provinsi Bengkulu, "Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan/ Corporate Social Responsibility Badan Usaha Milik Negara/ Daerah," *Tulisan Hukum*.

masyarakat global. Mengabaikan aspek ini dapat berakibat pada menurunnya kepercayaan publik terhadap perusahaan. Oleh karena itu, tidak berlebihan jika *Corporate Social Responsibility (CSR)* dipandang sebagai bentuk investasi yang menjadi kunci untuk memenangkan persaingan di tengah ketatnya kompetisi global.⁵⁵

Saat ini, pelaksanaan *CSR* tidak lagi dianggap sebagai beban bagi perusahaan, melainkan telah menjadi bagian dari investasi strategis. Keterlibatan aktif perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya dapat mendatangkan berbagai keuntungan, baik dari sisi reputasi, kepercayaan publik, hingga keberlanjutan usaha, antara lain:

- 1) Mempertahankan dan meningkatnya reputasi, *goodwill*, citra merek, dan nilai perusahaan
- 2) Mendapatkan *license to operate* secara sosial serta menurunnya kerentanan gejolak sosial dan resistensi dari komunitas sekitar karena diperhatikan dan dihargai perusahaan
- 3) Sebagai investasi sosial perusahaan, sehingga membuka peluang pasar lebih luas
- 4) Mereduksi risiko bisnis perusahaan dan peluang mendapatkan penghargaan
- 5) Meningkatkan efisiensi dan produktivitas karyawan
- 6) Meningkatnya akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas dan investor, kreditur, pemasok, konsumen, pemerintah, dan masyarakat.⁵⁶

⁵⁵ Suharto, *CSR & COMDEV Investasi Kreatif Perusahaan Di Era Globalisasi*.

⁵⁶ Bahari, *Akuntansi Keberlanjutan, Menuju Masa Depan Yang Lebih Baik*.

2. PROPER

PROPER adalah salah satu bentuk kebijakan strategis pemerintah yang bertujuan untuk mendorong peningkatan kinerja pengelolaan lingkungan perusahaan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Landasan hukum pelaksanaan program ini pertama kali tertuang dalam Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor: 127/MENLH/2002 mengenai Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan. Ketentuan tersebut kemudian diperbarui melalui Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor: 250 Tahun 2004 yang merupakan perubahan atas keputusan sebelumnya.

Evaluasi terhadap kinerja lingkungan perusahaan dilakukan melalui PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan) yang diinisiasi oleh Kementerian Lingkungan Hidup. Program ini diperuntukkan bagi perusahaan-perusahaan yang memiliki pengaruh besar terhadap lingkungan, tercatat di pasar saham, serta memproduksi barang atau jasa yang didistribusikan secara luas, baik di dalam negeri maupun untuk ekspor. Penilaian dalam PROPER diklasifikasikan ke dalam lima tingkatan kategori berdasarkan warna, yang merepresentasikan capaian kinerja lingkungan masing-masing perusahaan, sebagai berikut.

Tabel 2. 1 Kategori Peringkat Proper dan Keterangan

Peringkat	Keterangan
Emas	Konsisten telah menunjukkan keunggulan lingkungan dalam proses produksi dan jasa, serta melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.
Hijau	Melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (<i>beyond compliance</i>) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan dan

	memanfaatkan sumber daya secara efisien serta melaksanakan tanggung jawab sosial dengan baik.
Biru	Melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang disyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan perundang undangan yang berlaku.
Merah	Melakukan upaya pengelolaan lingkungan, tetapi belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam perundang undangan
Hitam	Sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian, sehingga mengakibatkan terjadinya pencemaran atau kerusakan lingkungan, serta melakukan pelanggaran peraturan perundang undangan yang berlaku dan/ atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Sumber: Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia, 2019

