

UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MEDAN-INDONESIA

Dengan ini diterangkan bahwa Skripsi Sarjana Ekonomi Program Sastra Satu (S1) dari mahasiswa:

Nama : **Heru Pratomo**
NPM : **1902100000000000000**
Nimble : **1902100000000000000**
Mata Kuliah : **Keuangan dan Pasar Modal**
Judul Skripsi : **ANALISIS KEBERHASILAN INVESTASI PADA PERUSAHAAN LISTRIK DAN GAS TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2020-2022**

Telah diterima dan terdaftar pada Fakultas Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan.
Dengan diterimanya Skripsi ini, maka telah dinyatakan penyelesaian studi dan dinyatakan selesai.

Program Studi Akuntansi

Pembimbing Utama

(Dr. Adnan Silaban, S.E., M.Si., Ak,CA)



(Dr. E. Hersongan Siallagan, S.E., M.Si)

Revisi Pembimbing

(Dr. E. Manatap Berliana Lumban Gool, S.E., M.Si., Ak,CA)

Revisi Pembimbing

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Setiap entitas mempunyai tujuan untuk menjaga keberlangsungan usahanya agar eksistensinya tetap terjaga. Dalam menjaga keberlangsungan usahanya, sebuah entitas harus memiliki tujuan yang jelas dan terarah. Ada beberapa hal yang menjadi tujuan suatu perusahaan, yaitu untuk mencapai keuntungan yang maksimal atau laba yang sebesar-besarnya, memakmurkan para pemilik saham, serta memaksimalkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan pada umumnya dipakai para investor untuk mengukur keberhasilan suatu entitas seberapa baikkah keadaan suatu perusahaan untuk kinerja saat ini maupun kondisi kedepannya, sehingga sangat penting untuk memaksimalkan nilai perusahaan karena nilai perusahaan dapat menghasilkan investasi untuk pengembangan perusahaan. Menurut dewi & Narayana 2020 dalam (Astuti, Pradnyani, 2023) perusahaan yang berhasil meningkatkan nilainya adalah yang terus memperhatikan dan mengendalikan potesinya, baik potensi yang berkaitan dengan finansial maupun potensi non-finansial. Karena pada dasarnya tujuan perusahaan tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan finansial tetapi juga harus memperhitungkan dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat sehingga melalui pencapaian itu dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan tersebut.

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh faktor keuangan dan faktor non-keuangan. Kedua faktor ini saling berkontribusi untuk memberikan gambaran lengkap tentang kesehatan dan prospek jangka panjang suatu perusahaan. Faktor keuangan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan menggambarkan sejauh mana perusahaan tersebut mengelola keuangan dan bagaimana perusahaan dapat memberikan nilai kepada para pemangku kepentingan yang dituangkan dalam laporan keuangan perusahaan. Sedangkan faktor non-keuangan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu kinerja lingkungan salah satunya yaitu kepatuhan terhadap standar lingkungan dan sosial, serta tindakan perusahaan terkait tanggung jawab sosial perusahaan.

Perusahaan adalah penyebab kerusakan lingkungan bagi masyarakat, dan masalah lingkungan adalah masalah yang sangat sensitif bagi masyarakat. Ketidakpercayaan publik terjadi ketika perusahaan mengabaikan masalah sosial dan lingkungan dan ketika masyarakat tidak mendapatkan secara langsung manfaat dari operasinya meskipun ada efek negatif yang timbul dari kegiatan operasional perusahaan. Pertumbuhan perusahaan memiliki dampak yang lebih besar terhadap lingkungan karena perusahaan berusaha keras untuk membuat produk yang bernilai tinggi, yang merupakan salah satu kelebihan industrinya. Namun, ada beberapa pelaku industri yang hanya mementingkan produksi yang baik dan bernilai tinggi tanpa peduli dengan lingkungan.

Fenomena mengenai sosial dan lingkungan masih menjadi perbincangan menarik yang kini menjadi perhatian utama di perusahaan yang ada di Indonesia ini. Sumber daya hutan dan lahan Indonesia telah berada pada titik ecological

imbalances. Kerusakan hutan Indonesia diperkirakan antara 600.000 Ha hingga 1,3 juta Ha pertahun. Adapun kerusakan hutan dan lahan telah mencapai 43 juta Ha. Pada umumnya, hal ini disebabkan oleh eksploitasi besar-besaran sumber daya hutan, baik pengambilan hasil hutan, pembukaan lahan perkebunan, maupun untuk keperluan lain seperti pertambangan.

Fenomena yang kedua yaitu di Indonesia, masih banyak perusahaan yang belum menyadari pentingnya pengendalian dan perawatan lingkungan, dalam contoh kasus ini ada perusahaan yang masih memiliki skor satu atau hitam dalam PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan) yang diterbitkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Skor satu atau hitam menunjukkan bahwa bisnis tersebut belum melakukan apa-apa terkait pengendalian lingkungan. Namun hal ini bukanlah yang terburuk, hal terburuk yaitu ketika beberapa perusahaan dengan sengaja tidak mendaftarkan perusahaannya mengikuti program PROPER dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Tidak hanya itu berbagai masalah pencemaran lingkungan kini menjadi perhatian ditingkat nasional dan bahkan internasional seperti pemanasan global, pencemaran air, polusi udara, penipisan lapisan ozon, serta eksplorasi dan eksploitasi alam yang berlebihan. Hal ini disebabkan oleh berbagai aktivitas manusia, termasuk aktivitas ekonomi dari aktivitas perusahaan manufaktur.

Kasus pencemaran lingkungan oleh PT. Toba Pulp Lestari, Tbk pada tahun 2016 yang menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Pencemaran limbah tersebut mengakibatkan tanah pertanian di sekitar perusahaan menjadi tandus atau kering, habitat ikan-ikan di Danau Toba terganggu

bahkan sebagian ikan mati, dan polusi udara dari bau limbah yang menyengat mengganggu kehidupan warga, sehingga perusahaan dituntut untuk harus lebih memperhatikan lingkungan sekitar dalam proses produksinya. Contoh kasus lainnya yaitu PT. Unilever Indonesia Tbk, merupakan perusahaan yang memproduksi sabun, deterjen, margarin, minyak sayur dan makanan yang terbuat dari susu, es krim, minuman dari teh dan produk-produk kosmetik. Pada tahun 2016, PT SMART Tbk adalah perusahaan yang menyediakan bahan baku minyak kelapa sawit (CPO) untuk produk Unilever, mendapat laporan dari Greenpeace pada tahun 2016 bahwa adanya pelanggaran yang menyebabkan kerusakan hutan karena perluasan lahan perkebunan sawit. PT. Unilever Tbk ini kemudian terlibat dalam kasus pencemaran lingkungan karena penyalahgunaan sumber daya dan energi serta pembuangan limbah cair dan sampah sembarangan di lingkungan sekitar perusahaan.

Perusahaan juga perlu memperhatikan masalah lingkungan yang timbul akibat dari kegiatan operasional perusahaan agar dapat menjalankan usaha yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Besarnya dampak pencemaran lingkungan yang diakibatkan dari aktivitas operasional perusahaan berkembanglah ilmu akuntansi yang bertujuan untuk mengontrol tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan yang dikenal sebagai akuntansi hijau. Akuntansi hijau muncul sebagai solusi selain dari kebijakan pemerintah, berfungsi sebagai mediator antara perusahaan yang melakukan tindakan yang berdampak langsung pada lingkungan dan masyarakat. Hal ini sejalan dengan konsep triple bottom line yaitu perusahaan tidak hanya mencari keuntungan (*profit*) tetapi juga mempertimbangkan lingkungan tempat

bisnis beroperasi (*planet*) dan para pemangku kepentingan (*people*). Dengan memperhitungkan ketiga aspek ini secara seimbang, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan dan mensejahterakan para stakeholdernya dengan memanfaatkan kemampuan finansial dan non-finansial sehingga perusahaan dapat menciptakan nilai jangka panjang yang berkelanjutan bagi semua pemangku kepentingan, termasuk pemegang saham, karyawan, masyarakat, dan lingkungan sehingga perusahaan dapat bertahan kedepannya. Jika hal tersebut terus dibiarkan dan tidak ditangani dengan benar, akan berdampak buruk pada lingkungan sekitar, dan keberlanjutan bisnis yang berdampak pada nilai perusahaan tersebut menurut Dewi & Narayana, 2020 dalam (Astuti, Pradnyani, 2023).

