

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Signaling Theory (Teori Sinyal)

Signalling theory atau teori sinyal dikembangkan oleh (Ross, 1977) yang menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan memiliki informasi yang lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor agar saham perusahaannya tersebut meningkat. menurut (Morris, 1987) Fokus dari signalling theory adalah mengurangi asimetri informasi antara pihak internal dan eksternal perusahaan. Ketika informasi diungkapkan, pelaku pasar yang menerima informasi tersebut dapat menginterpretasikan dan menganalisis apakah informasi tersebut merupakan sinyal baik (good news) atau sinyal buruk (bad news) bagi investor dan pemangku kepentingan lainnya (Rokhlinasari, 2015). Pendapat Brigham dan Houston teori sinyal merupakan teori tentang pilihan tindakan manajemen dalam mengelola perusahaan dapat menjadi sinyal/petunjuk bagi investor mengenai penilaian manajemen untuk prospek bisnis di masa yang akan datang. Teori signal menjelaskan dimana suatu perusahaan mempunyai dorongan untuk mempublikasikan laporan keuangan kepada pihak eksternal (Silviana & Asyik, 2016).

Teori sinyal atau *signaling theory* adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Teori ini memberikan penjelasan mengenai alasan perusahaan memiliki dorongan untuk menyampaikan atau memberikan informasi terkait laporan keuangan perusahaan untuk pihak eksternal. Dorongan untuk menyampaikan atau memberikan informasi terkait laporan keuangan untuk pihak eksternal dilandasi pada terdapatnya asimetri informasi antar manajemen perusahaan dan pihak eksternal (Bergh et al., 2014). Perusahaan atau manajemen perusahaan memiliki lebih banyak informasi terkait operasional perusahaan dan prospek masa depan perusahaan dibandingkan dengan pihak eksternal seperti investor, kreditor, underwriter dan pengguna informasi lainnya. Oleh karena itu, untuk menanggapi permasalahan tersebut dan mengurangi asimetri informasi yang

terjadi maka hal yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan sinyal kepada pihak luar yang dilakukan melalui laporan keuangan perusahaan yang didalamnya terdapat informasi keuangan perusahaan yang kredibel atau dapat dipercaya dan akan memberikan kepastian mengenai prospek keberlanjutan perusahaan kedepannya.

Isyarat atau signal adalah suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor dalam bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Sesuai dengan pernyataan tersebut, perusahaan dengan prospek masa depan yang menguntungkan akan mencoba untuk menghindari penjualan saham perusahaan melainkan mengusahakan pendapatan modal baru melalui cara lain seperti penggunaan hutang melebihi target struktur modal normal. Sebaliknya, perusahaan dengan prospek yang kurang menguntungkan akan cenderung menjual saham perusahaannya. Dengan kata lain pengumuman emisi saham oleh suatu perusahaan merupakan suatu isyarat atau sinyal yang menandakan bahwa manajemen perusahaan memandang prospek perusahaan tersebut suram dan apabila suatu perusahaan menawarkan penjualan saham baru dengan frekuensi yang lebih sering dari biasanya maka harga saham perusahaan tersebut akan menurun, hal ini diakibatkan karena dengan menerbitkan saham baru maka memberikan isyarat negatif yang kemudian dapat menekan harga saham.

Dengan kata lain kenaikan harga saham atau tingginya harga saham suatu perusahaan merupakan indikasi bahwa perusahaan tersebut memiliki nilai perusahaan (*firm value*) yang tinggi. Oleh karena itu, nilai perusahaan dapat memberikan kesejahteraan bagi pemegang saham seiring dengan meningkatnya harga saham (Nguyen, 2018). Teori sinyal berhubungan dengan nilai perusahaan, apabila perusahaan gagal atau tidak dapat menyampaikan signal dengan baik mengenai nilai perusahaan maka nilai perusahaan akan mengalami ketidaksesuaian terhadap kedudukannya, dengan artian nilai perusahaan dapat berada diatas atau dibawah nilai sebenarnya.

2.2 Teori Stakeholders

Teori *Stakeholders* adalah teori yang menjelaskan pihak mana yang menjadi tanggung jawab perusahaan (Freeman, 1984). Teori *stakeholders* pada dasarnya menyatakan bahwa perusahaan adalah entitas yang memiliki kewajiban tidak hanya untuk bertindak untuk kepentingannya sendiri, tetapi juga untuk memberikan manfaat kepada pemangku kepentingan atau *stakeholders*-nya. Menurut (Mandaika & Salim, 2015) Tujuan perusahaan tidak hanya fokus pada profit, tetapi juga membawa manfaat bagi *stakeholders*. Sebuah perusahaan membutuhkan dukungan *stakeholders* dan sebaliknya perusahaan perlu memberikan manfaat kepada *stakeholders*. Perusahaan yang bertindak untuk kepentingan *stakeholders* tentu mereka mendapatkan dukungan dan kepercayaan dari *stakeholders* internal maupun eksternal perusahaan. Perusahaan harus mengarah pada kegiatan yang memperkuat dukungan *stakeholders* (Masruroh & Makaryanawati, 2020). Teori *stakeholders* adalah suatu konsep manajemen strategis yang bertujuan untuk membantu perusahaan dalam memperkuat hubungan dengan kelompok eksternal dan mengembangkan keunggulan kompetitif (Mardikanto, 2014:68).

Stakeholders atau Pemangku kepentingan di sini meliputi kreditur, pemasok, pemegang saham, konsumen, masyarakat, pemerintah dan berbagai pemangku kepentingan lainnya. Istilah *stakeholders* atau pemangku kepentingan pertama kali diperkenalkan oleh Stanford Research Institute pada tahun 1963 dan didefinisikan sebagai suatu kelompok yang dapat mendukung keberadaan suatu organisasi (Harmoni, 2013). *Stakeholder* adalah kelompok atau individu yang mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh proses pencapaian tujuan organisasi (Freeman & Mcvea, 2008). Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab untuk memaksimalkan keuntungan bagi pemilik dan investor yang dapat disebut sebagai *shareholders* melainkan juga harus bertanggung jawab dalam memberikan manfaat bagi masyarakat, lingkungan sosial dan pemerintah yang dapat disebut sebagai *stakeholders*.