3. Teori Legitimasi

Pada perspektif teori legitimasi, terdapat hubungan timbal balik yang kuat antara perusahaan dan masyarakat, yang didasarkan pada konsep "kontrak sosial". Legitimasi dari masyarakat menjadi faktor strategis bagi perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya.⁵⁷ Pengakuan dan penerimaan dari masyarakat menjadi aset strategis yang penting bagi perusahaan untuk mendorong pertumbuhan dan menjaga keberlangsungan bisnis di masa depan. Teori ini berlandaskan pada asumsi bahwa ada kesepakatan tidak tertulis antara perusahaan dan masyarakat di mana perusahaan beroperasi dan memanfaatkan sumber daya yang ada.⁵⁸

Setiap entitas bisnis atau organisasi perlu memastikan bahwa aktivitas operasionalnya selaras dengan nilai, norma, dan ekspektasi yang berlaku di masyarakat sekitar. Hal ini bertujuan agar keberadaan organisasi tersebut dapat diterima dan memberikan manfaat bagi pihak eksternal, khususnya

⁵⁷ Abdul Hafiz Tanjung and Putri Lestari, "Kinerja Lingkungan, Green Accounting, Dan Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia," *Jurnal Akuntansi Trisakti* 12, no. 1 (2025): 79–92, <http://dx.doi.org/10.25105/jat.v12i1.22027>.

⁵⁸ Nur Fadilah, "Pengaruh Green Accounting Dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas," 2024.

komunitas lokal.⁵⁹ eori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan akan berusaha untuk menyesuaikan kegiatannya agar selaras dengan nilai-nilai yang diterima masyarakat guna memperoleh penerimaan sosial atas eksistensinya.⁶⁰

C. Nilai Perusahaan

1. Karakteristik

Perusahaan merupakan entitas bisnis yang memiliki tujuan utama memperoleh keuntungan dengan menyediakan barang atau jasa, guna memaksimalkan laba dan menjaga kelangsungan operasional secara efektif serta efisien. Seiring dengan berkembangnya waktu, tingkat persaingan antar perusahaan semakin tinggi. Keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari pencapaian target atau tujuan yang telah ditetapkan. Namun, untuk meraih laba tersebut, manajer keuangan dituntut mampu mengelola keuangan secara tepat agar dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Apabila manajemen mampu menjalankan operasional secara efisien dan efektif, maka nilai perusahaan berpotensi mengalami peningkatan. Secara umum, pemegang saham menilai peningkatan nilai perusahaan melalui fluktuasi harga saham. Nilai perusahaan mencerminkan pandangan investor terhadap kinerja perusahaan, yang kerap kali diukur melalui pergerakan harga saham. Nilai yang tinggi menggambarkan tingkat kemakmuran yang lebih

⁵⁹ Faranika and Illahi, “Analisis Pengaruh Green Accounting Dan Kualitas Audit Terhadap Nilai Perusahaan.”

⁶⁰ Desy Mariani, “Pengaruh Penerapan Green Accounting, Kepemilikan Saham Publik, Publikasi CSR Terhadap Pengungkapan CSR dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahu,” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 6, no. 2 (n.d.): 141–60.

besar bagi para pemegang saham.⁶¹

Harga saham yang naik atau turun akan berpengaruh langsung terhadap nilai perusahaan. Perubahan tersebut menjadi indikator penting bagi investor dalam menentukan pilihan investasi yang menguntungkan di masa depan. Upaya untuk mengoptimalkan nilai perusahaan dapat dilakukan melalui penerapan fungsi manajemen keuangan, karena setiap keputusan keuangan yang diambil saling berkaitan dan berdampak terhadap nilai perusahaan secara keseluruhan. Terdapat sejumlah faktor yang memengaruhi tingkat nilai sebuah perusahaan, yaitu:

1) Profitabilitas

Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba menjadi salah satu penentu utama dalam meningkatkan nilai perusahaan. Keuntungan yang tinggi memberikan ruang untuk pembagian dividen kepada pemegang saham, sekaligus menarik minat investor potensial, sehingga secara tidak langsung turut berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.

2) Ukuran Perusahaan

Total aset yang dimiliki mencerminkan besar kecilnya skala operasional suatu perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar umumnya memiliki kemudahan dalam mengakses sumber pendanaan serta mampu memanfaatkan lebih banyak peluang untuk mendorong pertumbuhan nilai perusahaannya.