Oleh karena itu pemerintahan mencoba berbagai cara untuk mengurangi pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh aktivitas ekonomi. Hal ini didasari dengan diterbitkannya peraturan undang-undang No.40 tahun 2007 yang memuat tentang kewajiban perseroan terbatas untuk melaporkan tanggung jawab lingkungan dan sosial dalam menyusun laporan keuangannya. Hal ini berarti bahwa informasi tanggung jawab sosial perusahaan harus diberikan kepada semua pihak yang terlibat, seperti investor, pemerintah, masyarakat, atau pihak lain yang berkepentingan terhadap perusahaan menurut Maharani & Handayani 2021 dalam (Astuti, Pradnyani, 2023).

Dalam menjalankan bisnis, perusahaan wajib mewujudkan tanggung jawab sosial dan meningkatkan kesejahteraan sosial dengan menciptakan keseimbangan antara nilai-nilai sosial yang berhubungan pada kegiatan operasional dan aktivitas perusahaan dengan standar norma-norma yang berlaku pada sistem sosial di

masyarakat. Perusahaan dituntut untuk menunjukkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan dengan memberikan kontribusi dibidang ekonomi, masyarakat dan lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap kepentingan perusahaan itu sendiri tetapi kepada semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan. Jika perusahaan mampu menerapkan prinsip akuntansi hijau (*green accounting*) yang efektif, maka perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya yang cukup besar untuk mengatasi kendala lingkungan dan menurunya tingkat profitabilitas yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Sapulette & Limba, 2021).

Sesuai dengan teori legitimasi (*legitimacy theory*) untuk mendapatkan legitimasi dari lingkungan ditempat bisnis beroperasi, perusahaan akan berusaha agar bagaimana mendapatkan pengakuan dari masyarakat dengan memperkuat hubungannya dengan masyarakat disekitarnya. Perusahaan tidak dipercayai oleh publik jika tidak mengikuti nilai dan aturan masyarakat karena perusahaan dinilai oleh masyarakat menurut Puspitaningrum & Indriani, 2021 dalam (Astuti, Pradnyani, 2023).

Saat ini sudah banyak penelitian yang berbeda mengenai pengaruh penerapan akuntansi hijau (*green accounting*) pada objek terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian Sapulette & Limba (2021) tentang pengaruh penerapan green accounting dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020 menyimpulkan bahwa green accounting tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian (Tampubolon, 2022)

tentang pengaruh penerapan *green accounting* dan perputaran aset terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun (2018-2020) menyatakan bahwa *green accounting* memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Disamping itu akuntansi hijau (*green accounting*) juga mengakui kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) berupa tanggung jawab sosial perusahaan kepada stakeholders. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki peran penting dalam meningkatkan nilai perusahaan karena tanggung jawab sosial perusahaan memungkinkan perusahaan untuk membangun hubungan yang baik dengan stakeholders seperti konsumen, pemegang saham, karyawan, pemerintah dan sektor publik lainnya. Menurut teori pemangku kepentingan, pemangku kepentingan memiliki peran penting dalam keberlangsungan perusahaan, dimana dengan adanya program pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berfungsi sebagai perantara antara perusahaan dengan pemangku kepentingan dan memberikan dampak positif bagi masyarakat dan perusahaan. Kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sosial membuat perusahaan mendapatkan citra yang baik di mata masyarakat.

Tanggung jawab sosial perusahaan menjadi jawaban bagi perusahaan untuk meminimalisir kesenjangan sosial atas kerusakan lingkungan akibat aktivitas bisnis perusahaan. Sehingga perusahaan tidak hanya berupaya untuk memaksimalkan laba, namun juga turut memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungannya. Selanjutnya, hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor akan keberlangsungan perusahaan dan meningkatkan penjualan, meningkatkan

ketertarikan investor untuk berinvestasi di perusahaan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian (Astuti, Pradnyani, 2023) menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, berbeda dengan (Wibowo, 2022) menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian, karena dalam hal ini perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang memiliki aktivitas produksi yang berkesinambungan, sehingga dibutuhkan pengelolaan modal kerja dan aktiva yang baik. Perusahaan manufaktur memiliki kontribusi yang cukup besar dalam masalah-masalah seperti pencemaran lingkungan, hal ini disebabkan karena perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang kegiatan operasinya banyak berinteraksi langsung dengan masyarakat. Dilihat dari produksinya perusahaan manufaktur menghasilkan limbah produksi dan hal ini berhubungan erat dengan pencemaran lingkungan.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yang memiliki kesamaan dari penggunaan variabel berdasarkan nilai perusahaan. Dan untuk variabel bebas yaitu menggunakan perhitungan dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan yaitu Program PROPER berdasarkan data yang diberikan oleh perusahaan, sedangkan perbedaan antara penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya adalah pada sampel dan periode yang digunakan sebagai acuan pengukuran.

Maka dari kaitan ini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tersebut dengan judul penelitian **“PENGARUH PENERAPAN AKUNTANSI HIJAU DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN TERHADAP NILAI**

PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2020-2022”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang sudah di uraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah pada penelitian ini menjadi berikut:

1. Apakah penerapan akuntansi hijau berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022?
2. Apakah tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah akuntansi hijau berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022.
2. Untuk mengetahui apakah tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022.

1.4. Ruang Lingkup/Batasan Penelitian

Penelitian ini mengambil sumber data penelitian dari perusahaan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia sehingga penelitian ini akan berfokus dan mengambil data- data perusahaan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Mengingat banyaknya perusahaan yang ada di BEI maka perusahaan yang akan menjadi objek penelitian adalah hanya perusahaan sektor manufaktur untuk periode 2020-2022.

Penelitian ini hanya berfokus untuk meneliti dua variable yang mungkin mempengaruhi nilai perusahaan yaitu penerapan akuntansi hijau dan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini menggunakan dua variabel jadi fokus penelitian ini adalah apakah penerapan akuntansi hijau dan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat memperluas pengetahuan penulis mengenai tentang seberapa berpengaruh penerapan akuntansi hijau dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan khususnya pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Bagi Investor dan Perusahaan

Hasil penelitian ini digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk meninjau kembali aktivitas akuntansi hijau dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan, sehingga perusahaan dapat menyajikan informasi mengenai akuntansi hijau dan tanggung jawab sosial perusahaan perusahaan

dapat mengambil langkah yang tepat dalam pengelolaan lingkungan sehingga kerusakan lingkungan dapat dikelola dengan baik.

3. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori dan Pengertian Variabel

Pengaruh penerapan akuntansi hijau dan tanggung jawab sosial perusahaan dapat dijelaskan oleh beberapa teori fundamental dalam kaitannya terhadap nilai perusahaan. Diantaranya adalah teori legitimasi (*legitimacy theory*) dan teori pemangku kepentingan (*stakeholder theory*). Penjabaran dari teori tersebut adalah sebagai berikut:

2.1.1 Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)

Teori Legitimasi diperkenalkan pertama kali pada tahun 1975 oleh Dowling dan Preffer yang menyatakan bahwa teori legitimasi merupakan keadaan dimana sebuah organisasi atau perusahaan berupaya untuk mewujudkan keseimbangan antara nilai-nilai sosial yang berhubungan terhadap kegiatan operasional dan aktivitas perusahaan dengan standar norma-norma yang berlaku pada sistem sosial di masyarakat. Prinsip teori legitimasi adalah memotivasi perusahaan untuk memastikan bahwa publik menyetujui aktivitas operasi dan output yang dihasilkan perusahaan, sehingga diantisipasi bahwa hal ini akan membantu perusahaan untuk mencapai tujuan akhir dari sebuah bisnis yaitu meningkatkan nilai perusahaan (Abdullah, 2020).

Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan akan berupaya untuk memperoleh legitimasi dengan membangun kredibilitas masyarakat dengan mengimplementasikan inisiatif yang memenuhi harapan masyarakat melalui pelaksanaan program-program nyata seperti penerapan akuntansi hijau serta memformulasikannya kedalam laporan tahunan sebagai pengetahuan dasar oleh masyarakat umum untuk memperoleh informasi yang berguna untuk membuat keputusan mengenai kinerja perusahaan yang selaras dengan nilai-nilai sosial masyarakat. Akibatnya bisnis akan mendapatkan kredibilitas dari masyarakat dan dapat menghindari pengeluaran biaya yang besar sebagai akibat dari suatu pihak yang menolak keberadaan perusahaan tersebut.