Prinsip dasar teori *stakeholders* adalah semakin kuat hubungan perusahaan, semakin baik bisnis perusahaan. Di sisi lain, semakin buruk hubungan perusahaan, maka semakin sulit bisnis tersebut untuk berjalan. Hubungan yang berkelanjutan

dengan pemangku kepentingan dilandasi oleh kepercayaan, rasa hormat dan kerjasama (Handini et al., 2022). Menurut (Deegan dan Unerman, 2011) Perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang dapat memuaskan permintaan dari berbagai *stakeholders*. Menurut penelitian yang dilakukan (Handini et al., 2022) Teori *stakeholder* mengatakan nilai perusahaan sangatlah berpengaruh terhadap kelangsungan hidup para investor, karna semakin tinggi nilai sebuah perusahaan maka akan banyak investor yang akan tertarik mengambil bagian dalam perusahaan tersebut dan juga dapat memberikan gambaran tentang tanggung jawab sosial dimana dalam teori ini dijelaskan bahwa keberadaan perusahaan tidak dapat dilepas dari peran *stakeholders* atau pemangku kepentingan. Menurut (Hadi, 2018:201) dalam penelitian (Handini et al., 2022) Perusahaan harus memiliki keberpihakan serta tanggung jawab atas segala dampak yang muncul akibat operasinya.

2.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang beredar. Harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli diartikan sebagai harga pasar atas perusahaan itu sendiri. Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, seperti manajer maupun komisaris (Keown, et al. 2007). Nilai merupakan sesuatu yang diinginkan apabila nilai bersifat positif dalam arti menguntungkan atau menyenangkan dan memudahkan pihak yang memperolehnya untuk memenuhi kepentingan-kepentingannya yang berkaitan dengan nilai tersebut. Sebaliknya, nilai merupakan sesuatu yang tidak diinginkan apabila nilai tersebut bersifat negatif dalam arti merugikan atau menyulitkan pihak yang memperolehnya untuk mempengaruhi kepentingan pihak tersebut sehingga nilai tersebut di jauhi (Tika, 2012:40).

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan atau kekayaan, terutama bagi para pemegang sahamnya, terwujud berupa upaya peningkatan atau memaksimalkan nilai pasar atas harga saham perusahaan yang bersangkutan.

Tujuan ini bersifat garis besar, karena pada praktiknya tujuan itu senantiasa dipengaruhi oleh keputusan-keputusan dibidang keuangan (Tika, 2012:124).

Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan antara lain:

1. *Price Earning Ratio* (PER)

Price earning ratio menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang rela dikeluarkan oleh para investor untuk membayar setiap dolar laba yang dilaporkan (Brigham dan Houston, 2006:110). Kegunaan price earning ratio adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh earning per share nya. Price earning ratio menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan earning per share. Dalam menghitung nilai PER, kita harus melibatkan dua komponen, yakni *closing price* (harga per lembar saham) dan EPS. Dari kedua komponen, didapatkan rumus berikut ini.

$$\text{PER} = \text{Harga per lembar saham} / \text{Earning Per Share (EPS)}$$

2. Tobin's Q

Tobin's Q ditemukan oleh seorang pemenang hadiah nobel dari Amerika Serikat yaitu James Tobin. Tobin's Q adalah nilai pasar dari aset perusahaan dengan biaya penggantian: Menurut konsepnya, rasio Q lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada berapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini. Dalam praktiknya, rasio Q sulit untuk dihitung dengan akurat karena memperkirakan biaya penggantian atas aset sebuah perusahaan bukanlah suatu pekerjaan yang mudah (Margaretha, 2014:20). Mengukur rasio Tobin's q pada perusahaan perbankan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Q = \text{MVS} + D / \text{TA}$$

3. *Price to Book Value* (PBV)

Komponen penting lain yang harus diperhatikan dalam analisis kondisi perusahaan adalah *Price to Book Value* (PBV) yang merupakan salah satu

variabel yang dipertimbangkan seorang investor dalam menentukan saham mana yang akan dibeli. Untuk perusahaan-perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio ini mencapai diatas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan. Price to book value yang tinggi akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan kedepan. Hal itu juga yang menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Rumus *Price to Book Value* adalah sebagai berikut :

$$PBV = (\text{Harga Saham}) / (\text{Nilai Buku}).$$

Nilai Buku diperoleh dari membagi total Ekuitas dengan total saham yang beredar. Terlihat, bagian dari komponen dalam menentukan besaran *Price to Book Value* adalah nilai buku (*Book Value*).

Dalam penelitian ini penulis memilih indikator dari nilai perusahaan adalah Price Book Value (PBV) karena *price book value* banyak digunakan dalam pengambilan keputusan investasi. Selain itu, Ada beberapa keunggulan PBV yaitu nilai buku merupakan ukuran yang stabil dan sederhana yang dapat dibandingkan dengan harga pasar. Keunggulan kedua adalah PBV dapat dibandingkan antar perusahaan sejenis untuk menunjukkan tanda mahal/murahnya suatu saham. Rasio ini dapat memberikan gambaran potensi pergerakan harga suatu saham sehingga dari gambaran tersebut, secara tidak langsung rasio PBV ini juga memberikan pengaruh terhadap harga saham.

2.3.1 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan

Penilaian perusahaan dapat dipengaruhi oleh banyak faktor. Konsep dasar penilaian perusahaan yang digunakan, antara lain: nilai ditentukan pada periode tertentu, nilai harus ditentukan pada harga yang wajar, penilaian tidak dipengaruhi oleh kelompok tertentu (Santoso, 2015:69). Secara umum banyak metode dan teknik yang telah dikembangkan dalam penilaian perusahaan, diantaranya adalah:

- a) Pendekatan laba, antara lain metode rasio tingkat laba atau price earning ratio, metode kapitalisasi proyeksi laba;
- b) Pendekatan arus kas, antara lain metode diskonto arus kas
- c) Pendekatan dividen, antara lain metode pertumbuhan dividen
- d) Pendekatan harga saham
- e) Pendekatan *economic value added*