⁶¹ Ahmad Sahri Romadon and Irma Winarti, "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022)," *Jurnal Ilmiah: Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* 3, no. 2 (2024): 211–215.

3) *Leverage*

Perusahaan juga memanfaatkan utang sebagai sumber pendanaan kegiatan operasionalnya. Utang ini digunakan sebagai modal kerja guna mendorong produktivitas dan meningkatkan laba, yang pada akhirnya bertujuan untuk memberikan kesejahteraan bagi para pemegang saham.⁶²

4) Kebijakan Dividen

Jumlah dividen yang dibagikan kepada investor, baik dalam waktu dekat maupun jangka panjang, menggambarkan potensi keuntungan yang dapat dinikmati. Makin besar dividen yang dibagikan, maka makin besar pula tingkat kesejahteraan para pemegang saham. Oleh karena itu, nilai perusahaan bisa ditingkatkan melalui kebijakan pembagian dividen yang optimal.

5) Likuiditas

Likuiditas menunjukkan seberapa mampu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek melalui penggunaan aset yang tersedia. Tingkat likuiditas yang memadai menjadi indikator kestabilan finansial yang mendukung pembagian dividen, pelaksanaan operasional harian, dan pendanaan investasi. Kondisi ini dapat meningkatkan kepercayaan investor, yang pada gilirannya berdampak pada naiknya permintaan terhadap saham perusahaan dan memperkuat nilai perusahaan tersebut.⁶³

⁶² Putriana Hadi Aryadita et al., “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi,” *Riset & Jurnal Akuntansi* 8, no. 2 (2024): 1632–1647.

⁶³ Stefani Santoso and Elizabeth Sugiarto Dermawan, “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2016–2018,” *Jurnal Multiparadigma Akuntansi* 3, no. 2 (2021): 853–861.

6) Pertumbuhan Aset

Salah satu indikator yang mencerminkan nilai perusahaan adalah perubahan total aset. Pertumbuhan aset yang disertai dengan kinerja perusahaan yang baik akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan secara keseluruhan.⁶⁴

Nilai perusahaan ialah tujuan utama yang terkait erat dengan peningkatan kesejahteraan para pemegang saham. Oleh karena itu, menjaga dan meningkatkan nilai perusahaan menjadi faktor krusial dalam memastikan kesinambungan operasional perusahaan. Nilai perusahaan memiliki signifikansi yang sangat besar karena menjadi fokus utama bagi perusahaan untuk terus meningkatkannya, sehingga memastikan kelangsungan hidup perusahaan sebagai entitas yang berkelanjutan.⁶⁵

Pada praktiknya, semakin optimal penerapan *green accounting* dan pelaksanaan program *CSR*, maka semakin besar kemungkinan terjadinya peningkatan nilai perusahaan. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putu Purnama dan I Putu Edward, yang menyimpulkan bahwa *green accounting*, rasio profitabilitas, serta *CSR* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini juga diperkuat oleh penelitian dari Mey Handoko, dkk., yang menunjukkan bahwa *green accounting* dan *CSR* masing-masing berpengaruh secara parsial terhadap peningkatan nilai perusahaan.

⁶⁴ Bernhard Wilfridus and Liana Susanto, "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Nilai Perusahaan," *Jurnal Multiparadigma Akuntansi* 3, no. 3 (2021): 975–983.

⁶⁵ Atep Sudirman, Devi Astriani, and Rohma Septiawati, "Pengaruh Penerapan Green Accounting Dan Corporatesocial Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus: Perusahaan Sektor Energy Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022)," *Journal of Economic, Business and Accounting* 7, no. 6 (2024): 800–806.

Perusahaan yang menginvestasikan *green accounting* dan *CSR* dalam strategi bisnisnya cenderung memiliki nilai yang lebih tinggi di mata investor dan masyarakat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa implementasi *green accounting* sangat penting sebagai langkah efektif dalam menjaga kelestarian lingkungan. Selain itu, pasar cenderung memberikan respons positif terhadap perusahaan yang secara terbuka mengungkapkan aktivitas *CSR*, yang tercermin dari meningkatnya harga saham perusahaan dan berdampak pada naiknya nilai perusahaan.⁶⁶

2. *ROE (Return on Equity)*

ROE adalah indikator yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana perusahaan dapat memberikan keuntungan kepada pemegang saham berdasarkan modal yang mereka investasikan.⁶⁷ Rasio ini mencerminkan tingkat laba yang diterima oleh investor dari dana yang telah mereka tanamkan di perusahaan. Pengukuran rasio *ROE* dilakukan dengan membagi laba setelah pajak dengan total ekuitas, yaitu:⁶⁸

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas}}$$

Hubungan antara risiko dan tingkat pengembalian yang diharapkan (*expected rate of return*) umumnya bersifat linier, semakin tinggi risikonya, semakin tinggi pula potensi imbal hasilnya. Oleh karena itu, investor perlu

⁶⁶ Saputro and Mujiyati, "Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Dan Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan."

⁶⁷ Agil Ardiyanto, Nirsetyo Wahdi, and Aprih Santoso, "Pengaruh Return On Assets, Return On Equity, Earning Per Share, Dan Price To Book Value Terhadap Harga Saham," *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Unsurya* 5, no. 1 (2020): 33–49.

⁶⁸ Thomas Athanasius, *Semua Bisa Investasi*, ed. Yulian Masda, Cetakan 1. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2022).

menganalisis efek untuk mengidentifikasi harga yang tidak sesuai (*mispriced*), apakah terlalu mahal atau terlalu murah.⁶⁹

Bagi calon investor, meninjau nilai *ROE* sangat penting sebelum mengambil keputusan investasi, karena dapat memberikan gambaran mengenai potensi hasil dari dana yang akan mereka tanamkan.⁷⁰ *ROE* yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang baik dalam menghasilkan keuntungan bagi pemegang sahamnya. Hal ini membuat saham perusahaan tersebut lebih menarik, meningkatkan minat beli dari investor, dan pada akhirnya akan mendorong kenaikan harga saham.⁷¹

Adapun tujuan menilai dengan *ROE*, diantaranya:

- 1) Mengukur profitabilitas perusahaan → *ROE* mencerminkan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba secara menyeluruh dari modal yang dimiliki.
- 2) Evaluasi kinerja manajemen → *ROE* adalah salah satu ukuran utama untuk menilai kinerja manajemen suatu perusahaan. Nilai *ROE* yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan mampu menghasilkan keuntungan yang optimal dengan menggunakan modal sendiri secara efisien, yang mencerminkan efektivitas pengelolaan serta pemanfaatan sumber daya yang dimiliki.
- 3) Pemantauan pertumbuhan perusahaan → *ROE* dapat dimanfaatkan sebagai indikator untuk mengamati perkembangan perusahaan dari

⁶⁹ Abdul Halim, *Analisis Investasi*, ed. Rachman Untung, Edisi 2. (Jakarta: Salemba Empat, 2005).

⁷⁰ Endah Prawesti Ningrum, *Nilai Perusahaan (Konsep Dan Aplikasi)*, ed. Kodri, Cetakan Pertama, (Indramayu: Penerbit Adab, 2022).

⁷¹ Zuhria Hasania, Sri Murni, and Yunita Mandagie, "Pengaruh Current Ratio, Ukuran Perusahaan Struktur Modal, dan ROE Terhadap Nilai Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014," *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 16, no. 03 (2016): 133–44.

waktu ke waktu. Dengan memantau nilai *ROE* secara berkala, perusahaan dapat mengevaluasi perubahan tingkat profitabilitas dan mengidentifikasi pola atau tren dalam performa keuangannya.

- 4) Membantu pengambilan keputusan pemegang saham → *ROE* memberikan gambaran kepada pemegang saham mengenai tingkat pengembalian dari investasi mereka di perusahaan. Informasi ini berguna untuk menilai performa perusahaan secara keseluruhan dan menjadi pertimbangan dalam menentukan keputusan terkait investasi atau kepemilikan saham.⁷²

3. Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan dokumen yang mencatat kondisi finansial suatu perusahaan pada waktu tertentu atau selama periode tertentu. Tujuan laporan keuangan adalah menyediakn informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja perusahaan, serta perubahan posisi keuangan.⁷³

Dengan demikian, adanya laporan keuangan diharapkan seluruh informasi akuntansi dapat dikelola secara sistematis guna penyusunan laporan yang akurat, serta dapat dianalisis dan diinterpretasikan dengan baik. Laporan keuangan sangat penting karena digunakan oleh berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan, seperti investor, pemberi pinjaman, dan pihak lainnya yang memerlukan informasi keuangan perusahaan.⁷⁴

⁷² Rian Adi Guna, Fikri Haiqal Al Fauzan, and Ratih Kusumastuti, "Pengaruh ROI (Return On Investment) Dan ROE (Return On Equity) Terhadap Harga Saham Di Cimb Niaga Periode 2020-2021," *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan* 3, no. 2 (2023): 197–205.

⁷³ Toni Adhitya, "Analisis Pengaruh Informasi Akuntansi Terhadap Harga Saham Dengan Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Pemoderasi," *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 3, no. 1 (2016): 80–92.

⁷⁴ Natalia Trisandi Seuk and Ika Wulandari, "Pengaruh Kinerja Keuangan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan," *Journal of Economic, Business, and Accounting* 7, no. 6 (2024): 5249–5259.

D. Hubungan *Green Accounting* dan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan Nilai Perusahaan

Green accounting adalah pendekatan akuntansi yang di dalam laporan keuangan perusahaan terdapat aspek biaya lingkungan. Pelaporan yang transparan mengenai aspek lingkungan, dapat mengurangi risiko jangka panjang atau sanksi, sehingga meningkatkan stabilitas keuangan perusahaan. *Green accounting* merupakan istilah baru untuk merefleksikan adanya peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah Indonesia mengenai pelaporan berkelanjutan sebagai bukti pertanggungjawaban perusahaan terhadap masyarakat sekitar dan lingkungannya.⁷⁵

CSR atau Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) merupakan program atau kebijakan yang dibuat oleh perusahaan guna memberikan kontribusi positif kepada lingkungan, masyarakat, konsumen, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya. Adanya pengungkapan lebih terhadap tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan akan meningkatkan reaksi pasar dan ketertarikan investor dalam menanamkan modalnya di perusahaan, sehingga harga saham yang beredar meningkat.⁷⁶

CSR mendukung pelaksanaan dan pelaporan *green accounting*. Menyelaraskan *green accounting* dan CSR menunjukkan keseriusan perusahaan dalam menerapkan prinsip bisnis yang bertanggung jawab terhadap aspek sosial

⁷⁵ Fani Ma'sumatul Maghfiroh et al., "The Concept of Collaboration of the Triple Bottom Line Method in Measuring the Implementation of Green Accounting and Corporate Social Responsibility (CSR) in the MSME Industry," *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy* 2, no. 2 (2023): 252–272.

⁷⁶ Adhitya, "Analisis Pengaruh Informasi Akuntansi Terhadap Harga Saham Dengan Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Pemoderasi."

maupun lingkungan. Keduanya mencerminkan kepedulian perusahaan dalam keberlanjutan, kebermanfaatan, dan kesejahteraan masyarakat. Investasi pada *Green accounting* dan *CSR* biasanya membutuhkan biaya awal yang tinggi, tetapi dapat meningkatkan efisiensi operasional jangka panjang dan penggunaan sumber daya.⁷⁷ Hal itu dapat meningkatkan citra dan reputasi perusahaan yang baik di mata publik dan menarik investor, khususnya yang peduli terhadap isu-isu *ESG* (*Environmental, Social, Governance*), sehingga nilai perusahaan meningkat seiring *demand* saham yang tinggi.

⁷⁷ Arfan Ikhsan, *Akuntansi Manajemen Lingkungan*, Cetakan 1. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009).