2.1.2 Teori Pemangku Kepentingan

Pendekatan pemangku kepentingan dimunculkan pada tahun 1984 oleh studi yang dilakukan oleh Freeman. Konteks Pengenalan pendekatan teori ini dilatarbelakangi manajemen yang ingin mengakomodasi pemangku kepentingan untuk merancang kerangka kerja yang reaktif dimana masalah yang dihadapi adalah perubahan lingkungan.

Teori pemangku kepentingan menjelaskan hubungan antara pemangku kepentingan dan informasi yang mereka peroleh. Pemangku kepentingan biasanya melihat informasi tanggung jawab sosial perusahaan yang diberikan kepada mereka sebagai salah satu cara untuk mengukur kredibilitas dan legitimasi organisasi. Akibatnya informasi ini dapat dianggap sebagai kontribusi sosial yang sah yang dibuat oleh organisasi (Abdullah, 2020). Teori pemangku kepentingan menyatakan bahwa entitas tidak hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus

memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Definisi *stakeholder* yang dimaksudkan adalah setiap kelompok orang baik yang berada didalam perusahaan maupun diluar perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan (Kholis, 2017)

Menurut Ghozali dan Chariri dalam (Kalsum, 2017) teori pemangku kepentingan mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan diri sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut.

Tujuan utama dari teori pemangku kepentingan yaitu mendukung manajemen dalam upaya memaksimalkan nilai perusahaan dan mengurangi potensi kerugian yang pada akhirnya dapat mempengaruhi pemangku kepentingan itu sendiri. Setiap organisasi atau individu yang mungkin berdampak atau mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung dalam upaya bagaimana perusahaan atau bisnis dalam mencapai tujuannya dianggap sebagai pemangku kepentingan.

Setiap pemangku kepentingan memiliki kewenangan untuk memperoleh informasi terkait kegiatan operasi bisnis perusahaan sehingga informasi yang diperoleh dijadikan landasan mereka dalam mengambil keputusan yang tepat. Dalam kegiatan operasionalnya, perusahaan tidak hanya bertanggung jawab belaka terhadap tujuan perusahaan itu sendiri tetapi juga memikirkan kepentingan para

pemangku kepentingan, seperti konsumen, kreditur, pemerintah, masyarakat, supplier dan pihak lain yang terkait dalam kegiatan operasional perusahaan. Kelompok pemangku kepentingan adalah faktor pendukung perusahaan untuk mempertimbangkan apakah akan mengungkapkan informasi dalam perusahaan atau tidak (Uy & Hendrawati, 2020).

Menurut Dian & Lidyah (2016) menyatakan “Dengan demikian, kemampuan perusahaan untuk terus beroperasi secara signifikan dipengaruhi oleh dukungan yang diterima dari para pemangku kepentingan (*stakeholders*), sehingga dukungan para pemangku kepentingan merupakan hal yang penting untuk didapatkan”.

Keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang dimotivasi oleh adanya pihak pemangku kepentingan, oleh sebab itu pemangku kepentingan mempunyai peran penting, karena kenyataannya bahwa pemangku kepentingan memiliki wewenang untuk mengelola sumber daya yang dibutuhkan untuk operasi bisnis, terutama bagi mereka pemangku kepentingan yang memiliki wewenang atas sumber daya yang dialokasikan dalam upaya operasional perusahaan. Akibatnya perusahaan harus terus menjaga hubungan dengan para pemangku kepentingan dengan mengikuti keinginan dan kebutuhan yang ditentukan.

2.2 Nilai Perusahaan

2.2.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Tujuan jangka panjang perusahaan adalah meminimalkan biaya modalnya untuk memaksimalkan nilainya sehingga sasaran akhir didirikannya suatu perusahaan yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Menurut Mardiana dan Wuryani dalam (Wardani & Sa'adah, 2020) menyatakan nilai diciptakan ketika perusahaan memberikan return kepada para investornya melebihi biaya modal. Nilai perusahaan menggambarkan nilai saat ini dari pendapatan yang diharapkan pada masa depan dan indikator bagi pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan.

Keberhasilan suatu bisnis dilihat dari meningkatnya nilai perusahaan. Nilai perusahaan dikaitkan dengan harga saham, jika harga saham meningkat maka semakin berharga perusahaannya, akibatnya semakin besar juga harga yang bersedia dibayar pembeli potensial jika perusahaan dijual. Kenaikan *return* perusahaan juga akan diikuti dengan meningkatnya harga saham.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah jumlah total nilai ekonomi yang dimiliki oleh suatu perusahaan dengan persepsi investor yang melihat potensi perusahaannya untuk pertumbuhan dalam jangka waktu tertentu dan nilainya yang kuat akan dapat menarik minat investor untuk menginvestasikan dananya atau tidak dalam bisnis tersebut. Dengan demikian nilai suatu perusahaan dengan nilai pasar tertinggi membawa kemakmuran atau manfaat bagi pemiliknya. Jika pemegang saham menyerahkan manajemen bisnis kepada individu yang ahli dalam domain mereka seperti manajer dan komisaris

maka nilai perusahaan dapat dimaksimalkan. Nilai perusahaan akan bernilai berdasarkan seberapa baik manajemen mengelola sumber daya yang ada melalui pengukuran kinerja keuangan perusahaan.

Menurut Dian & Lidyah (2016) “Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar. Karena pada kenyataannya kenaikan harga saham berpengaruh signifikan terhadap kemakmuran pemegang saham. Harga saham yang meningkat berbanding lurus dengan peningkatan keuntungan yang diperoleh oleh pemegang saham sehingga ketika keadaan harga saham suatu perusahaan meningkat, akan mempengaruhi daya beli investor”.

Rahayu (2018) “Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan kepercayaan pasar yang tumbuh tidak hanya terkait dengan kinerja perusahaan saat ini tetapi juga dengan prospek masa depan perusahaan”. Sedangkan menurut (Harmono, 2014) “Nilai Perusahaan adalah kinerja perusahaan yang diperlihatkan melalui pergerakan harga saham dari perilaku permintaan dan penawaran di pasar modal atas penilaian masyarakat dari kinerja perusahaan”

2.2.2 Jenis-jenis Nilai Perusahaan

Beberapa konsep nilai perusahaan yaitu diantaranya sebagai berikut :

1. Nilai Nominal

Nilai nominal, yaitu harga yang tercatat secara absah pada anggaran dasar perusahaan dan dijelaskan secara terperinci dalam neraca perusahaan dan juga dipaparkan jelas dalam surat saham kolektif.

2. Nilai Pasar

Nilai pasar, yaitu nilai yang timbul akibat adanya aktivitas negosiasi dan hanya dapat digunakan jika perusahaan menjual sahamnya di bursa efek.

3. Nilai Intrinsik

Nilai intrinsik, yaitu pandangan yang paling non-konkret, karena nilai ini merujuk pada perkiraan riil suatu bisnis.

4. Nilai Buku

Nilai buku, yaitu nilai yang dihasilkan dari perkiraan dengan penggunaan konsep akuntansi untuk menentukan nilai buku perusahaan, dimana perhitungannya melibatkan pembagian seluruh jumlah saham yang beredar dengan selisih antara total asset dan total hutang.

5. Nilai Likuidasi

Nilai likuidasi, yaitu harga jual seluruh aset setelah semua pembayaran yang diperlukan telah dilakukan. Proses penentuan nilai likuidasi sama dengan proses penentuan nilai buku, yaitu sama-sama melibatkan neraca kinerja pada saat perusahaan akan dilikuidasi.

2.2.3 Pengukuran Nilai Perusahaan

Pendekatan untuk menghitung seberapa besar nilai perusahaan dapat dilakukan tiga metode yang didasari oleh rasio penilaian terhadap ukuran kinerja perusahaan, yaitu :

1. Price Earning Ratio (PER)

Price earning ratio (PER) menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang rela dikeluarkan oleh para investor untuk membayar setiap dollar laba yang

dilaporkan. Rumus nilai perusahaan dengan metode price earning ratio, yaitu:

$$\text{Price Earning Ratio (PER)} = \text{Harga saham} / \text{Pendapatan saham}$$

2. Price to Book Value (PBV)

Price to Book Value (PBV) adalah rasio yang memperlihatkan apakah harga saham yang diperdagangkan overvalued (di atas) atau undervalued (di bawah) nilai buku saham tersebut). Price to Book Value (PBV) mencerminkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham entitas. Jika nilai semakin besar berarti pasar percaya akan prospek perusahaan. PBV juga berarti sampai dimana suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang dapat berubah terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Rumus menghitung nilai perusahaan dengan metode ini, yaitu :

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

3. Tobin's Q

Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Jika dibandingkan dengan metode rasio nilai pasar, metode Tobin's Q dinilai lebih unggul terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada banyaknya nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang diperlukan untuk menggantinya saat ini. Rumus Tobin's Q adalah sebagai berikut:

$$\text{Tobin's Q (Q)} = (\text{EMV} + \text{Liabilities}) / (\text{Total Aset})$$

2.3 Akuntansi Hijau

2.3.1 Definisi Akuntansi Hijau

Ikhsan (2008) mendefinisikan green accounting atau akuntansi hijau merupakan penggunaan akuntansi dimana suatu bisnis juga memperhitungkan pengeluaran yang berkaitan dengan kesejahteraan dan pelestarian lingkungan sekitar yang disebut dengan istilah biaya lingkungan. Perusahaan diharuskan menanggung biaya keuangan dan non-keuangan dari dampak lingkungan yang dihasilkan dari operasi yang memiliki efek buruk pada kualitas lingkungan (Pasaribu, 2022)

Menurut Sedangkan menurut (Lako, 2018) mendefinisikan bahwa akuntansi hijau yaitu bertujuan untuk menghasilkan informasi mengenai sosial dan lingkungan yang dideskripsikan melalui laporan keuangan melalui prosedur yang mengintegrasikan pengukuran nilai, pengakuan, pencatatan, pelaporan, dan kontrol ke dalam laporan keuangan, sosial, dan lingkungan, transaksi, dan peristiwa dalam proses akuntansi yang berguna bagi *stakeholders*.

Ketika konservasi lingkungan sangat dihargai oleh masyarakat, penggunaan akuntansi hijau oleh bisnis dapat menarik pelanggan dengan cara yang unik. konsumen saat ini biasanya akan membeli barang yang dibuat oleh bisnis yang telah mengadopsi akuntansi hijau atau sektor hijau. Secara alami, ini akan mengarah pada perkembangan yang menguntungkan bagi kemajuan industri, seperti lebih meningkatnya penjualan yang menghasilkan keuntungan lebih tinggi, kelangsungan bisnis yang lebih baik, dan kedudukan industri yang lebih tinggi di pandangan investor (Zulhaimi, 2015). Selanjutnya, akuntansi hijau digunakan oleh

bisnis untuk membantu entitas dalam pencapaian perusahaan dan untuk akuntabilitas kepada pemangku kepentingan.

Fungsi utama dari akuntansi hijau adalah untuk mengatasi masalah lingkungan sosial. Hal ini juga dapat mempengaruhi pencapaian pembangunan berkelanjutan dan lingkungan di negara ini, yang juga membentuk perilaku bisnis ketika dihadapkan dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Akuntansi hijau digambarkan sebagai identifikasi, pelacakan, analisis, pelaporan, dan informasi biaya yang terhubung ke aspek lingkungan organisasi. Hal ini berkaitan dengan sistem audit lingkungan dan lingkungan informasi.

Selain itu dengan adanya Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan (TJSLP) merujuk pada Pasal 66 dan Pasal 74 Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan PP No.47/2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Dalam UU dan PP tersebut, TJSLP merupakan suatu kewajiban perseroan yang wajib dilaksanakan.

2.3.2 Fungsi dan Peran Akuntansi Hijau

Menurut (Lako, 2018) dasar pemikiran dibalik pentingnya mengadopsi akuntansi hijau bagi perusahaan atau organisasi dijelaskan pada fungsi dan peran akuntansi hijau. Adapun fungsi tersebut sebagai berikut:

1. Fungsi Internal

Ketika membuat keputusan administratif yang dapat diterima untuk konservasi lingkungan, fungsi internal dapat membantu dalam mengelola konservasi dan analisis biaya kegiatan ini. Akuntansi hijau diharapkan untuk

melakukan fungsi internal ini sebagai alat manajemen perusahaan yang dapat digunakan manajer untuk berinteraksi dengan subsektor bisnis yang ada.

2. Fungsi eksternal

Komponen pelaporan ditangani oleh fungsi eksternal. Entitas harus memperhatikan data akuntansi yang timbul dari upaya konservasi untuk melaksanakan tugas ini. Hasil pengukuran kuantitatif upaya pelestarian lingkungan harus merupakan output dari informasi yang dihasilkan.

2.3.3 Tujuan Akuntansi Hijau

Tujuan akuntansi hijau yaitu untuk meningkatkan jumlah informasi yang signifikan yang dapat diakses oleh pengguna yang membutuhkan atau dapat memanfaatkannya terkait lingkungan organisasi perusahaan. Terlepas dari kapabilitas dan ketepatan informasi akuntansi perusahaan dalam mengurangi dampak efektivitas akuntansi hijau di lingkungan yang dihasilkan dari operasi bisnis juga bergantung pada pengelompokan biaya yang tepat yang dapat mengelompokkan semua biaya yang dikeluarkan oleh unit bisnis.

Pentingnya akuntansi hijau juga berasal dari hubungannya entitas baik perusahaan publik maupun swasta secara lokal dalam upaya konservasi alam. Untuk tujuan mendukung upaya mereka, pemangku kepentingan harus memahami, menilai dan mengevaluasi informasi ini. Selanjutnya, tujuan dan sasaran pengembangan akuntansi hijau dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Akuntansi Hijau merupakan salah satu instrumen pengelolaan lingkungan
2. Akuntansi Hijau digunakan sebagai sarana komunikasi dengan Masyarakat.

2.3.4 Karakteristik Akuntansi Hijau

Menurut (Lako,2018) mendeskripsikan bahwa ada tiga karakteristik kualitatif guna membantu dalam mempertimbangkan pengambilan keputusan bagi para pemangku kepentingan informasi akuntansi hijau. Ketiga karakteristik tersebut adalah:

1. Akuntabilitas merupakan data yang mencakup setiap aspek entitas terkait kewajiban ekonomi, sosial dan lingkungan serta biaya keuntungan akibat dari dampak yang terjadi.
2. Komprehensif dan Terintegrasi, merupakan data akuntansi yang disediakan karena integritas antara data akuntansi keuangan dengan data akuntansi sosial dan data lingkungan yang dipaparkan secara komprehensif dalam satu paket pelaporan akuntansi.
3. Keterbukaan (transparansi), data akuntansi penyajiannya harus sesuai dengan fakta dilapangan, dapat dipertanggung jawabkan atas tindakan, keputusan atau kinerja perusahaan, tepat waktu sangat penting untuk menjaga integritas, dan terbuka untuk menghindari menyesatkan pengguna informasi untuk melakukan penilaian, evaluasi, dan pencarian informasi keputusan baik ekonomi maupun non-ekonomi.

2.3.5 Indikator Akuntansi Hijau

Dalam penelitian ini kinerja lingkungan yang menjadi indikator dalam akuntansi hijau (*green accounting*). Kinerja lingkungan yang baik akan dipengaruhi oleh pengukuran dan indikator akuntansi hijau yang efektif. Dengan penggunaan metode pengukuran, penilaian, pengungkapan dan penyajian tidak dapat untuk menentukan seberapa baik akuntansi hijau dinilai. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) berfungsi untuk meningkatkan operasi entitas dalam program manajemen lingkungan, dan salah satu cara untuk melakukannya adalah dengan menerapkan program kriteria PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup) untuk mengukur kinerja lingkungan perusahaan.

Tabel 2.1 Kriteria Pengukuran PROPER

No	Kriteria Pengukuran	Penjelasan
1	Persyaratan Dokumen Lingkungan Dan Pelaporannya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jika semua operasi perusahaan didokumentasikan dalam dokumen pengelolaan lingkungan, seperti dokumen pengelolaan dan pemantauan kualitas lingkungan (UKL/UPL), dokumen analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL), atau dokumen manajemen terkait lainnya, maka perusahaan dianggap memenuhi kriteria ini. 2. evaluasi kepatuhan bisnis terhadap persyaratan pelaporan pengelolaan lingkungan berdasarkan UKL / UPL dan AMDAL.
2	Pengendalian Pencemaran Air	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entitas wajib mempunyai izin dan wajib melewati titik pemenuhan yang telah ditetapkan sebelum limbah dibuang ke lingkungan.

3	Pengendalian Pencemaran Udara	1. Kepatuhan terkait kontrol udara berdasarkan pada prinsip bahwa semua sumber emisi harus diidentifikasi dan diterapkan untuk memastikan bahwa emisi yang dikeluarkan tidak melebihi standar yang telah ditetapkan.
4	Pengelolaan Limbah Bahan Berbahaya dan Beracun (B3)	1. Elemen penting untuk evaluasi Kepatuhan terkait pengelolaan limbah B3 yaitu melalui tahap pendataan, selanjutnya pengelolaan lanjutan yang dilengkapi dengan izin pengelolaan limbah B3.
5	Pengendalian Pencemaran Air Laut	1. Indikator utama terkait kepatuhan adalah kelengkapan izin dan kepatuhan pelaksanaan air limbah harus sesuai dengan ketentuan perizinan.
6	Potensi Kerusakan Lingkungan	1. Standar untuk kemungkinan kerusakan pada lahan terbatas hanya pada operasi pertambangan. 2. Menentukan jenis batuan yang berpotensi menyebabkan air asam tambang dan membuat desain pengelolaan jenis batuan tertutup

Sumber: <https://www.menlhk.go.id>

Penilaian kinerja akuntansi hijau didasarkan pada standar penilaian PROPER yang dinyatakan dalam sistem warna yang terdiri dari 5 warna yang berubah dari yang terbaik ke yang terburuk, yaitu emas, hijau, biru, merah dan hitam. Perusahaan kemudian mengemukakan warna-warna tersebut kepada masyarakat secara berkala sehingga masyarakat dapat menilai kapabilitas perusahaan dalam penerapan akuntansi hijau yang akan berdampak pada reputasi atau citra perusahaan. Informasi lebih jelasnya terkait penilaian kinerja akuntansi hijau tertera pada Kementerian Lingkungan Hidup No. 5 Tahun 2011 tentang Program Penilaian Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup memuat seluruh rangkaian kriteria penilaian PROPER. Lima warna dapat digunakan untuk mengkategorikan evaluasi kinerja PROPER. Warna-warna ini adalah:

1. Emas; Sangat Baik; Skor 5

Bagi perusahaan yang menjalankan aktivitas operasinya dengan penuh tanggung jawab yaitu mempertimbangkan kepentingan publik dengan menunjukkan pencapaian perusahaan telah berhasil melakukan upaya pengendalian pencemaran atau kerusakan lingkungan.

2. Hijau; Baik; Skor 4

Bagi perusahaan yang telah memenuhi hasil evaluasi tahap II (lanjutan) melalui penerapan sistem manajemen lingkungan dan tanggung jawab sosial (CSR) dengan baik yang sesuai dengan peraturan (beyond compliance) melalui upaya 4R (*Reduce, Reuse, Recycle, and Recovery*).

3. Biru; Cukup; Skor 3

Bagi perusahaan yang telah memenuhi hasil evaluasi tahap I yaitu telah memenuhi persyaratan minimum sebagaimana yang sudah ditetapkan dalam peraturan UU yang berlaku terkait hal pengendalian pencemaran atau kerusakan lingkungan hidup.

4. Merah; Buruk; Skor 2

Bagi perusahaan yang belum memenuhi persyaratan minimum yang telah ditetapkan dalam peraturan UU yang berlaku terkait hal pengendalian pencemaran atau kerusakan lingkungan hidup.

5. Hitam; Sangat Buruk; Skor 1

Bagi perusahaan yang secara sengaja melanggar peraturan perundang-undangan dan tidak menanggung sanksi administratif terkait upaya pengendalian pencemaran atau kerusakan lingkungan.

Tabel 2.2 Peringkat kinerja PROPER

Warna	Skor
Emas	5
Hijau	4
Biru	3
Merah	2
Hitam	1

Sumber: <https://www.menlhk.go.id>

2.4 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)

2.4.1 Definisi Tanggung jawab sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) adalah pertanggungjawaban perusahaan atas masalah lingkungan yang timbul akibat hasil dari operasi bisnisnya, terutama yang melibatkan penggunaan langsung sumber daya alam. Menurut Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 ayat 1 juga dijelaskan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”(Kusumadilaga, 2010).

Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate social responsibility*) merupakan gagasan yang memuat bahwa bisnis memiliki kewajiban kepada organisasi, lingkungan, pemegang saham, pelanggan, dan karyawannya dalam semua aspek operasinya (Abdullah, 2020). Oleh karena itu, untuk memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat melalui penerapan program CSR, seorang manajer atau pemimpin perusahaan harus peka terhadap kondisi dilingkungan sekitar perusahaan yang terkena dampak dari hasil bisnisnya. Kemampuan perusahaan untuk bertahan dalam jangka panjang sangat dipengaruhi oleh stabilitas sosial dan lingkungan (Riduwan dan Andayani, 2018 dalam (Abdullah, 2020).

Perusahaan harus mampu menciptakan kesejahteraan sosial dan kelestarian lingkungan di samping fokus utamanya yaitu laba. Agar pelaksanaan program CSR ini benar-benar memberikan dampak yang bermanfaat dan tidak hanya dilihat sebagai alat untuk bisnis, oleh karena itu dalam pelaksanaan program CSR harus melibatkan pemerintah dan masyarakat lokal. (Nayenggita et al., 2019 dalam Abdullah, 2020) kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh operasi perusahaan diantisipasi sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan. Meskipun demikian, masih banyak bisnis yang berasumsi bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) hanyalah beban perusahaan yang harus ditanggung yang dapat berdampak pada profitabilitas yang akan diperoleh sehingga hal tersebut yang membuat bisnis tidak mau memenuhi kewajiban sosialnya (Abdullah, 2020). sementara, jika perusahaan tidak memenuhi kewajibannya terhadap masalah sosial dan lingkungan, hal ini akan memberikan dampak buruk terhadap kelanjutan bisnisnya.

Dalam konsep tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), bisnis tidak hanya berpedoman pada tanggung jawab single bottom line yaitu kewajiban terhadap kinerja keuangan atau nilai perusahaan saja tetapi wajib berpedoman pada tanggung jawab triple bottom line yaitu perusahaan harus bertanggung jawab untuk mempertimbangkan masalah sosial dan lingkungan serta masalah keuangan karena faktor finansial saja tidak dapat memberikan nilai pada perusahaan, dengan menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan sosial hal ini akan mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka Panjang (Dian & Lidyah, 2016).

Magdalena dan Herlina dalam Gunawan & Utami (2016) “Menemukan Fakta bahwa, jika dibandingkan dengan perusahaan lain yang tidak terlibat dalam CSR, perusahaan yang memiliki komitmen terhadap CSR memiliki keuntungan yang sangat besar dalam harga saham dari waktu ke waktu”

Menurut Lisandri & Jovita (2020) terdapat komponen utama dalam konsep triple bottom lines atau yang sering disingkat 3P yaitu sebagai berikut :

- a. Profit, yaitu perusahaan harus tetap terus beroperasi dan berkembang untuk meningkatkan nilai perusahaan.
- b. People, yaitu perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan karyawan dan masyarakat.
- c. Planet, yaitu perusahaan peduli terhadap lingkungan dan memelihara sumber daya alam dimana lokasi perusahaan beroperasi.

2.4.2 Manfaat dan Fungsi CSR

Menurut Branco dan Rodrigues dalam (Rochmaniah, 2020) membagi dua manfaat CSR bila dikaitkan dengan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) dari sebuah perusahaan, yaitu dari sisi internal maupun eksternal, yaitu:

1. Manfaat internal CSR

- a. Mengasah keterampilan karyawan yang mempengaruhi efektivitas sistem manajemen SDM dengan meningkatkan kompetensi sumber daya manusia. Pelatihan ini memiliki potensi untuk meningkatkan dukungan dan loyalitas staf.

- b. Bisnis menjadi lebih sadar lingkungan, melalui upaya dengan progresif menghilangkan polusi dari proses produksi mereka. Hal Ini berpengaruh dan memberikan dampak yang positif pada hubungan perusahaan dengan pemasok.
- c. Mewujudkan budaya perusahaan, sumber daya manusia, dan organisasi yang efektif.
- d. Implementasi tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap peningkatan kinerja keuangan dan kepemilikan modal perusahaan.

2. Manfaat eksternal CSR

- a. Menerapkan CSR akan meningkatkan reputasi bisnis sebagai tempat yang mempromosikan tanggung jawab sosial; Ini terkait dengan layanan terbaik yang ditawarkan kepada pemangku kepentingan eksternal.
- b. Salah satu produk pembeda yang sangat disarankan adalah CSR. Bagi perusahaan, ini menunjukkan bahwa produk tersebut termasuk dalam kategori ramah lingkungan dan berasal dari bisnis yang telah mengambil tanggung jawab sosial mereka. Dalam situasi ini, bisnis melakukan CSR sejalan dengan karakteristik unik dari bisnis tersebut.
- c. Penerapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah tanda komunikasi yang efektif antara khalayak dan bisnis. Pada akhirnya, semua orang mendukung reputasi dan nama baik perusahaan yang direalisasikan, serta perusahaan dan karyawan memiliki hubungan kerja yang positif dan masyarakat menjadi lebih kohesif.

- d. Dampak tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan kerja organisasi dapat dilihat dari sisi perlindungan terhadap kinerja karyawan yang buruk dan sebagai sarana untuk melindungi sumber daya perusahaan kinerja karyawan yang buruk.

2.4.3 Indikator Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Berikut ini adalah beberapa indikator tanggung jawab sosial perusahaan yaitu sebagai berikut :

Penelitian ini menggunakan instrumen CSRI mengacu pada instrument *Global Reporting Initiative (GRI) G4*. GRI adalah organisasi berbasis jaringan yang telah memelopori pengembangan laporan berkelanjutan di dunia yang paling banyak digunakan dan berkomitmen untuk perbaikan terus-menerus. GRI versi 4 digunakan dalam penelitian ini, karena merupakan indeks item pengungkapan yang lebih luas dan lebih lengkap, yang berisi item-item pengungkapan dari CSRI GRI versi terdahulu, ditambah dengan 14 item pengungkapan CSR. Informasi kegiatan CSR dikelompokkan menjadi tiga kategori, yaitu: ekonomi, kinerja lingkungan, sosial. Kategori sosial dibagi menjadi empat sub-kategori, yaitu: praktik ketenagakerjaan dan pekerjaan yang layak, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab produk. Kategori dibagi menjadi 91 item dengan rincian sebagai berikut:

- a. Kategori ekonomi, terdiri dari 4 aspek dan 9 indikator
- b. Kategori lingkungan, yang terdiri dari 12 aspek dan 34 indikator

- c. Kategori sosial, terdiri dari empat sub-kategori, 30 aspek dan 48 indikator.

Pengukuran CSRI dilakukan melalui analisis konten dalam mengukur berbagai CSRI. Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomis, yaitu masing-masing kategori pengungkapan informasi CSR dalam instrument penelitian diberi skor 1 jika diungkapkan dalam laporan tahunan, dan nilai 0 jika informasi kategori tidak diungkapkan dalam laporan tahunan. Selanjutnya, skor ditambahkan untuk mendapatkan skor keseluruhan untuk setiap perusahaan. Pengukuran dengan menggunakan rumus:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

$CSRI_j$ = Corporate Social Responsibility indikator perusahaan j

n_j = Jumlah item pengungkapan CSR, $n_j \leq 91$

X_{ij} = Dummy Variabel: Nilai 1 Jika item i diungkapkan; 0 jika item i tidak diungkapkan

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai penerapan akuntansi hijau dan tanggung jawab sosial perusahaan sudah lama diterapkan di Indonesia. Terdapat berbagai macam alasan perusahaan dalam penerapan akuntansi hijau dan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab kepada masyarakat dan lingkungan hal ini telah

diteliti dalam penelitian terdahulu, diantaranya adalah karena menanti peraturan Perundang-Undangan No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam Pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Melalui penerapan ini perusahaan dapat mempertahankan reputasi serta citra merk dan memperbaiki hubungan dengan para pemangku kepentingan yang sangat mempengaruhi terhadap nilai perusahaan yang dapat dikaitkan dengan harga saham, sehingga dengan meningkatnya harga saham akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Pengaruh Penerapan Akuntansi Hijau dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan yang penulis jadikan sebagai referensi dalam penelitian ini.

Menurut Erlangga et al., (2021) melakukan penelitian yang berjudul "Penerapan *Green Accounting Dan Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas*". Variabel dependen yang digunakan pada penelitian tersebut adalah nilai perusahaan. Adapun variabel independen yang digunakan adalah *green accounting* dan *corporate social responsibility*. Dan mediasi yang digunakan adalah *profitabilitas*. 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.

Astuti, Pradnyani, (2023) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Penerapan *Green Accounting, Profitabilitas, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan*”. Variabel dependen nilai perusahaan, sedangkan variabel independen adalah *green accounting, prifitabilitas, corporate social responsibility*. Adapun hasil yang didapat dari penelitian ini *green accounting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pertambangan sektor Batubara, *Profitabilitas* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pertambangan sektor Batubara dan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pertambangan sektor batubara.

Sapulette & Limba, (2021) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Penerapan Green Accounting dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020”. Variabel dependen yaitu nilai perusahaan, sedangkan variabel independent yaitu *green accounting* dan kinerja lingkungan. Adapun hasil penelitian ini yaitu bahwa variabel *green accounting* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan sedangkan variabel kinerja lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel nilai perusahaan.

Lisandri & Jovita, (2020) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Sub Sektor Pertambangan Batu Bara Di Indonesia”. Variabel dependen yaitu nilai perusahaan, sedangkan variabel

independen yaitu *corporate social responsibility* dan variabel moderasi yaitu *profitabilitas*. Adapun hasil dari penelitian tersebut yaitu bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan yang berarti bahwa apabila nilai perusahaan meningkat maka CSR menurun.

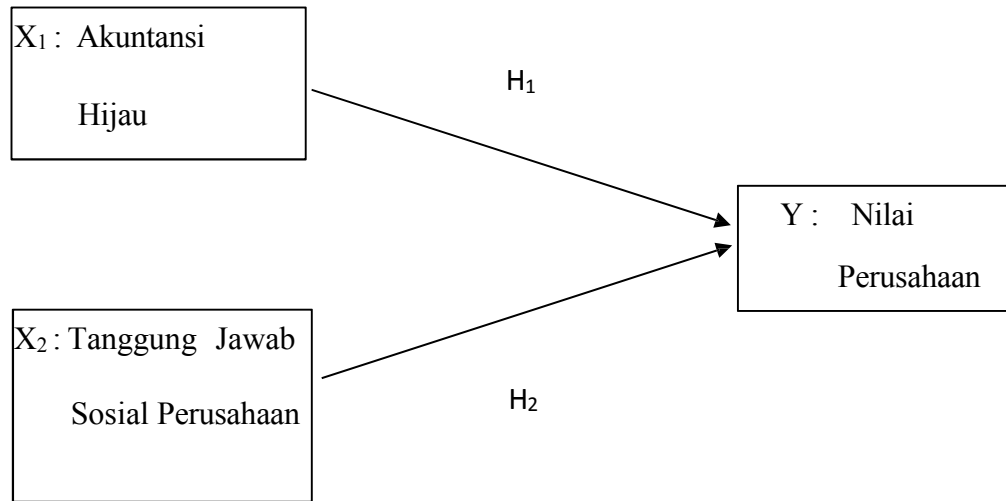
Zulaika & Sihombing, (2019) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan: (Studi Empiris Pada Indeks Sri-Kehati Yang Terdaftar Di BEI)”. Variabel dependen yang digunakan yaitu nilai perusahaan, sedangkan variabel independent yaitu *corporate social responsibility* dan *profitabilitas*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

2.6 Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

2.6.1 Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis memuat pemikiran dasar hubungan diantara variabel variabel yang akan menjadi konsep dasar penelitian. Variabel-variabel yang dimaksud yaitu keterkaitan antara variabel dependen dan variabel independen. Dalam penelitian ini nilai perusahaan dijadikan sebagai variabel dependen dan variabel independen yaitu akuntansi hijau dan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga kerangka pemikiran akan terlihat seperti berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Teoritis



2.6.2 Pengembangan Hipotesis

2.6.2.1 Pengaruh Penerapan Akuntansi Hijau terhadap Nilai Perusahaan

Selain kinerja ekonomi dan sosial perusahaan, kinerja lingkungan menjadi salah satu penilaian yang sangat penting bagi masyarakat. Kinerja lingkungan perusahaan yang baik akan berpengaruh terhadap citra atau penilaian perusahaan untuk tetap bertahan dalam aktivitas operasinya dan keberadaannya dapat diterima oleh masyarakat. Kinerja. (Wardani & Sa'adah, 2020) menyatakan agar tercapainya tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan dan meningkatkan kinerja keuangan didapatkan dengan menunjukkan tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat sekitar melalui bagaimana cara perusahaan memenuhi tanggung jawabnya terkait kepedulian entitas terhadap lingkungan. Fenomena ini memberikan kepercayaan pada argumen teori legitimasi (*Legitimacy theory*), yang menyatakan bahwa masyarakat mengakui keberadaan perusahaan untuk melanjutkan operasinya.

Menurut Hamidi (2019 dalam Sapulette & Limba, 2021) tindakan pertama yang dapat dilakukan perusahaan untuk mengurangi masalah lingkungan adalah menerapkan akuntansi hijau. Dengan memasukkan biaya lingkungan dalam laporan keuangan perusahaan, hal ini sudah memperlihatkan penerapan akuntansi hijau yang menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan

Pada penelitian yang dilakukan Astuti & Pradnyani, (2022) yang meneliti tentang Pengaruh Penerapan *Green Accounting*, *Profitabilitas*, Dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan menunjukkan bahwa *green accounting*, profitabilitas dan corporate social responsibility berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pertambangan sektor batubara. Dari penjelasan tersebut, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah

H₁: Penerapan Akuntansi Hijau Berpengaruh Positif Signifikan terhadap Nilai Perusahaan

2.6.2.2 Pengaruh Tanggung Jawab Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang sering disebut dengan Corporate Social Responsibility merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap ekonomi, sosial dan lingkungan yang didasari tiga prinsip dasar meliputi *Profit, people dan Planet(3P)*. Tujuan jangka Panjang perusahaan yaitu akan terus berupaya meningkatkan nilai perusahaan yang boleh didapatkan melalui menerapkan dan mengoptimalkan pengungkapan atas informasi tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut (Erlangga et al., 2021) Semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka semakin besar nilai perusahaan, sehingga

hal ini akan memberikan dampak yang positif terhadap perusahaan yaitu perusahaan mendapatkan citra dan sentiment yang baik dari masyarakat sekitar sehingga masyarakat memiliki rasa percaya terhadap produk atau jasa yang dihasilkan dari aktivitas operasi bisnisnya, dan apabila perusahaan tidak berusaha seoptimal mungkin untuk meningkatkan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial maka masyarakat kurang percaya terhadap produk yang dihasilkan hal ini mempengaruhi daya jual produk yang berdampak pada menurunnya penjualan dan di ikuti juga dengan turunnya nilai perusahaan. Menurut teori pemangku kepentingan, pemangku kepentingan memiliki peran penting dalam keberlangsungan perusahaan, dimana dengan adanya program pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berfungsi sebagai perantara antara perusahaan dengan pemangku kepentingan dan memberikan dampak positif bagi masyarakat dan perusahaan. Kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sosial membuat perusahaan mendapatkan citra yang baik di mata masyarakat. Sehingga dengan adanya program tanggung jawab sosial perusahaan akan terbangun citra perusahaan yang baik di mata masyarakat. Masyarakat akan mempunyai pandangan yang bagus karena perusahaan telah memperlihatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungannya (Celvin & Gaol, 2015).

Komitmen perusahaan kepada masyarakat melalui inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan ini diantisipasi bahwa pelaksanaan CSR akan dapat meningkatkan investor membeli saham di perusahaan. Nilai perusahaan dapat ditentukan dengan melihat harga saham dan pendapatannya. Berdasarkan penjelasan diatas maka dirumuskan hipotesis berikut:

H₂: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Berpengaruh Positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

(Azuar Juliandi, Irfan, 2014) Populasi adalah keseluruhan dari semua komponen yang ada dalam sebuah wilayah penelitian. Sedangkan sampel adalah wakil-wakil dari populasi. Populasi penelitian yaitu seluruh perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2020-2022 sebanyak 192 perusahaan. Perusahaan manufaktur meliputi beberapa sektor antara lain industri dasar dan kimia dengan sub-sektornya (semen, keramik dan porselen kaca, Logam, kimia, plastik, pakan ternak, kayu, dan pulp-kertas), sektor consumer goods dengan sub-sektornya (makanan dan minuman, rokok, farmasi, kosmetik dan barang keperluan rumah tangga), dan terakhir sektor industri dengan sub-sektornya (mesin dan alat berat, komponen dan otomotif, tekstil dan garment, alas kaki, kabel, elektronika dan lainnya). Dapat dilihat dalam lampiran 2.

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu. Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan yang telah penulis tentukan. Oleh karena itu, penulis memilih teknik *pusposive sampling* dengan menetapkan pertimbangan

pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

Adapun kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar secara berturut-turut di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022
2. Perusahaan manufaktur yang mempublish laporan keuangan tahunan (*annual report*) secara berturut-turut di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022.
3. Perusahaan manufaktur yang mempublish laporan keberlanjutan (*sustainability report*) secara berturut-turut di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022.
4. Perusahaan manufaktur yang mengikuti program PROPER pada tahun 2020-2022.

Berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan diatas, maka terdapat perusahaan yang memenuhi kriteria, untuk selanjutnya dijadikan sampel dalam pengujian terhadap variabel-variabel yang digunakan.

Tabel 3.1 Jumlah Sampel Sesuai Kriteria

Keterangan	Jumlah
Perusahaan manufaktur yang terdaftar secara berturut-turut di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022.	192
Kriteria : Perusahaan manufaktur yang tidak mempublish laporan keuangan tahunan (<i>annual report</i>) secara berturut-turut di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022.	(30)

Perusahaan manufaktur yang tidak mengikuti program PROPER pada tahun 2020-2022.	(134)
Jumlah populasi	28

Sumber: www.idx.co.id

Setelah dilakukannya metode purposive sampling, maka dapat diketahui sampel dalam penelitian ini pada tabel 3.2

Tabel 3.2 Sampel Penelitian

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
2	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk
3	CPRO	Central Proteina Prima Tbk
4	AALI	Astra Agro Lestari
5	ADES	Akasha Wira Internasional Tbk
6	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Tbk
7	DLTA	Delta Djakarta Tbk
8	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk
9	GGRM	Gudang Garam Tbk
10	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
11	KAEF	Kimia Farma Tbk
12	KLBF	Kalbe Farma Tbk
13	PEHA	Phapros Tbk
14	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk
15	CINT	Chitose International Tbk
16	INTP	Indocement Tunggul Perkasa Tbk
17	SMBR	Semen Baturaja (Persero) Tbk
18	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk
19	GDST	Gunawan Dianjaya Steel Tbk
20	INAI	Indal Aluminium Industry Tbk
21	NIKL	Pelat Timah Nusantara Tbk
22	IPOL	Indopoly Swakarsa Industry Tbk
23	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk
24	MAIN	Malindo Feedmill Tbk
25	MERK	Merck Tbk
26	VOKS	Voksel Electric Tbk
27	GDST	Gunawan Dianjaya Steel Tbk
28	SPMA	Suparma Tbk

3.2 Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.2.1 Jenis dan Sumber Data

Data yang menjadi sumber penelitian ini adalah data kuantitatif sekunder, Dimana data ini bukan diambil langsung dari perusahaan tetapi melalui media perantara yaitu Bursa Efek Indonesia. Data-data yang dimaksud berupa laporan keuangan tahunan (*annual report*) dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) selama periode pengamatan yaitu berkisar dari tahun 2020-2022 yang telah di publis dan memenuhi kriteria sampel. Data-data ini lebih jelasnya dapat dilihat pada laman resmi Bursa Efek Indonesia yaitu <https://www.idx.co.id/>.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik dokumentasi dan studi Pustaka. Teknik dokumentasi yang dimaksud adalah Teknik dalam penelitian yang mengumpulkan data untuk mendapatkan dokumen, arsip, dan laporan yang berisi data yang telah disesuaikan dari sumber awalnya. Studi Pustaka adalah Teknik pengumpulan data-data yang berkaitan dengan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian yang bisa bersumber dari buku, jurnal, artikel-artikel atau sumber jelas lainnya yang mendukung.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Tabel 3. 3 Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel

No	Variabel Operasional	Definisi Operasional	Indikator
1	Akuntansi Hijau (X ₁)	Akuntansi hijau adalah penggunaan akuntansi dimana suatu bisnis juga	Peringkat PROPER: 1. Hitam 2. Merah

		memperhitungkan biaya pengeluaran yang berkaitan dengan kesejahteraan dan pelestarian lingkungan yang disebut dengan biaya lingkungan.	3. Biru 4. Hijau 5. Emas
2	Tanggung Jawab Sosial perusahaan (X ₂)	Tanggung jawab sosial perusahaan adalah pertanggungjawaban perusahaan atas masalah lingkungan yang timbul akibat dari hasil operasi bisnisnya terutama yang melibatkan penggunaan sumber daya alam.	$CSRI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$
3	Nilai perusahaan (Y)	Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang diperlihatkan melalui pergerakan harga saham dari kinerja perusahaan.	$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku}}$

3.4 Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis

Teknik analisis merupakan suatu proses mengolah data menjadi informasi baru. Analisis data adalah mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Sama halnya dengan teknik analisis data kualitatif, pada analisis kuantitatif terdapat beberapa jenisnya, yaitu analisis data kuantitatif deskriptif dan analisis data kuantitatif inferensial.

3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif

(Azuar Juliandi, Irfan, 2014) Analisis statistik deskriptif menggambarkan atau mendeskripsikan suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), median, modus, standar deviasi, maksimum dan minimum. Statustik deskriptif merupakan

statistik yang menggambarkan atau mendeskripsikan data menjadi sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah untuk dipahami.

3.4.2 Uji Asumsi Klasik Linear Berganda

(Azuar Juliandi, Irfan, 2014) Uji asumsi klasik linear berganda dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang didapatkan merupakan model yang terbaik, dalam hal ketepatan estimasi, tidak bias, serta konsisten. Dalam menentukan asumsi klasik linear berganda atau sering juga disebut dengan (*Blue Linear Unbias Estimation*), dilakukan dengan melakukan uji data Normalitas, Mulltikolinearitas, Heterokodanitas dan Autokorelasi.

3.4.2.1 Uji Normalitas

(Azuar Juliandi, Irfan, 2014) Independent memiliki distribusi yang normal. Asumsi normalitas adalah asumsi bahwa setiap variabel dan semua kombinasi linear dari variabel terdistribusi secara normal. Dasar pengambilan keputusan uji statistik dengan Kolmogorov; Smirnov Z (1-Sample K-S) adalah:

1. Apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) kurang dari 0,05, maka H₀ ditolak. Hal ini berarti data residual terdistribusi tidak normal.
2. Apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,05, maka H₀ diterima. Hal ini berarti data residual terdistribusi normal.

3.4.2.2 Uji Multikolinearitas

(Azuar Juliandi, Irfan, 2014) Multikolinearitas (multicollinearity) adalah hubungan linear yang terjadi di antara variabel-variabel bebas/independen di dalam model regresi berganda. Konsekuensi dari adanya multikolinearitas ini adalah

bahwa estimator/prediktor akan mempunyai varian dan standar kesalahan (error) yang besar, sehingga sulit memperoleh suatu estimasi/prediksi yang tepat. Lebih lanjut, sebagai akibat dari varian dan standard error yang besar, maka interval estimasi akan cenderung lebih lebar dan nilai hitung statistik uji t akan kecil, sehingga menyebabkan variabel independen menjadi tidak signifikan secara statistic.

Deteksi adanya gejala multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai-nilai Tolerance dan VIF (Varian Inflation Faktor) yang kriterianya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai Tolerance $> 0,1$, dan nilai VIF < 10 , maka dikatakan bahwa tidak ditemukan adanya gejala multikolinearitas pada model regresi.
2. Jika nilai Tolerance $< 0,1$, dan nilai VIF > 10 , maka dikatakan bahwa ditemukan adanya gejala multikolinearitas pada model regresi

3.4.2.3 Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidakbersamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heterokedastisitas dilakukan melalui analisis grafik scatterplot dan uji gletser. Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik ScatterPlot antara SRESID 54 dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah di studentized.

3.4.2.4 Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah pengujian yang dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode kini (t) dengan kesalahan periode sebelumnya ($t-1$). Jika terjadi maka hal ini maka disebut autokorelasi. Model yang baik adalah terhindar dari masalah autokorelasi. Salah satu cara melihat ada atau tidaknya masalah autokorelasi adalah dengan memperhatikan nilai Durbin Waston (D-W) dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Nilai D-W dibawah -2 berarti autokorelasi positif
- b. Nilai D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi
- c. Nilai D-W diatas +2 berarti autokorelasi negatif

3.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda

(Azuar Juliandi, Irfan, 2014) Analisis Regresi bertujuan untuk memprediksi atau melihat perubahan yang terjadi pada variabel terikat akibat pengaruh dari variabel bebas. Karena penelitian ini menggunakan beberapa variabel bebas yang menjadi pengaruh terhadap variabel terikat maka penelitian ini akan menggunakan teknik analisis linear berganda untuk mencari pengaruh. Beberapa hal yang perlu dilakukan untuk analisis linear berganda adalah

3.4.3.1 Persamaan Regresi

Model persamaan regresi dilakukan untuk menggambarkan keterkaitan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) biasanya dilakukan dengan persamaan garis lurus. Persamaan yang dilakukan dalam penelitian ini terlihat seperti persamaan berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y : Variabel terikat (nilai perusahaan)

α : Konstanta

β_1, β_2 : Koefisien regresi

X_1 : Variabel bebas 1 (akuntansi hijau)

X_2 : Variabel bebas 2 (tanggung jawab sosial perusahaan)

ε : Standar eror

3.4.4 Pengujian Hipotesis

Ada dua jenis pengujian untuk menguji hipotesis yaitu uji parametrik dan non parametrik. Uji parametrik digunakan menguji jika data yang digunakan normal sedangkan non parametrik digunakan ketika data yang digunakan tidak normal (Ghozali, 2018). Berikut beberapa yang harus dipenuhi untuk menggunakan uji statistik parametrik yaitu :

1. Observasi harus independen

2. Populasi awal observasi harus normal

3. Variabel diukur dalam skala interval

Untuk itu jika data bersifat normal maka harus menggunakan uji statistik parametrik. Pengujian hipotesis peneliti menggunakan uji pengaruh parsial (t test)

3.4.4.1 Uji Statistik t

Pengujian Statistik t (uji t) bertujuan untuk menganalisis apakah masing-masing variabel independen (secara parsial) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Ketentuan untuk melihat apakah nilai yang dihasilkan menunjukkan pengaruh atau tidak, dapat dilihat dengan nilai derajat signifikansi yaitu berada di nilai 0,05. Jika lebih besar dari 0,05 maka tidak ada hubungan diantara kedua variabel sebaliknya jika lebih kecil dari 0,05 menunjukkan pengaruh yang signifikan.

3.4.3.2 Koefisien Determinasi / R-Square

Nilai R-square bertujuan untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen. Nilai yang dapat dihasilkan berkisar antara 0 sampai 1. Jika nilai berada di angka 0 berarti tidak ada hubungan diantara variabel bebas maupun variabel terikat. Dan sebaliknya jika nilai semakin dekat dengan 1 maka hasil menunjukkan bahwa keterkaitan variabel bebas dan terikat semakin sempurna.