2.4 Green Accounting

Green accounting adalah suatu proses pengakuan, pengukuran nilai, pencatatan, peringkasan, pelaporan, dan pengungkapan informasi terhadap objek, transaksi, peristiwa, atau dampak dari aktivitas ekonomi, sosial, dan lingkungan terhadap korporasi masyarakat dan lingkungan serta korporasi itu sendiri dalam satu paket pelaporan informasi akuntansi yang terintegrasi agar dapat bermanfaat bagi para pemakai dalam penilaian dan pengambilan keputusan ekonomi dan non ekonomi (Lako, 2018:99)

Green accounting adalah istilah yang berkaitan dengan dimasukkannya biaya lingkungan (*enviromental cost*) ke dalam praktik akuntansi perusahaan. Green accounting atau akuntansi lingkungan didefinisikan sebagai pencegahan, pengurangan, dan atau penghindaran dampak terhadap lingkungan, bergerak dari kesempatan, dimulai dari perbaikan kembali kejadian – kejadian yang menimbulkan bencana atas kegiatan – kegiatan tersebut. Green accounting atau akuntansi lingkungan adalah identifikasi, pengukuran dan alokasi biaya – biaya ke dalam pengambilan keputusan usaha serta mengomunikasikan hasilnya kepada *stockholder*. Green accounting adalah istilah yang berkaitan dengan dimasukkannya biaya lingkungan (*environmental cost*) ke dalam praktik akuntansi perusahaan. Biaya lingkungan adalah dampak baik moneter maupun non – moneter yang harus dipikul sebagai akibat dari kegiatan yang mempengaruhi kualitas lingkungan (Sulistiawati & Dirgantari, 2017).

Pada dasarnya akuntansi lingkungan memang berkuat pada biaya pengembangan atau perawatan lingkungan khususnya pada perusahaan yang fokus utamanya

pekerjaan mereka berhubungan dengan lingkungan. (Lako, 2018) mengungkapkan bahwa tujuan dari green accounting atau akuntansi lingkungan adalah untuk meningkatkan jumlah informasi relevan yang dibuat bagi mereka yang memerlukan atau yang menggunakannya. Adapun tujuan dikembangkannya akuntansi lingkungan antara lain sebagai berikut:

- 1) Akuntansi lingkungan adalah sebuah alat manajemen lingkungan yang digunakan untuk menilai keefektifan kegiatan konservasi berdasarkan ringkasan dan klasifikasi biaya konservasi lingkungan
- 2) Akuntansi lingkungan sebagai alat komunikasi dengan masyarakat dan publik guna untuk menyampaikan dampak negatif lingkungan, kegiatan konservasi lingkungan dan hasilnya kepada publik.

(Lako, 2018) mengungkapkan pentingnya penggunaan akuntansi lingkungan bagi perusahaan atau organisasi lainnya dijelaskan dalam fungsi dan peran akuntansi lingkungan. Fungsi dan peran tersebut dibagi dalam dua kategori yaitu fungsi internal dan fungsi eksternal sebagai berikut :

- 1) Fungsi Internal

Fungsi ini berkaitan dengan pihak internal perusahaan sendiri. Pihak internal adalah pihak yang menyelenggarakan usaha, seperti rumah tangga konsumen, rumah tangga produksi ataupun jasa lainnya. Faktor dominan pada fungsi internal ini adalah pemimpin perusahaan, karena pemimpin perusahaan merupakan orang yang bertanggung jawab dalam setiap mengambil keputusan maupun kebijakan internal perusahaan.

- 2) Fungsi Eksternal

Fungsi eksternal merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan perusahaan, karena berkaitan dengan laporan keuangan yang mengungkapkan hasil dari kegiatan konservasi lingkungan dalam bentuk data akuntansi. Informasi yang diukur secara kuantitatif dari kegiatan konservasi lingkungan.

2.4.1 Indikator Green Accounting

Penelitian ini mengukur green accounting menjadi beberapa aspek yang dijadikan sebagai alat pengukur yaitu pengungkapan biaya lingkungan yang telah dilakukan

perusahaan. Mengukur pengungkapan biaya lingkungan yakni mengacu pada pengungkapan usaha atau kegiatan lingkungan yang dilakukan perusahaan untuk menghindari kerusakan lingkungan dan mengatasi masalah yang disebabkan oleh kerusakan lingkungan perusahaan. Pengungkapan informasi lingkungan diartikan sebagai pengungkapan informasi yang berkaitan dengan kegiatan – kegiatan atau usaha yang dilakukan perusahaan dalam mengatasi permasalahan sosial lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan informasi lingkungan merupakan pengungkapan sukarela yang merupakan bagian dari pelaporan perusahaan atas tanggung jawab sosial perusahaan (Hapsoro & Ambarwati, 2020). Bentuk kepedulian lingkungan yang dijalankan oleh perusahaan disajikan dalam laporan tahunan pada bagian pengelolaan lingkungan dengan beberapa pengelompokan biaya lingkungan. Biaya lingkungan terdiri dari seluruh biaya yang dapat mengukur ketidakpastian yang dihadapi perusahaan berkaitan dengan biaya produk, sistem, fasilitas guna mengambil keputusan yang lebih baik. Pada dasarnya, biaya lingkungan mengacu pada biaya produk, proses, sistem, atau fasilitas yang penting untuk keputusan manajemen yang lebih baik

Menurut (Yastynda, 2022) *Green Accounting Disclosure* diukur dengan variabel dummy yang memberikan skor 1 jika mengungkapkan dan skor 0 diberikan jika tidak mengungkapkan. Apabila perusahaan tersebut melakukan pengungkapan biaya lingkungan di dalam laporan tahunan, maka akan memperoleh 1 poin atas pengungkapan biaya yang dikeluarkan untuk berbagai aktivitas/program mengenai lingkungan. Skor akhir didapat dari total skor masing – masing perusahaan yang memenuhi indikator di bawah ini:

- a. Pengungkapan biaya pengelolaan lingkungan
- b. Pengungkapan biaya perlindungan dan pelestarian lingkungan
- c. Pengungkapan biaya pengelolaan dan pengolahan limbah
- d. Pengungkapan biaya rehabilitasi lingkungan
- e. Pengungkapan biaya hubungan masyarakat

Menurut Environmental Protection Agency (EPA), biaya lingkungan merupakan biaya internal dan eksternal terkait dengan semua biaya atas tindakan yang diambil

atau akan diambil untuk mengatasi dampak lingkungan dari aktivitas operasi sesuai dengan tujuan perusahaan sebagai bentuk kepedulian dan perlindungan lingkungan oleh perusahaan. Biaya lingkungan diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan dengan berbagai versi dan bahasa mereka sendiri. Berikut ini merupakan definisi dari biaya- biaya lingkungan yang sudah disebutkan diatas beserta contoh biayanya pada penelitian ini:

1). Pengungkapan Biaya Pengelolaan Lingkungan

Pengungkapan biaya pengelolaan lingkungan merupakan pengungkapan biaya yang ditanggung perusahaan sebagai upaya untuk melestarikan lingkungan hidup dengan melakukan penataan lingkungan, pengembangan lingkungan, pemanfaatan lingkungan, dan pengendalian lingkungan hidup. Biaya ini dikeluarkan oleh perusahaan bertujuan untuk memperoleh kelestarian hubungan antara manusia dengan lingkungan hidup sebagai wujud pembangunan yang seutuhnya. Contoh: biaya efisiensi energi dan air, biaya pengelolaan sumber daya, biaya pengelolaan kualitas udara, biaya pemantauan lingkungan, dan biaya pendampingan/pemberdayaan lingkungan.

2). Pengungkapan Biaya Perlindungan dan Pelestarian Lingkungan

Pengungkapan biaya perlindungan dan pelestarian lingkungan merupakan pengungkapan biaya yang ditanggung perusahaan sebagai upaya untuk melindungi dan menghindari dampak negatif kerusakan lingkungan secara jangka panjang akibat dari aktivitas perusahaan. Contoh: biaya perlindungan lingkungan, biaya penggunaan sumber daya, biaya usaha/proses/produk untuk menimalisasi polusi, biaya pelestarian lingkungan, biaya konservasi alam/energi, biaya pelestarian keanekaragaman hayati flora/fauna, biaya pembudidayaan, biaya pengurangan/pengendalian emisi, biaya pengendalian erosi dan biaya masa depan efek gas rumah kaca.

3). Pengungkapan Biaya Pengelolaan dan Pengolahan Limbah

Pengungkapan biaya pengelolaan dan pengolahan limbah merupakan pengungkapan biaya yang ditanggung dan dikeluarkan perusahaan untuk

mengelola dan mengolah limbah hasil aktivitas produksi dengan menghilangkan polutan yang terkandung di dalam limbah tersebut sebelum dilepaskan kembali ke lingkungan. Contoh: biaya pencegahan dan pengendalian limbah, biaya pengurusan limbah, biaya daur ulang limbah, dan biaya ganti rugi lingkungan yang tercemar limbah.

4). Pengungkapan Biaya Rehabilitasi Lingkungan

Pengungkapan biaya rehabilitasi lingkungan merupakan pengungkapan biaya yang ditanggung perusahaan dengan tujuan untuk memulihkan lingkungan, pengembalian struktur tanah, dan peningkatan fungsi lahan. Biaya ini mampu mendukung kembali pertumbuhan tanaman pada lahan kritis disekitar perusahaan atau lahan yang telah digunakan. Contoh: biaya konservasi/reklamasi/revegetasi lahan/pascatambang, biaya pembersihan lingkungan yang tercemar polusi, dan biaya penghijauan/penanaman pohon kembali.

5). Pengungkapan Biaya Hubungan Masyarakat

Pengungkapan biaya hubungan masyarakat merupakan pengungkapan biaya yang ditanggung perusahaan untuk lingkungan sosial perusahaan (masyarakat) yang tempat tinggalnya berdekatan dengan perusahaan atau pabrik tempat produksi sebagai tanggung jawab perusahaan. Contoh: biaya penelitian lingkungan, biaya pengobatan warga akibat aktivitas operasi perusahaan, biaya kehilangan lingkungan yang sehat, biaya tanggung jawab lingkungan, biaya pengaduan lingkungan, dan biaya penelitian/pembelajaran mengenai lingkungan.

2.5 Kinerja Lingkungan

Menurut Bahri (2016: 117), Kinerja lingkungan perusahaan (environmental performance) adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik. Kinerja lingkungan merupakan hubungan perusahaan dengan lingkungan mengenai dampak lingkungan dari sumber daya yang digunakan, efek lingkungan dari proses organisasi, implikasi lingkungan atas produk dan jasa, pemulihan pemrosesan

produk serta mematuhi peraturan lingkungan kerja. Apabila tingkat kerusakan lingkungan tinggi akibat aktivitas perusahaan berarti kinerja lingkungan perusahaan buruk dan sebaliknya. Semakin besar dampak kerusakan lingkungan berarti semakin buruk perusahaan tersebut dalam mengelola lingkungannya. Jenis indikator kinerja lingkungan, seperti PROPER, ISO (ISO 14001 dan sertifikasi pengujian lingkungan ISO 17025 untuk sistem manajemen lingkungan lembaga independen), AMDAL (pengujian BOD dan COD untuk air limbah) dan GRI (*Global Reporting Initiative*), adalah kerangka kerja pengembangan Pelopor dalam pelaporan keberlanjutan. Kinerja lingkungan perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan peringkat PROPER.

2.5.1 Manfaat Kinerja Lingkungan

Menurut Mardikanto (2014: 150) gagasan untuk memiliki sistem manajemen kinerja lingkungan membantu menjamin komitmen perusahaan untuk berikut:

- a. Komitmen manajemen untuk memenuhi ketentuan kebijakan, tujuan dan aspirasi.
- b. Fokus pada penyebaran budaya pelestarian bukan mengatur pengobatan atau tindakan korektif di kemudian hari.
- c. Proses perbaikan terus menerus. Sebagai imbalan untuk menerapkan sistem manajemen lingkungan, keuntungan ekonomi dapat direalisasikan. Keuntungan tersebut harus ditentukan untuk memiliki mereka dan nilai-nilai mereka ditunjukkan sebelumnya pihak, terutama pemangku kepentingan (pemegang saham). Hal ini akan memberikan perusahaan untuk kesempatan menghubungkan tujuan lingkungan dengan hasil keuangan tertentu, dan sebagainya menjamin ketersediaan sumber daya.

Menurut Mardikanto (2014:150) unsur – unsur utama dari tanggung jawab lingkungan meliputi:

1. Mengadopsi kinerja lingkungan yang spesifik, aturan dan standar pengukuran.
2. Memfasilitasi lingkungan teknologi pengembangan, konversi dan alat angkut.
3. Mempromosikan kesadaran lingkungan.

4. Membuka saluran negosiasi dengan pihak terkait, dan berkomunikasi dengan pihak – pihak tersebut tentang masalah lingkungan.

2.5.2 Metode Pengukuran Kinerja Lingkungan

Menurut Ikhsan (2011:306), pengukuran kinerja lingkungan didefinisikan sebagai hasil dari suatu penilaian yang sistematis dan didasarkan pada kelompok indikator kinerja kegiatan yang berupa indikator-indikator masukan, keluaran, hasil, manfaat, dan dampak. Pengukuran kinerja dilakukan dengan menggunakan indikator kinerja kegiatan yang dilakukan dengan memanfaatkan data kinerja yang diperoleh melalui data internal yang ditetapkan oleh instansi maupun data eksternal yang berasal dari luar instansi.

Kinerja lingkungan diukur dari prestasi perusahaan mengikuti Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). Program ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan hidup. PROPER diumumkan secara rutin kepada masyarakat, sehingga perusahaan yang dinilai akan mendapat insentif maupun disinsentif reputasi, tergantung pada tingkat ketaatannya. Kinerja lingkungan merupakan variabel independen yang akan diproksikan dengan hasil pemeringkatan PROPER yang diselenggarakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup. Merujuk pada Rakhiemah dan Agustia (2009), sistem peringkat kinerja PROPER mencakup pemeringkatan perusahaan dalam lima warna yakni:

Tabel 2.1 Penentuan Nilai PROPER

NO.	Kriteria Perusahaan	Jenis Peringkat	Skor
1.	Perusahaan yang telah menerapkan sistem manajemen lingkungan	Warna Emas Diberikan kepada perusahaan yang terus-menerus menunjukkan kinerja lingkungan yang sangat baik	5
	Perusahaan yang telah memanfaatkan limbah dan		

	melakukan konservasi sumber daya (reuse, reduce, recycle)	dalam aktivitas operasi perusahaan	
2.	Perusahaan yang telah melaksanakan pengembangan masyarakat	Warna Hijau Diberikan kepada perusahaan yang menerapkan langkah – langkah pengelolaan lingkungan melebihi persyaratan	4
3.	Perusahaan yang memiliki izin lingkungan dan pemenuhannya (Taah 90-100%)	Warna Biru Diberikan kepada perusahaan yang menerapkan langkah – langkah pengelolaan lingkungan sesuai dengan persyaratan	3
4.	Perusahaan yang memiliki izin lingkungan dan pemenuhannya Perusahaan yang melakukan dan memantau pengendalian pencemaran (Belum taat – 50-90%)	Warna Merah Diberikan kepada perusahaan yang menerapkan langkah – langkah pengelolaan lingkungan tidak sesuai persyaratan	2
5	Perusahaan yang mengelola limbah 3B (bahan berbahaya dan beracun) Perusahaan yang menerapkan dokumen AMDAL (Tidak taat < 50%)	Warna Hitam Diberikan kepada perusahaan yang menerapkan langkah – langkah pengelolaan lingkungan secara lalai sehingga mengakibatkan pencemaran / kerusakan lingkungan	1

Sumber: Indonesia Environment & Energy Center

2.6 Kepemilikan Institusional

Institusional merupakan sebuah lembaga yang memiliki kepentingan besar terhadap investasi yang dilakukan termasuk investasi saham. Sehingga biasanya institusi menyerahkan tanggung jawab pada divisi tertentu untuk mengelolah investasi perusahaan tersebut. Karena institusi memantau secara profesional perkembangan investasinya maka tingkat pengendalian terhadap tindakan manajemen sangat tinggi sehingga potensi kecurangan ditekan. Investor institusi dapat dibedakan menjadi dua yaitu investor aktif dan investor pasif. Investor aktif ingin terlibat dalam pengambilan keputusan manajerial, sedangkan investor pasif tidak terlalu ingin terlibat dalam pengambilan keputusan manajerial. Keberadaan institusi inilah yang mampu menjadi alat monitoring efektif bagi perusahaan.

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham oleh pihak institusi lain yaitu kepemilikan oleh perusahaan atau lembaga lain. Kepemilikan saham oleh pihak-pihak yang terbentuk institusi seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi, dan kepemilikan institusi lain. Kepemilikan institusional merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk mengurangi agency conflict. Kepemilikan institusional memiliki kemampuan untuk mengendalikan pihak manajemen melalui proses monitoring secara efektif. Dengan tingkat kepemilikan institusional yang tinggi maka akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional sehingga dapat menghalangi perilaku oportunistik yang dilakukan oleh pihak manajer serta dapat meminimalisir tingkat penyelewengan-penyelewengan yang dilakukan oleh pihak manajemen yang akan menurunkan nilai perusahaan. Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak institusi (Kadir, 2017). Kepemilikan institusional menyerahkan tanggung jawab kepada divisi tertentu untuk mengelola investasi perusahaan. Kepemilikan institusional yang memantau secara profesional perkembangan investasinya akan mengakibatkan tingkat pengendalian terhadap tindakan manajemen sangat tinggi maka potensi kecurangan dapat ditekan.

Investor institusional dianggap mampu menggunakan informasi laba periode sekarang untuk memprediksi laba di masa yang akan datang dibandingkan dengan investor non institusional. Selain itu, kepemilikan perusahaan oleh pihak luar

memiliki kekuatan besar untuk mempengaruhi perusahaan yaitu melalui kritikan atau komentar yang semuanya dianggap publik atau masyarakat (Randi, 2017). Kepemilikan institusional adalah proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh pemilik institusi dan blockholders pada akhir tahun. Yang dimaksud institusi adalah perusahaan investasi, bank, perusahaan asuransi, maupun lembaga lain yang bentuknya seperti perusahaan. Sedangkan yang dimaksud blockholders adalah kepemilikan individu atas nama perorangan di atas 5% yang tidak termasuk dalam kepemilikan manajerial. Pemegang saham blockholders dimasukkan dalam kepemilikan institusional karena pemegang saham blockholders dengan kepemilikan saham di atas 5% memiliki tingkat keaktifan lebih tinggi dibandingkan pemegang saham institusional dengan kepemilikan saham di bawah 5% (Sulistiani, 2015). Kepemilikan institusional akan mengubah pengelolaan perusahaan yang awalnya berjalan sesuai keinginan pribadi menjadi perusahaan yang berjalan sesuai pengawasan (Dwiyani, 2017). Pengawasan yang efektif dari pihak institusi menjadikan pihak manajemen termotivasi untuk bekerja lebih baik dalam menunjukkan kinerjanya. Kepemilikan institusional dimungkinkan dapat meningkatkan untuk segera melaporkan laporan keuangan yang sesuai dengan ketentuan dari peraturan yang telah ditetapkan.

Kepemilikan institusional adalah merupakan proporsi saham yang dimiliki institusi pada akhir tahun yang diukur dengan presentase (Nabela, 2015:2). Kepemilikan institusional adalah presentase saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau lembaga (perusahaan asuransi, dana pensiun, atau perusahaan lain (Nuraini, 2014:17). Dengan kata lain, kepemilikan institusional merupakan proporsi saham yang dimiliki pihak institusi seperti perusahaan asuransi, dana pensiun atau perusahaan lain yang diukur dengan presentase yang dihitung pada akhir tahun. Dalam hubungannya dengan fungsi monitoring, investor institusional diyakini memiliki kemampuan untuk memonitoring tindakan manajemen lebih baik dibandingkan investor individual. Kepemilikan institusional mewakili suatu sumber kekuasaan (*source of power*) yang dapat digunakan untuk mendukung atau sebaliknya terhadap keberadaan manajemen.

2.6.1 Pengukuran Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional merupakan persentase saham yang dimiliki oleh institusi. Kepemilikan institusional merupakan alat yang dapat digunakan untuk mengurangi konflik kepentingan (Pasaribu, 2016:156). Kepemilikan Institusional adalah besarnya jumlah kepemilikan saham oleh institusi yang terdapat pada perusahaan (I Wayan, 2016:177). Sedangkan menurut Yuniati (2016:35) kepemilikan institusional adalah tingkat kepemilikan saham oleh institusi dalam perusahaan, diukur oleh proporsi saham yang dimiliki oleh institusional pada akhir tahun yang dinyatakan dalam persentase. Kepemilikan institusional memiliki arti penting dalam memonitor manajemen karena dengan adanya kepemilikan oleh institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal. Pengawasan yang dilakukan oleh investor institusional akan menjamin kemakmuran pemegang saham. Pengaruh kepemilikan institusional sebagai agen pengawas ditekan melalui investasi mereka yang cukup besar dalam pasar modal. Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional sehingga dapat menghalangi perilaku oportunistik manajer. Kepemilikan institusional merupakan proporsi kepemilikan saham yang diukur dalam persentase saham yang dimiliki oleh investor institusi dalam suatu perusahaan. Kepemilikan institusional dihitung dengan rumus sebagai berikut (Fury, 2016: 35):

$$\text{INST} = \text{Jumlah saham yang dimiliki institusi} / \text{Jumlah saham yang beredar}$$

2.7 Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah rangkuman beberapa penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian ini, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

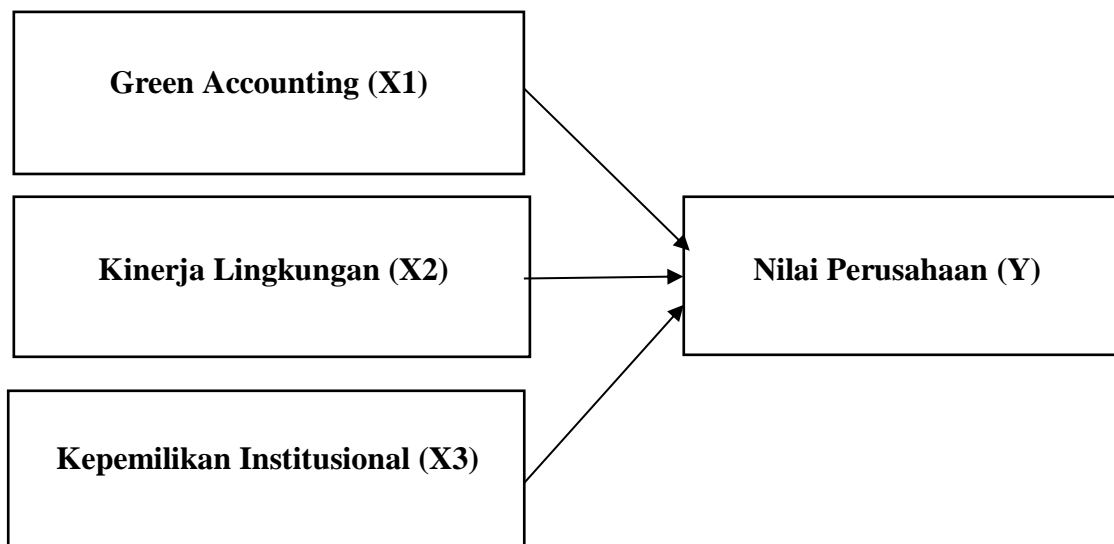
No	Nama Penelitian	Variabel dan Rumus	Hasil Penelitian
1.	Bonnie Buchanana ¹ , Cathy	Variabel Independen : X1 : CSR (Bloomberg's)	Hasil penelitian mengukur efek CSR pada nilai perusahaan

	Xuying Caoa ² , Chongyang Chen ³ , (2018)/ Corporate social responsibility, firm value, and influential institutional ownership	X2 : Kepemilikan Institusional (Block holder Ownership, Top 5 Institutional Ownership, and Long-term Institutional Ownership) Variabel Dependen : Y : Nilai Perusahaan (TOBIN' S Q)	individual menggunakan analisis triple difference dimana tingkat CSR yang berbeda (pertama perbedaan) mempengaruhi nilai perusahaan setelah krisis keuangan (perbedaan kedua), dan kepemilikan institusional berpengaruh mempengaruhi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan selama periode waktu yang berbeda.
2.	Paula Castro ¹ , Cristina Guti´errez-Lopez ² , ´María T. Tascon ³ , Francisco J. Castano ⁴ (2021)/ The impact of environmental performance on stock prices in the green and innovative context	Variabel Independen : -Kinerja Lingkungan (ENV_PERF × PATENT) Variabel Dependen : -Harga Saham (PRICE) Variabel Moderasi : -Green Accounting (ENV_PERF × RENEWABLE)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap harga saham dan green accounting mampu memoderasi hubungan kedua variabel tersebut.
3.	Farid Ullah ¹ , Ping Jiang ² , Ahmed A. Elamer ³ , Andrews Owusu ⁴ (2022)/ Environmental performance and corporate innovation in China: The moderating impact of firm ownership	Variabel Independen : -Kinerja Lingkungan (RKS ratings) Variabel Dependen : -Inovasi Perusahaan(natural logarithm of total utility patents) Variabel moderating -Kepemilikan Institusional (Boardsize, Board_IND, CEO_Duality)	Hasil penelitian menunjukkan kinerja lingkungan berhubungan positif dengan kepemilikan institusional pada perusahaan ashare yang terdaftar tahun 2010-2017.
4.	Aurillia Salsabila, (2022) / Pengaruh Green Accounting terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan Manufaktur Yang	Variabel Independen : -Green Accounting (Indeks Proper) Emas : 5 Hijau : 4 Biru : 3 Merah : 2 Hitam : 1 Variabel Dependen :	Hasil analisis menunjukkan bahwa green accounting dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan mediasi kinerja keuangan.

	Terdaftar di BEI Tahun 2018-2021	-Nilai Perusahaan(Tobins'Q) Variabel Mediasi : -Kinerja Keuangan(ROA)	
5.	Resti Maflika, Mokhammad Kodir, (2022) / Pengaruh Green Accounting Pada Value Perusahaan dengan Variabel Moderating Corporate Social Responsibility	Variabel Independen : -Green Accounting (metode dummy Jika melakukan= 1, dan jika tidak maka =0) Variabel Dependen : -Nilai Perusahaan (PBV) Variabel Moderating: CSR (CSRIj = Total Xij / nj)	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa penerapan green accounting berpengaruh penting untuk nilai perusahaan.

2.8 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pada landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah dilakukan sebelumnya serta permasalahan yang telah dikemukakan, maka sebagai dasar perumusan hipotesis berikut disajikan kerangka pemikiran. Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting dan masih bersifat umum dengan menggunakan variabel penelitian. Kerangka pemikiran tersebut dituangkan dalam model penelitian pada gambar berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran tersebut dimaksudkan untuk menguji dan menganalisis keterkaitan antar variabel yang akan diteliti yaitu pengaruh Green Accounting, Kinerja Lingkungan dan Kepemilikan Institusional terhadap nilai perusahaan.

2.9 Pengembangan Hipotesis

2.9.1 Pengaruh Penerapan Green Accounting Terhadap nilai perusahaan

Green Accounting atau dikenal dengan akuntansi hijau adalah jenis akuntansi yang mencoba memasukan dan menghubungkan factor biaya lingkungan kedalam kegiatan perusahaan. Green Accounting memberikan gambaran terhadap upaya menjaga lingkungan dengan menggabungkan manfaat lingkungan dengan biaya dari keputusan ekonomi melalui hasil keuangan perusahaan. Perhatian akuntansi tradisional hanya terfokus pada operasional perusahaan, yang terfokus pada kepentingan pemegang saham dan pemegang obligasi, seringkali mengabaikan pihak lain seperti konsumen, karyawan dan masyarakat umum. Tanggung jawab sosial serta kawasan sering- kali diabaikan industri dengan alibi tidak mempengaruhi aktivitas operasional industri karena hubungannya cuma bersifat non reciprocal, yakni hubungan yang tidak memunculkan hasil timbal balik dengan cara langsung. Akuntan mempunyai aspek berarti dalam mengubah pemikiran industri di masa industri kearah Green Company, diakibatkan akuntan memiliki kewajiban buat menyediakan data kegiatan operasional industri kedalam bentuk informasi finansial, tercantum bila ada aktivitas lingkungan yang dilakukan industri. Oleh sebab itu pelaporan yang dibuat harus mendasarkan pada environmental accounting (Carolina et al., 2011). Kondisi ini dapat mampu tingkatkan penilaian bagus perusahaan serta terus menjadi menarik penanam modal untuk membeli saham industri itu serta berikutnya menggerakkan kenaikan angka perusahaan.

Menurut teori *stakeholders* , pada dasarnya menyatakan bahwa perusahaan adalah entitas yang memiliki kewajiban tidak hanya untuk bertindak untuk kepentingannya sendiri, tetapi juga untuk memberikan manfaat kepada pemangku kepentingan atau *stakeholders*-nya. Dengan Penerapan green accounting akan mendorong kemampuan untuk meminimalkan masalah lingkungan yang dihadapi oleh

perusahaan. Tujuan penerapan akuntansi lingkungan ini adalah untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan lingkungan dengan melakukan kegiatan lingkungan dari sudut pandang biaya dan manfaat atau efek bagi lingkungannya. Dengan kata lain semakin meningkat green accounting akan semakin meningkatkan nilai perusahaan, sebaliknya jika green accounting semakin menurun maka nilai perusahaan akan semakin menurun. Green accounting adalah sebuah informasi yang disampaikan perusahaan untuk pihak eksternal tentang manfaat perusahaan untuk lingkungannya yang diungkapkan melalui biaya-biaya lingkungan pada laporan tahunan menjadi salah satu cara perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan, dimana hal ini akan dinilai baik oleh investor maupun para *stakeholder*. Laporan tahunan perusahaan menyajikan informasi atas biaya yang dikeluarkan perusahaan dan juga memuat informasi mengenai program lingkungan. Contoh program atau kegiatan yang dilakukan perusahaan adalah melakukan konservasi hutan/lahan bekas tambang, membuat konservasi hewan, mengelola limbah sebelum dilepaskan kembali ke lingkungan, memberikan edukasi mengenai pelestarian lingkungan kepada masyarakat, dan lain – lain. Informasi – informasi tersebut dapat menjadi sebuah sinyal untuk investor dan pihak eksternal perusahaan lainnya, agar dapat membandingkan baik buruknya perusahaan dalam hal kepedulian menjaga dan mengelola lingkungan. Kepedulian perusahaan terhadap lingkungan menjadi sangat penting dan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Adanya konsep green accounting ini, diharapkan mampu mengatasi berbagai permasalahan lingkungan yang dihadapi perusahaan yang berpengaruh pada nilai perusahaan. hasil penelitian (Yastynda, 2022) menyatakan bahwa penerapan green accounting berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Maka dapat ditarik kesimpulan untuk hipotesisnya sebagai berikut :

H1 : Terdapat pengaruh antara variabel penerapan green accounting terhadap nilai perusahaan.

2.9.2 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Kinerja lingkungan merupakan hubungan perusahaan dengan lingkungan mengenai dampak lingkungan dari sumber daya yang

digunakan, efek lingkungan dari proses organisasi, implikasi lingkungan atas produk dan jasa, pemulihan pemrosesan produk serta mematuhi peraturan lingkungan kerja. Kinerja lingkungan membuat perusahaan lebih peduli dan memperhatikan keadaan atau isu – isu yang berkaitan dengan kelestarian lingkungan di sekitar perusahaan, sehingga perusahaan mampu menekan risiko atau dampak dari aktivitas operasi perusahaan yang berpengaruh terhadap lingkungan. Kinerja lingkungan dalam perusahaan manufaktur juga berperan dalam aktivitas ekonomi perusahaan yang berdampak pada nilai perusahaan.

Berdasarkan teori *stakeholders* yang menyatakan bahwa perusahaan adalah entitas yang memiliki kewajiban tidak hanya untuk bertindak untuk kepentingannya sendiri, tetapi juga untuk memberikan manfaat kepada pemangku kepentingan atau *stakeholders*-nya. Menurut (Mandaika & Salim, 2015) Tujuan perusahaan tidak hanya fokus pada profit, tetapi juga membawa manfaat bagi *stakeholders*. Sebuah perusahaan membutuhkan dukungan *stakeholders* dan sebaliknya perusahaan perlu memberikan manfaat kepada *stakeholders*. Sehingga hal tersebut mampu membuat perusahaan untuk terus menjaga kondisinya dengan baik. Perusahaan dapat menunjukkan peringkat penilaian PROPER dalam laporan tahunan perusahaan.

Dengan ini perusahaan sektor manufaktur akan mempertanggung jawabkan kinerja lingkungannya dengan memperhatikan, mengelola serta menjaga lingkungannya seperti membuat produk yang kemasannya ramah lingkungan dan memelihara lingkungan di sekitarnya saat berjalannya kegiatan operasional suatu perusahaan tersebut dengan mendapatkan PROPER yang baik. Tentunya hal ini berpengaruh besar dengan kelangsungan hidup suatu perusahaan, dikarenakan adanya para stakeholder yang memperhatikannya melalui PROPER yang ada pada perusahaan-perusahaan tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan ini telah menjaga nilai perusahaannya dihadapan para stakeholder seperti LSM, pemerintah, terutama investor dengan memperhatikan kinerja lingkungannya. Dengan demikian semakin baik kinerja lingkungan yang dilihat para stakeholder maka semakin meningkat pula nilai perusahaan. Inilah yang

membuat kinerja lingkungan sangat berkaitan erat dengan nilai sebuah perusahaan, karena para stakeholder akan merasa bahwa perusahaan itu bisa mengelola kinerja lingkungannya dengan sangat baik seiring berjalannya kegiatan operasional. Hal itu juga menjelaskan konsep triple bottom lines selain mencari profit (keuntungan), perusahaan sektor manufaktur dan perusahaan sektor pertambangan telah memperhatikan planet (lingkungan) serta people (pemangku kepentingan).

Kinerja lingkungan yang direpresentasikan perusahaan melalui peringkat PROPER akan menggambarkan pencapaian peringkat yang didapat dan memuat informasi mengenai tingkat kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dengan menunjukkan bahwa perusahaan telah melaksanakan pembangunan berkelanjutan yang ditunjukkan dengan tinggi/rendahnya peringkat PROPER yang didapat. Menurut teori sinyal, peringkat tersebut mampu menjadi informasi/sinyal bagi investor untuk membandingkan perusahaan mana yang memiliki kinerja lingkungan yang paling baik, sehingga investor mampu membuat suatu keputusan investasi dan keputusan tersebut yang nantinya sebagai penentu meningkatnya nilai perusahaan. Pernyataan di atas didukung oleh hasil penelitian (Jitmaneroj, 2018) kinerja lingkungan sebagai variabel laten berhubungan positif dengan kinerja keuangan dan nilai dari suatu perusahaan. Maka dapat ditarik kesimpulan untuk hipotesisnya sebagai berikut :

H2 : Terdapat pengaruh antara variabel kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.

2.9.3 Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan

kepemilikan institusional diartikan sebagai kepemilikan saham perusahaan oleh institusi atau lembaga tertentu (Tarjo, 2008). Kepemilikan institusional dihitung berdasarkan jumlah besar saham yang dimiliki suatu institusi terhadap jumlah total saham beredar. Berdasarkan teori sinyal yang menyatakan bahwa perusahaan memberikan informasi yang kemudian akan digunakan oleh investor sebagai penilaian serta dasar atas keputusan mereka, maka hal tersebut merupakan sinyal

yang baik bagi investor, Semakin besar kepemilikan institusional maka semakin meningkatkan penilaian investor terhadap saham perusahaan, semakin banyak kepemilikan institusional yang dimiliki oleh lembaga atau institusi tertentu tentu investor akan menilai bahwa saham perusahaan tersebut menghasilkan return yang tinggi, seiring dengan tingginya penilaian investor terhadap harga saham perusahaan, hal ini tentu saja akan meningkatkan pula nilai suatu perusahaan tersebut. Pernyataan di atas didukung oleh hasil penelitian (Hartaroe et al., 2016), (Fauzan & Khairunnisa, 2019), kepemilikan institusional sebagai variabel independen berpengaruh positif dengan nilai perusahaan. Maka dapat ditarik kesimpulan untuk hipotesisnya sebagai berikut :

H3 : Terdapat pengaruh antara variabel kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan.