

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori Sinyal (*Signalling Theory*) dikemukakan pertama kali oleh Spence (1973) yang menjelaskan bahwa pihak yang mengirim informasi (pemilik informasi) menyampaikan suatu sinyal atau isyarat dalam bentuk informasi yang mencerminkan keadaan suatu perusahaan, yang bisa berguna bagi pihak yang menerima informasi tersebut (investor). *Signalling Theory* dikembangkan oleh Ros pada Tahun 1997 dan menyatakan bahwa terdapat informasi yang tidak seimbang antara yang didapat dari manajemen dan yang berasal dari pemegang saham. eksekutif perusahaan yang memiliki pemahaman yang lebih dalam mengenai perusahaan didorong untuk memberikan informasi tersebut kepada calon investor agar nilai saham perusahaan dapat meningkat.²⁵

Menurut Qotimah et.al, mengatakan bahwa teori sinyal adalah sinyal yang diberikan oleh manajemen perusahaan dalam memberi petunjuk kepada investor mengenai prospek perusahaan di masa mendatang. Perusahaan yang memiliki kinerja operasional yang baik akan memberikan

²⁵ V H P B Sucipto et al., "RESTORAN DAN HOTEL DI BURSA EFEK INDONESIA THE MARKET REACTION TO COVID 19 IN INDONESIA IN THE TOURISM , RESTAURANT AND HOTEL INDUSTRY IN THE INDONESIA STOCK EXCHANGE Jurnal EMBA Vol . 10 No . 4 Oktober 2022 , Hal . 260-266," *Emba* 10, no. 4 (2022): 260–66.

sinyal positif kepada investor, yang tercermin dari kondisi perusahaan yang lebih unggul dibandingkan perusahaan lainnya.²⁶

Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan perlu menyampaikan informasi kepada para pengguna laporan keuangan sebagai sinyal yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik. Informasi yang disajikan harus lengkap, relevan, akurat, dan tepat waktu agar dapat dimanfaatkan oleh investor di pasar modal sebagai dasar dalam melakukan analisis dan pengambilan keputusan investasi. Sinyal positif yang mencerminkan potensi pertumbuhan perusahaan di masa mendatang dapat membentuk persepsi investor yang lebih baik, sehingga berimplikasi pada peningkatan nilai perusahaan. Selain itu, rasio-rasio yang dihasilkan dari laporan keuangan, seperti rasio solvabilitas, profitabilitas, dan rasio nilai pasar, merupakan instrumen analisis yang penting bagi investor maupun calon investor dalam pengambilan keputusan investasi.²⁷

B. Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)

Stakeholder Theory menurut Freeman (1984) dalam Roberts (1992) mengartikan bahwa sebuah kelompok atau individual yang dapat memberi dampak atau terkena dampak oleh hasil tujuan perusahaan. Stakeholder merupakan strategi yang dibuat perusahaan dengan tujuan untuk menjaga hubungan dengan pemangku kepentingan. Berdasarkan teori ini,

²⁶ K Qotimah and L Kalangi, "Pengaruh Analisa Fundamental Terhadap Return Investasi Pada Saham Second Linier Di Sektor Energi Periode 2019-2022 Yang Terdaftar Di BEI," *Korompis 12 Jurnal EMBA Vol. 11 No. 3 Juli 2023, Hal. 12-26* 11, no. 3 (2023): 12–26.

²⁷ Syarifah Nur et al., "Pemanfaatan Teori Signal Dalam Bidang Akuntansi: Literatur Review," *Economics, Business and Management Science Journal* 4, no. 2 (2024): 55–65, <https://doi.org/10.34007/ebmsj.v4i2.564>.

menjelaskan bahwa informasi yang dibutuhkan oleh *stakeholder* tidak hanya pada laporan keuangan saja, tetapi mencakup informasi yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan yang berdampak dengan sosial dan lingkungan.

Dalam konteks Green Accounting, teori stakeholder ini memiliki relevansi kepada setiap pemangku kepentingan untuk menyampaikan informasi yang relevan tentang dampak lingkungan dari aktivitas kegiatan mereka. Dengan menyampaikan informasi yang jelas tentang biaya lingkungan dan Upaya keberlanjutan, sebuah perusahaan tidak hanya menjalankan tanggung jawab sosial tetapi juga menarik minat investor yang mencari perusahaan dengan praktik bisnis yang berkelanjutan.²⁸ Dasar teori stakeholder adalah bahwa semakin kuat hubungan korporasi, maka semakin baik pula kondisi korporasi tersebut, dan jika semakin buruk hubungan korporasi, maka akan semakin sulit.²⁹

C. Green Accounting

1. Karakteristik

Green Accounting merupakan suatu metode dalam akuntansi yang memasukkan faktor lingkungan dalam laporan keuangan perusahaan. Konsep ini bertujuan untuk menggabungkan biaya lingkungan dan manfaat yang terkait dengan aktivitas perusahaan ke dalam pengukuran dan

²⁸ Rias Tuti et al., "JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara THE ROLE OF GREEN ACCOUNTING IN IMPROVING ENERGY EFFICIENCY AND WASTE MANAGEMENT," *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara* 1, no. 5 (2025): 8697–8707, <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>.

²⁹ Baiq Nurul Wiranti, "Analisis Penerapan Green Accounting Dan Dampaknya Terhadap Laba Usaha," *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* 5 (2023): 943–49, <https://doi.org/10.37034/infec.v5i3.532>.

pelaporan keuangan. Oleh karena itu, *green accounting* tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas bisnis. Pada pelaporan akuntansi yang disajikan, berisi informasi akuntansi keuangan dan akuntansi sosial lingkungan. Informasi biaya lingkungan dapat diukur menggunakan unsur biaya lingkungan dengan rumus berikut, yaitu:

$$\text{Green Accounting} = \frac{\text{Biaya lingkungan}}{\text{Laba bersih}}$$

Laba bersih

Green Accounting mencakup proses identifikasi, penilaian, pencatatan, penggabungan, dan penyajian biaya serta manfaat yang muncul dari aktivitas perusahaan yang berdampak pada lingkungan. Biaya ini meliputi berbagai faktor, antara lain pemanfaatan sumber daya alam, pengolahan limbah, emisi karbon, dan dampak kesehatan masyarakat yang diakibatkan oleh aktivitas bisnis. Tujuan utama dari pendekatan ini ialah untuk memberikan informasi yang lebih komprehensif kepada para pemangku kepentingan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengambil Keputusan yang lebih bijaksana terkait investasi dalam teknologi ramah lingkungan, pengelolaan sumber daya alam, dan pengurangan emisi karbon.

Penerapann *green accounting* tidak hanya berfungsi untuk membantu perusahaan memenuhi peraturan lingkungan, tetapi juga menciptakan manfaat jangka panjang. Dengan strategi ini, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional dengan cara pengurangan pemborosan sumber daya dan biaya yang berkaitan dengan lingkungan yang tidak perlu.

Selain itu, kegiatan ini dapat memperkuat citra perusahaan di mata publik dan investor yang semakin memperhatikan isu keberlanjutan. Dalam jangka panjang, *green accounting* berfungsi sebagai alat strategis untuk meningkatkan daya saing perusahaan di pasar global yang semakin kompetitif.

Green accounting dalam perspektif Islam bisa dianggap sebagai salah satu usaha untuk mengurangi masalah lingkungan. Konsep *green accounting* tidak hanya ditujukan untuk kepentingan manusia, tetapi juga untuk kesejahteraan semua makhluk hidup di bumi. Aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan idealnya memberikan dampak positif, baik bagi lingkungan alam maupun bagi seluruh makhluk yang ada di dalamnya. Dalam Islam mengajarkan kita untuk memperhatikan lingkungan dengan mulai dari menjaga dan menghindari tindakan yang berpotensi merusak lingkungan.³⁰ Sebagaimana tertera pada Qs. Al-A'raf (7): 56, yaitu.

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”.

Dalam ayat tersebut melarang kita untuk melakukan kerusakan di dunia ini, baik yang bersifat fisik maupun sosial, Dalam ayat tersebut juga menegaskan akan pentingnya peran manusi dalam melestarikan bumi dari

³⁰ Syamsuri Rahim and Sari Fatimah Mus, “Aktualisasi Ajaran Islam Dalam Penerapan Akuntansi Lingkungan” 11, no. 3 (2020): 683–700.

berbagai kerusakan sebagai tanggung jawab yang harus dilaksanakan. Ayat tersebut berkaitan dengan adanya penerapan green accounting, dimana dalam surat Al-A'raf ayat 56 memberikan dasar teologi yang kuat bagi penerapan green accounting, dimana dalam ayat dijelaskan larangan Allah untuk tidak merusak bumi diartikan sebagai kewajiban perusahaan untuk secara transparan mengukur, mengendalikan, dan melaporkan dampak lingkungan dari aktivitas bisnis mereka. Dengan menggabungkan biaya untuk menjaga alam ke dalam laporan keuangan.

Selain itu, terdapat beberapa peraturan terkait *green accounting* yaitu sebagai berikut:

- 1) Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.32 (Akuntansi Kehutanan) dan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAL) No.33 (Akuntansi Pertambangan Umum) mengatur tentang kewajiban perusahaan sektor pertambangan dan pemilik Hak Penguasa Hutan (HPH) untuk melaporkan item lingkungan dalam laporan keuangan.
- 2) 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 lingkungan juga telah ditetapkan pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 tahun 2009, khususnya Pasal 97 hingga 120.

- 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.
- 4) Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2020 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara. Dalam undang-undang tersebut dijelaskan bahwa perusahaan pertambangan wajib menerapkan kaidah pertambangan yang baik (*good mining practice*), termasuk melaksanakan pengelolaan dan pemantauan lingkungan hidup, reklamasi, serta kegiatan pascatambang. Untuk memenuhi kewajiban tersebut, perusahaan harus mengalokasikan dana dan mengeluarkan biaya lingkungan yang kemudian dicatat dalam sistem akuntansi perusahaan sebagai bentuk penerapan *Green Accounting*.

Dengan memberikan informasi tentang lingkungan yang tepat dan menyeluruh, perusahaan mampu mengatasi Risiko lingkungan, memaksimalkan pemanfaatan sumber daya, serta meminimalkan limbah dan emisi yang berdampak negatif. Oleh karena itu, akuntansi lingkungan berperan dalam meningkatkan kepercayaan dan keyakinan perusahaan maupun organisasi lainnya.³¹

2. Biaya Lingkungan

³¹ Fitriyani et.al Nasution, "Akuntansi Lingkungan Sebagai Pertanggungjawaban Perusahaan: Sistem Literature Review," no. 1 (2025): 56–77.

Biaya lingkungan adalah salah satu dari beberapa jenis biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menghentikan, mengelola, atau memperbaiki kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan. Biaya-biaya ini dapat bersifat langsung, seperti biaya yang diperlukan untuk membeli dan menyiapkan peralatan khusus untuk mengendalikan polusi untuk menjaga udara, air, atau tanah tetap bersih. Selain itu, terdapat biaya-biaya tidak langsung, seperti biaya yang terkait dengan langkah-langkah perbaikan lingkungan, membayar denda yang dikenakan karena melanggar hukum lingkungan yang berlaku. Dedikasi perusahaan untuk menjunjung tinggi kelestarian lingkungan dengan tetap mematuhi persyaratan hukum tercermin dalam biaya lingkungan.³²

Biaya lingkungan mencakup seluruh pengeluaran yang berhubungan dengan pencegahan, pengendalian, dan pemulihan konsekuensi lingkungan. Biaya pemeliharaan fasilitas lingkungan merupakan salah satu jenis biaya lingkungan yang penting untuk kelangsungan operasional perusahaan karena ditujukan untuk menjamin bahwa infrastruktur pengelolaan limbah dan pelestarian sumber daya tetap berjalan dengan baik.³³

D. Return On Asset

Return on Assets (ROA) merupakan salah satu rasio profitabilitas. Dalam analisis laporan keuangan, rasio ini paling sering disoroti, karena mampu menunjukkan keberhasilan perusahaan menghasilkan keuntungan. ROA

³² Rahayudi Adinda M., “Kinerja Lingkungan , Biaya Lingkungan Dan Kinerja Keuangan” 7 (2023): 774–86.

³³ Yanti Himawan, A.A., Mulyadi, D., “Pengaruh Green Accounting Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pertambangan,” *Universitas Buana Perjuangan Karawang* 5, no. 2 (2025): 66–78, <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/jmb>.

mampu mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada masa lampau untuk kemudian diproyeksikan di masa yang akan datang. Assets atau aktiva yang dimaksud adalah keseluruhan harta perusahaan, yang diperoleh dari modal sendiri maupun dari modal asing yang telah diubah perusahaan menjadi aktiva-aktiva perusahaan yang digunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut Kasmir (2014:202) mengemukakan bahwa Return on Asset (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROA juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya. Di samping itu, hasil pengembalian investasi menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Semakin kecil ROA maka semakin kurang baik, demikian pula sebaliknya. Artinya rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan.³⁴

Menurut Fahmi mengatakan bahwa “Return on Asset (ROA) ini melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Return on Asset (ROA) dipakai untuk mengevaluasi apakah manajemen telah mendapat imbalan yang memadai (reasobable return) dari asset. Dalam analisis laporan keuangan perusahaan untuk berinvestasi saham, pihak investor juga akan melihat ROA sebagai langkah awal dalam melihat kinerja perusahaan. Semakin baik dan semakin naik ROA yang diperoleh pihak perusahaan, maka semakin baik pula

³⁴ Katherine Kusuma Keegan dan Sofia Prima Dewi and Fakultas, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Return on Assets,” JRB-Jurnal Riset Bisnis 3, no. 2 (2020): 124–130.

pandangan investor terhadap perusahaan tersebut. Hal ini akan memberikan dampak positif bagi pasar dimana minat beli terhadap saham perusahaan juga akan mengalami peningkatan yang signifikan dan begitu pula sebaliknya. Kemampuan bisnis untuk menghasilkan laba dengan memanfaatkan semua asetnya diukur dengan rasio ROA. Persentase yang lebih besar untuk rasio ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat memanfaatkan sumber dayanya dengan baik untuk menghasilkan laba. Semakin tinggi rasio persentase ROA, semakin baik kesuksesan perusahaan.

Return on assets (ROA) yang nilainya negatif menunjukkan bahwa total aset yang dimiliki tidak mampu menghasilkan keuntungan.³⁵ Perhitungan ROA dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut: Rumus ROA diukur dengan menggunakan rumus berikut ini:³⁶

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}}$$

E. Nilai Perusahaan

1. Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai merupakan aspek yang diinginkan ketika hal tersebut memiliki nilai positif, yaitu memberikan keuntungan atau kebahagiaan serta mempermudah individu yang menerimanya untuk memenuhi kebutuhan yang berhubungan dengan nilai itu. Di sisi lain, nilai dianggap tidak menarik ketika

³⁵ Wulan Apriliana, "Dampak ROA Dan ROE Terhadap Pertumbuhan Laba Pada PT Unilever Indonesia Tbk," *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)* 7, no. 4 (2025): 378–85, <https://journal.stieken.ac.id/index.php/ritmik>.

³⁶ Tri Cahyani Nabila and Dewi Sutjahyani, "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Biaya CSR terhadap Kinerja Perusahaan pada Masa Pandemi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2019-2021," *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi* 1, no. 2 (2023): 01–24.

memiliki nilai negatif, dimana hal tersebut merugikan atau mempersulit individu yang mendapatkannya untuk memengaruhi kepentingan mereka, sehingga nilai tersebut dihindari. Tujuan dari adanya suatu perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor mengenai tingkat keberhasilan perusahaan yang berkaitan dengan harga sahamnya.³⁷ Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin besar kesejahteraan yang diterima oleh pemilik perusahaan. Untuk perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek, kemakmuran para pemilik saham terlihat dari meningkatnya harga saham, yang mencerminkan keputusan-keputusan mengenai investasi, pendanaan, serta kebijakan dividen yang diambil.³⁸

Menurut Anisa Aulia (2025) Nilai perusahaan merupakan suatu nilai yang berpengaruh pada pandangan investor terhadap masa depan perusahaan tersebut. Apabila semakin baik nilai perusahaan, maka semakin banyak pula investor yang tertarik menanamkan modalnya kepada perusahaan tersebut dan begitupun sebaliknya, jika nilai perusahaan rendah, maka minat investor untuk berinvestasi akan berkurang.

Dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan aspek penting dalam analisis keuangan dan strategi bisnis, baik untuk pihak manajemen, para investor, maupun pemilik saham. Nilai perusahaan tidak hanya mencerminkan harga sahamnya, tetapi juga menggambarkan kesehatan keuangan, daya saing, dan prospek perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan dapat diukur

³⁷ Shintia, *Dampak Penurunan Nilai Perusahaan*, 2022, <http://www.penerbitadab.id>.

³⁸ Abshor Marantika, (*Firm Value*) *Konsep Dan Implikasi*, 2018.

menggunakan beberapa indikator seperti Price to Book Value (PBV) atau Price to Earning Ratio (PER) dan Tobins Q: ³⁹

2. Pengukuran Nilai Perusahaan

Dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan aspek penting dalam analisis keuangan dan strategi bisnis, baik untuk pihak manajemen, para investor, maupun pemilik saham. Nilai perusahaan tidak hanya mencerminkan harga sahamnya, tetapi juga menggambarkan kesehatan keuangan, daya saing, dan prospek perusahaan di masa depan. Menurut Weston dan Copelan (2010) pengukuran nilai perusahaan terdiri dari beberapa indikator seperti Price to Book Value (PBV) atau Price to Earning Ratio (PER) dan Tobins Q: ⁴⁰

a. *Price to Book Value* (PBV)

Menurut Anisa, *Price to Book Value* (PBV) merupakan rasio yang menunjukkan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku perusahaan. *Price Book Value* (PBV) adalah salah satu indikator yang menjadi pertimbangan yang sangat bermakna bagi para investor dalam menentukan keputusan berinvestasi. Peningkatan nilai perusahaan tercermin dari tingginya harga saham, yang menjadi dampak pada peningkatan kesejahteraan para pemegang saham. Menurut Arif Perdana et.all (2026) Perusahaan yang dikelola dengan manajemen yang baik umumnya memiliki *Price to Book Value* (PBV) minimal sebesar 1 atau bahkan lebih tinggi dari nilai bukunya. Hal ini menunjukkan bahwa pasar menilai perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik.

³⁹ Tania Monica Mardji, *Determinan Nilai Perusahaan, Jurnal Akuntansi*, vol. 11, 2022, <https://doi.org/10.46806/ja.v11i2.892>.

⁴⁰ Mardji.

Sebaliknya jika nilai PBV berada di bawah 1, maka hal ini mengindikasikan bahwa harga pasar saham perusahaan lebih rendah dibandingkan dengan nilai bukunya.⁴¹ *Price to Book Value* (PBV) dihitung dengan menggunakan:

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

Price to Book Value (PBV) digunakan sebagai indikator pengukur suatu nilai perusahaan. PBV yaitu rasio yang membandingkan suatu harga pasar saham dengan nilai buku per saham dan dipilih sebagai variabel dependen karena menjadi salah satu acuan investor dalam menaksir harga saham serta mencerminkan kinerja dan nilai perusahaan di mata pemegang saham.

a.a *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio (PER) adalah perbandingan antara harga saham perusahaan dengan *Earning Per Share* dalam saham. *Price Earning Ratio* (PER) memperlihatkan berapa banyak jumlah uang yang bersedia investor keluarkan untuk membayar setiap rupiah laba yang dilaporkan. Rasio ini berfungsi agar mengetahui respon pasar terhadap kinerja perusahaan yang ditunjukkan dari *earning per share*.⁴² *Price Earning Ratio* (PER) digunakan dalam menghitung perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa

⁴¹ Ratnawati Rafli3 Mhd Arif Perdana Putral, Indrayeni2*, “Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon, Kinerja Lingkungan Dan Biaya Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Energi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia” 24, no. 1 (2006): 86.

⁴² Pemy Christiaan and Rusdi Abdul Karim, “Pengaruh Price Earning Ratio Dan Price Book Value Terhadap Harga Saham Pada Sub Sektor Semen Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia,” *AkMen JURNAL ILMIAH* 18, no. 2 (2021): 164–76, <https://doi.org/10.37476/akmen.v18i2.1690>.

mendatang. Apabila semakin tinggi nilai PER, maka peluang perusahaan untuk tumbuh semakin besar dengan tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung *price earning ratio* (PER) adalah sebagai berikut:⁴³

$$\text{Price Earning Ratio (PER)} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Earning per Share}}$$

a.b Tobins Q

Tobins Q ditemukan oleh James Tobin, dengan mengemukakan konsep bahwa Tobins Q merupakan nilai pasar dari aset perusahaan dengan biaya penggantian. Dalam prakteknya, Tobin's Q sulit untuk dihitung dengan akurat karena memperkirakan biaya penggantian atas aset sebuah perusahaan bukanlah sesuatu hal yang mudah untuk dilakukan. Tobins Q dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:⁴⁴

$$q = (EMV + D) / (EBV + D)$$

q = nilai perusahaan

EMV = closing price saham x jumlah saham yang beredar

D = nilai buku dari total utang

EBV = nilai buku dari total aset

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

⁴³ Andini Nufus Aufa, "Pengaruh Return On Equity, Earning Per Share Dan Price Earning Ratio Terhadap Harga Saham Andini Nufus Aufa Dewi Urip Wahyuni Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya PENDAHULUAN Perusahaan Manufaktur Berperan Penting Dalam Perkembangan," *RIlmu, Jurnal Manajemen, Riset* 8 (2019): 1–15.

⁴⁴ Dewi Oktary, "Analisis Nilai Perusahaan Menggunakan Rasio Tobin ' s Q Pada," 2025, 370–77.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya ialah:

a. Profitabilitas

Menurut Lia Nirawati (2022) Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki perusahaan sendiri.⁴⁵ Profitabilitas ini memberi Gambaran seberapa efektif sebuah perusahaan menghasilkan profit yang baik dengan memanfaatkan sumber dana mereka baik dari internal maupun eksternal. Dengan adanya peningkatan terhadap laba perusahaan, maka pemegang saham akan mendapatkan keuntungan juga dan hal tersebut akan meningkatkan suatu nilai perusahaan.

b. Leverage

Leverage merupakan kemampuan sebuah perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab utang dengan total aset yang dimiliki. Untuk meningkatkan modal demi meraih keuntungan yang lebih besar, suatu perusahaan mengandalkan utang (leverage) sebagai sarana untuk memperbesar modal. Saat sebuah perusahaan berhasil mengelola utangnya dengan baik, maka perusahaan itu dapat meningkatkan nilai perusahaan. Ketika sebuah perusahaan berencana untuk meningkatkan potensinya, mereka akan memerlukan sejumlah modal yang cukup besar, dan modal tersebut diperoleh dari hutang maupun ekuitas.

c. Ukuran Perusahaan

⁴⁵ Manajemen Bisnis, Nurul Nabilla Khrisnawati, and Yunida Anggun Saputri, "1Lia Nirawati, 2Acep Samsudin, 3Anggi Stifanie, 4Minanti Dwi Setianingrum, 5Muhammad Ryan" 5, no. 1 (2022): 60–68.

Ukuran perusahaan atau sering disebut dengan *Firm Size* merupakan besar kecilnya perusahaan yang dapat diukur dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma pada total aktiva (asset). Dengan semakin berkembangnya ukuran atau skala perusahaan, perusahaan tersebut akan lebih mudah dalam memperoleh sumber dana baik yang bersifat internal maupun eksternal. Seiring dengan pertumbuhan ukuran atau skala organisasi, perusahaan akan mendapatkan akses yang lebih baik terhadap sumber-sumber dana dari berbagai pihak, baik dari internal ataupun eksternal. Jika ukuran perusahaan semakin besar, maka peluang untuk menarik perhatian para investor juga akan meningkat, yang pada akhirnya akan menambah nilai perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena perusahaan yang besar memiliki situasi keuangan yang stabil.⁴⁶

d. Kebijakan Dividen

Jumlah deviden yang diberikan kepada pemegang saham, baik dalam jangka pendek maupun jangka Panjang, mencerminkan peluang keuntungan yang dapat diraih. Semakin tinggi jumlah pembayaran deviden, semakin tinggi pula kesejahteraan para pemilik saham. Oleh sebab itu, nilai suatu perusahaan dapat ditingkatkan melalui strategi distribusi dividen yang tepat.

e. Pertumbuhan Aset

Pertumbuhan aset ialah indikator yang menggambarkan kenaikan atau penurunan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Peningkatan aset yang

⁴⁶ Ahmad Sahri Romadon and Irma Winarti, "(Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang," *Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2022, 2020–25.

diikuti dengan kinerja perusahaan yang baik akan meningkatkan nilai perusahaan.

f. Likuiditas

Likuiditas menggambarkan seberapa efektif suatu perusahaan dapat memenuhi kewajiban jangka pendek dengan memanfaatkan aset yang ada. Tingkat likuiditas yang cukup berfungsi sebagai tanda stabilitas keuangan yang mendukung pembagian deviden, pelaksanaan kegiatan sehari-hari, dan pendanaan investasi. Situasi tersebut dapat meningkatkan kepercayaan investor, yang pada akhirnya berdampak pada naiknya permintaan terhadap saham perusahaan dan memperkuat nilai perusahaan tersebut.⁴⁷

F. Hubungan Green Accounting terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan teori stakeholder yang dikemukakan oleh R. Edward Freeman menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh pihak yang berkepentingan (stakeholders), seperti pemerintah, masyarakat, karyawan, konsumen, dan lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari aktivitas operasionalnya agar memperoleh dukungan dan kepercayaan dari para pemangku kepentingan. Green Accounting mencerminkan komitmen perusahaan dalam mengelola dan mengungkapkan biaya lingkungan yang timbul akibat aktivitas operasionalnya. Semakin baik penerapan Green Accounting, semakin besar kepercayaan dan dukungan yang

⁴⁷ Mariana Mariana and Martinus Budiantara, “Pengaruh Kebijakan Dividen, Keputusan Investasi, Pertumbuhan Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (2022),” *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis* 5, no. 1 (2025): 103–11, <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v5i1.3453>.

diberikan stakeholder kepada perusahaan. Dukungan tersebut dapat meningkatkan reputasi perusahaan, mengurangi risiko lingkungan, serta menarik minat investor untuk berinvestasi. Peningkatan minat investor akan mendorong kenaikan harga saham yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan yang diproksikan dengan Price to Book Value (PBV). Dengan demikian, berdasarkan Teori Stakeholder, Green Accounting diperkirakan memiliki hubungan positif terhadap nilai perusahaan karena mampu menciptakan nilai tambah dan keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang.

G. Hubungan *Return on Asset* terhadap Nilai perusahaan

Dalam perspektif Teori Sinyal (Signaling Theory), Return on Asset (ROA) merupakan salah satu indikator kinerja keuangan yang dapat memberikan sinyal kepada investor mengenai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki. Semakin tinggi nilai ROA, semakin efektif perusahaan dalam mengelola asetnya untuk memperoleh keuntungan. Kondisi tersebut dipandang sebagai sinyal positif oleh investor karena menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan prospek yang menjanjikan di masa depan. Respon positif investor dapat meningkatkan permintaan saham perusahaan, yang kemudian mendorong kenaikan harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan yang diproksikan dengan Price to Book Value (PBV). Dengan demikian, berdasarkan Teori Sinyal, ROA diperkirakan memiliki hubungan positif terhadap nilai perusahaan karena profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham.

H. Hubungan *Green Accounting* dan *Return on Asset* terhadap Nilai perusahaan Secara Simultan.

Dalam perspektif Teori Stakeholder dan Teori Sinyal, *Green Accounting* dan *Return on Asset* (ROA) merupakan faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. *Green Accounting* mencerminkan komitmen perusahaan dalam mengelola dan mengungkapkan aspek lingkungan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan stakeholder serta reputasi perusahaan. Sementara itu, ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki dan menjadi sinyal positif bagi investor mengenai kinerja serta prospek perusahaan. Penerapan *Green Accounting* yang baik disertai tingkat profitabilitas yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan investor dan stakeholder, sehingga mendorong peningkatan harga saham dan nilai perusahaan. Dengan demikian, secara simultan *Green Accounting* dan ROA diperkirakan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan *Price to Book Value* (PBV), karena keduanya mencerminkan kinerja perusahaan baik dari aspek keberlanjutan maupun aspek keuangan.

Dalam perspektif Teori Sinyal (*Signaling Theory*), *Return on Asset* (ROA) merupakan salah satu indikator kinerja keuangan yang dapat memberikan sinyal kepada investor mengenai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki. Semakin tinggi nilai ROA, semakin efektif perusahaan dalam mengelola asetnya untuk memperoleh keuntungan. Kondisi tersebut dipandang sebagai sinyal positif oleh investor karena menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan prospek yang menjanjikan di masa depan. Respon positif investor dapat meningkatkan permintaan saham

perusahaan, yang kemudian mendorong kenaikan harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan yang diproksikan dengan Price to Book Value (PBV). Dengan demikian, berdasarkan Teori Sinyal, ROA diperkirakan memiliki hubungan positif terhadap nilai perusahaan karena profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham.