

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori keagenan (*Agency Theory*)

Teori Agensi diperkenalkan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976. Jensen menjelaskan bahwa hubungan agensi muncul ketika seseorang atau sekelompok orang (*principal*) merekrut orang lain (*agent*) untuk melakukan suatu pekerjaan dan kemudian memberikan hak untuk mengambil keputusan. Prinsipal merujuk pada pemilik saham atau investor, sedangkan agen merujuk pada manajemen yang mengelola perusahaan. Esensi dari hubungan agensi terletak pada adanya pemisahan antara hak milik di pihak investor dan kontrol di pihak manajemen. (Br Purba, 2023:23).

Menurut Titisari (2020:47) salah satu asumsi utama dari teori keagenan adalah bahwa tujuan agen dan prinsipal berbeda. Manajer perusahaan sebagai agen cenderung mementingkan tujuan pribadi mereka sendiri dengan berkonsentrasi pada proyek dan investasi perusahaan yang menghasilkan laba yang tinggi dalam jangka pendek daripada memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham dengan berinvestasi dalam proyek yang menghasilkan laba jangka panjang. Sedangkan, pemegang saham sebagai *principal* hanya fokus pada peningkatan hasil keuangan dan investasi pada Perusahaan serta menginginkan pengembalian investasi tertinggi dan tercepat, yang antara lain tercermin pada pertumbuhan dividen pada setiap saham yang dimiliki melalui laporan manajemen. (Lesmono & Siregar, 2021).

Dalam suatu perusahaan, manajer mempunyai pengetahuan yang lebih banyak mengenai informasi internal dan masa depan perusahaan dibandingkan dengan pemilik (pemegang saham). Ketika terjadi ketimpangan informasi maka dapat menimbulkan keadaan yang disebut dengan asimetri informasi. Informasi yang tidak merata antara manajemen dan pemilik menciptakan peluang bagi manajer untuk memanipulasi laba, sehingga menyesatkan pemegang saham (Titisari, 2020:48).

Adapun dasar yang melandasi munculnya teori keagenan adalah bahwa manajemen bertindak untuk kepentingan diri mereka sendiri sehingga terkadang mengabaikan kepentingan perusahaan. Teori keagenan bertujuan untuk menyelesaikan dua masalah yakni masalah agensi yang muncul ketika prinsipal dan agen memiliki konflik tujuan dan masalah pembagian risiko yang muncul ketika prinsipal dan agen berperilaku berbeda tentang risiko serta kesulitan prinsipal dalam memverifikasi pekerjaan agen dan masalah pembagian risiko yang muncul ketika prinsipal dan agen berperilaku berbeda terhadap risiko tersebut. (Ikhsan & Suprasto, 2008:76).

Teori keagenan berhubungan dengan nilai Perusahaan karena teori keagenan mampu memperbaiki dan menyelesaikan konflik yang terjadi antara agen sebagai manajer dan principal sebagai pemegang saham sehingga hubungan agen dan principal menjadi lebih baik dan sejalan. Apabila hubungan agen dan principal terjalin dengan baik, maka Perusahaan dapat fokus mencapai tujuan-tujuannya dan akan berdampak pada meningkatnya nilai Perusahaan.

2.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai persepsi investor terhadap suatu perusahaan, yang biasanya dikaitkan dengan harga saham (Alamsyah, 2019:1). Nilai Perusahaan menunjukkan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan selama bertahun-tahun dari awal berdirinya hingga saat ini. Peningkatan nilai perusahaan adalah prestasi yang diinginkan oleh para pemilik dan pemegang saham karena peningkatan nilai menunjukkan kemajuan. Menurut Dewi dan Narayana (2020) nilai perusahaan mengacu pada nilai pasar saham yang mencerminkan kondisi perusahaan saat ini atau prospek masa depan.

Menurut Indrarini & Sukartiningsih (2022:42) Nilai perusahaan bagi seorang manajer adalah ukuran dari hasil kerja yang telah dicapainya, dan peningkatan nilai perusahaan menunjukkan peningkatan dalam kinerja. Bagi manajer, peningkatan nilai perusahaan dianggap sebagai kemampuan untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Sedangkan bagi investor, peningkatan nilai perusahaan dapat

menarik investor untuk berinvestasi, sehingga akan menghasilkan peningkatan harga saham perusahaan. Dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka akan membuat pasar yakin akan kinerja perusahaan dan juga pada potensi perusahaan di masa depan.

Tujuan nilai Perusahaan menurut (Putra *et al*, 2022:29) adalah memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham di masa depan atau jangka panjang. Selain itu, tujuan dari nilai Perusahaan yaitu memaksimalkan kekayaan yang ingin dicapai oleh perusahaan.

Jenis-jenis nilai Perusahaan dibagi menjadi beberapa yaitu :

1. Nilai Buku

Nilai buku perusahaan adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan membagi total utang dan aktiva dengan jumlah saham yang beredar. Nilai buku di proksikan dengan PBV (*Price to Book Value*). Menurut Brigham & Houston (2020) *price to book value* memberikan gambaran bahwa rasio *price to book value* yang lebih dari 1 menunjukkan persepsi baik suatu perusahaan. *Price to book value* merupakan perbandingan harga saham dengan nilai buku per saham. Rumus *price to book value* adalah sebagai berikut:

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Saham}}$$

Adapun rumus untuk mencari nilai buku per saham adalah sebagai berikut:

$$\text{Nilai Buku Per Saham} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Saham Beredar}}$$

Keunggulan dari *price to book value* yaitu dinilai lebih mudah dipahami serta ketersediaan data yang lebih mudah diakses dan tersedia secara luas dalam laporan keuangan suatu perusahaan. Selain itu, PBV cenderung lebih stabil dan lebih dapat diandalkan dalam analisis jangka Panjang.

2. Nilai Pasar

Nilai pasar, juga dikenal sebagai kurs, adalah harga yang dihasilkan dari proses tawar-menawar di pasar saham. Nilai ini hanya dapat ditetapkan jika saham perusahaan dijual di pasar saham. Nilai pasar dapat di proksikan dengan dengan beberapa rumus, salah satunya rumus Tobin's Q. Tobin's Q adalah indikator kinerja yang didasarkan pada perbandingan nilai dua aset yang sama. Tobin's Q merupakan rasio nilai pasar aset perusahaan oleh nilai pasar saham dan hutang yang beredar, juga dikenal sebagai nilai Perusahaan (Astuti *et al*, 2023). Rumus Tobin's Q adalah sebagai berikut :

$$\text{Tobin's Q} = \frac{(\text{Total Market Value} + \text{Total Book Value of Liabilities})}{\text{Total Book Value of Assets}}$$

3. Nilai Nominal

Nilai nominal adalah nilai yang disebutkan secara resmi dalam anggaran dasar perusahaan, disebutkan secara jelas dalam neraca perusahaan, dan ditulis secara jelas dalam surat saham kolektif. Nilai nominal tidak dihitung melainkan sudah tertera dalam lembar saham (Hartono, 2017).

4. Nilai Instrinsik

Suatu perkiraan nilai saham yang sebenarnya didasarkan pada data pengembalian dan risiko yang akurat. Nilai instrinsik dapat diprediksi, tetapi tidak dapat diukur secara akurat. Untuk mengukur nilai instrinsik indikator yang digunakan adalah PER (*Price Earning Ratio*). Menurut Hartono (2017) *price earning ratio* atau rasio harga terhadap laba per saham adalah rasio yang menunjukkan seberapa besar investor menilai harga saham dibandingkan dengan kelipatan keuntungannya. Rumus *price earning ratio* adalah sebagai berikut :

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Per Saham}}{\text{Laba Per Saham}}$$

5. Nilai Likuidasi

Nilai likuidasi merupakan nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai yang tersisa dianggap sebagai bagian para pemegang saham. Nilai likuidasi dapat dihitung dengan cara yang sama dengan menghitung nilai buku. Dalam hal ini, nilai likuidasi akan dihitung berdasarkan neraca performa perusahaan yang dibuat pada saat likuidasi (Manystighosa, 2024)

2.3 Corporate Social Responsibility

Menurut Titisari (2020:4) *Corporate social responsibility* atau Tanggung jawab sosial perusahaan adalah langkah yang diambil untuk menyeimbangkan perusahaan dengan tujuan memperbaiki ekonomi, bersamaan dengan meningkatkan kehidupan karyawan dan keluarganya, serta memperbaiki kualitas hidup masyarakat di sekitarnya. Perusahaan yang mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keuangan dan tahunannya menunjukkan bahwa mereka telah berkontribusi terhadap pelestarian lingkungan dan pelestarian hubungan sosial (Sheryn UY & Hendrawati, 2020).

Ada beberapa alasan yang melatar belakangi peningkatan minat perusahaan terhadap penerapan *corporate social responsibility*. Pertama, meningkatnya kesadaran konsumen terhadap isu sosial dan lingkungan. Kedua, perusahaan kini mengakui bahwa investasi *corporate social responsibility* dapat berkontribusi terhadap profitabilitas dan ketahanan jangka panjang. Terakhir, perusahaan juga mengakui bahwa para pemangku kepentingan mereka terutama di kalangan generasi muda, bersikap positif terhadap perusahaan yang nilai-nilainya sejalan dengan masalah sosial mereka sendiri (Alipranti *et al*, 2024).

Corporate social responsibility (CSR) bertujuan untuk memastikan bahwa perusahaan berperan aktif dalam melaksanakan aktivitasnya sesuai dengan prinsip-prinsip etika dan moral yang ada, dengan tujuan menghasilkan barang yang sesuai

dengan kriteria dan harapan konsumen untuk menciptakan produk yang memenuhi standar dan spesifikasi yang diinginkan oleh pelanggan (Nopriyanto, 2024).

Ada beberapa manfaat *corporate social responsibility* untuk perusahaan menurut Titisari (2020:13) yaitu :

1. Untuk meminimalkan kemungkinan menerima umpan balik negatif dan pelanggaran pelanggaran dari masyarakat, perusahaan harus mengambil langkah-langkah untuk mengatasi dan mencegah perilaku yang tidak pantas. Masyarakat akan merasakan manfaat dari inisiatif tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan, dan dalam jangka panjang akan meningkatkan reputasi perusahaan.
2. Melindungi perusahaan dalam mengurangi efek negatif yang timbul akibat krisis yang dihadapi oleh perusahaan. Publik akan bereaksi dengan tenang jika muncul isu buruk mengenai produk perusahaan tersebut, sehingga tidak terlalu berpengaruh pada kinerja perusahaan secara keseluruhan.
3. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Nama baik sebuah perusahaan memberikan rasa bangga kepada karyawan dan menciptakan kesetiaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan.
4. Tanggung jawab sosial perusahaan adalah perhatian perusahaan terhadap stakeholder, sehingga menciptakan keseimbangan antara perusahaan dan para stakeholdernya.
5. Meningkatkan penjualan karena konsumen cenderung memilih produk dari perusahaan dengan reputasi baik akibat penerapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.
6. Mendapatkan keuntungan-keuntungan lain seperti potongan pajak dan berbagai perlakuan istimewa lainnya

Dengan melaksanakan *corporate social responsibility*, perusahaan menunjukkan komitmennya terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan menginvestasikan waktu dan sumber daya dalam menangani masalah sosial dan lingkungan, perusahaan memperoleh persepsi publik yang baik dan kredibel.

Menurut Titisari (2020:18) pengukuran dan pelaporan kinerja CSR bisa mendorong perbaikan yang berkelanjutan dalam internal dan meningkatkan komunikasi dengan pemangku kepentingan, mengurangi risiko, serta menjaga reputasi perusahaan. Ini juga dapat membangun kepercayaan, memenuhi kebutuhan, dan memperkuat perbincangan dengan pemangku kepentingan. Untuk mengevaluasi *corporate social responsibility*, digunakan instrumen pengukuran *global reporting initiatives* (GRI) G4 dengan 91 indikator pengungkapan *corporate social responsibility*, yang terdiri dari enam kategori pengungkapannya itu ekonomi, lingkungan, sosial, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab produk (Pratama & Serly, 2024). Adapun rumus pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu:

$$CSRDI = \frac{\sum X_{ij}}{nj}$$

Menurut (Kuswanto, 2019) indikator *global reporting initiatives* (GRI) G4 lebih akurat dan valid daripada yang lain.

Tabel 2.1 Indikator GRI G4

KATEGORI : EKONOMI		
1	G4-EC1	Nilai ekonomi yang dihasilkan dan didistribusikan secara langsung, termasuk pendapatan, biaya operator, kompensasi kepada karyawan, donasi dan investasi ke masyarakat, laba ditahan serta pembayaran ke penyedia modal pemerintah
2	G4-EC2	Implikasi keuangan dan berbagai risiko dan peluang untuk segala aktivitas perusahaan dalam menghadapi perubahan iklim.
3	G4-EC3	Daftar cukupan kewajiban perusahaan dalam perencanaan benefit yang sudah ditetapkan (pensiun).
4	G4-EC4	Bantuan keuangan finansial signifikan yang diperoleh dari pemerintah
5	G4-EC5	Parameter standart upah karyawan dijenjang awal dibandingkan dengan upah karyawan minimum yang berlaku pada lokasi operasi tertentu.
6	G4-EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan

7	G4-EC7	Pengembangan dan dampak dari investasi infrastruktur dan pelayanan yang disediakan terutama bagi kepentingan publik melalui perdagangan, jasa dan pelayanan.
8	G4-EC8	Pemahaman dan penjelasan atas dampak ekonomi secara tidak langsung, termasuk besarnya dampak
9	G4-EC9	Perbandingan dari pembelian pemasok lokal di operasional yang signifikan
KATEGORI : LINGKUNGAN		
10	G4-EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
11	G4-EN2	Persentase material bahan daur ulang yang digunakan
12	G4-EN3	Pemakaian energi yang berasal dari sumber utama dari luar organisasi
13	G4-EN4	Pemakaian energi yang berasal dari sumber energi yang utama baik secara langsung maupun tidak langsung
14	G4-EN5	Penghematan energi melalui konservasi dan pengikatan efisiensi
15	G4-EN6	Inisiatif penyediaan produk dan jasa yang menggunakan energi sebagai dampak dari inisiatif ini
16	G4-EN7	Inisiatif dalam hal pengurangan pemakaian energi secara tidak langsung dan pengurangan yang berhasil dilakukan
17	G4-EN8	Total pemakaian air dari sumbernya
18	G4-EN9	Pemakaian air yang memberi dampak cukup signifikan dari sumber mata air.
19	G4-EN10	Persentase dan total jumlah air yang didaur ulang dan digunakan kembali
20	G4-EN11	Lokai lahan yang dimiliki, disewakan, dikelola atau yang berdekatan dengan area yang dilindungi dan area dengan nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar area yang dilindungi
21	G4-EN12	Deskripsi dampak signifikan yang ditimbulkan oleh aktivitas produk dan jasa pada keanekaragaman hayati yang ada di wilayah yang dilindungi serta area dengan nilai keanekaragaman hayati di luar wilayah yang dilindungi
22	G4-EN13	Habitat yang dilindungi atau dikembalikan kembali
23	G4-EN14	Jumlah spesies yang termasuk dalam data konservasi nasional dan habitat di wilayah yang terkena dampak operasi, berdasarkan resiko kepunahan.
24	G4-EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (cakupan 1)
25	G4-EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung (cakupan 2)
26	G4-EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (cakupan 3)
27	G4-EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca
28	G4-EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca
29	G4-EN20	Emisi bahan perusak ozon
30	G4-EN21	NOX, SOX, dan emisi udara signifikan lainnya

31	G4-EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
32	G4-EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
33	G4-EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
34	G4-EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi basel 2 lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional.
35	G4-EN26	Identitas, ukuran, status yang dilindungi dan nilai keanekaragaman hayati yang terkandung di dalam air dan habitat yang ada disekitar secara signifikan terkena dampak akibat yang dilakukan perusahaan
36	G4-EN27	Inisiatif untuk mengurangi dampak buruk pada lingkungan yang diakibatkan oleh produk dan jasa dan memperluas dampak dari inisiatif ini
37	G4-EN28	Persentasi dari produk yang terjual dan materi kemasan dikembalikan berdasarkan kategori
38	G4-EN29	Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi-sanksi akibat pelanggaran terhadap peraturan dari hukum lingkungan hidup.
39	G4-EN30	Dampak signifikan terhadap lingkungan yang diakibatkan adanya transportasi, beda lain dan materi yang digunakan perusahaan dalam operasinya mengirim para pegawai
40	G4-EN31	Jumlah biaya untuk perlindungan lingkungan dan investasi berdasarkan jenis kegiatan
41	G4-EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
42	G4-EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
43	G4-EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
KATEGORI : SOSIAL		
44	G4-LA1	Jumlah total rata-rata turnover tenaga kerja berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin dan area
45	G4-LA2	Benefit yang diberikan kepada pegawai tetap
46	G4-LA3	Laporkan jumlah total karyawan yang berhak mendapatkan cuti melahirkan
47	G4-LA4	Batas waktu minimum pemberitahuan yang terkait mengenai perubahan kebijakan operasional, termasuk mengenai apakah hal tersebut akan tercantum dalam perjanjian bersama
48	G4-LA5	Persentasi total pegawai yang ada dalam struktur formal manajemen, yaitu komite keselamatan dan kesehatan kerja

		yang membantu yang mengawasi dan memberi arahan dalam program keselamatan dan kesehatan kerja
49	G4-LA6	Tingkat dan jumlah kecelakaan, jumlah hari hilang, dan tingkat absensi yang ada berdasarkan area
50	G4-LA7	Program pendidikan, pelatihan, pembimbingan, pencegahan, dan pengendalian resiko diadakan untuk membantu pegawai, keluarga mereka dan lingkungan sekitar dalam menaggulangi penyakit serius
51	G4-LA8	Hal-hal mengenai keselamatan dan kesehatan kerja tercantuk secara formal dan tertulis dalam sebuah perjanjian serikat pekerja
52	G4-LA9	Jumlah waktu rata-rata untuk pelatihan setiap tahunnya, setiap pegawai berdasarkan kategori pegawai
53	G4-LA10	Program keterampilan manajemen dan pendidikan jangka panjang yang mendukung kecakapan para pegawai dan membantuk mereka untuk terus berkarya
54	G4-LA11	Persentasi para pegawai yang menerima penilaian pegawai atas performa dan perkembangan mereka secara berkala
55	G4-LA12	Komposisi badan tata kelola dan penjabaran pegawai berdasarkan kategori, jenis kelamin, usia, kelompok minoritas dan indikasi keanekaragaman lainnya
56	G4-LA13	Perbandingan upah standar antara pria dan wanita berdasarkan kategori pegawai
57	G4-LA14	Laporkan persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
58	G4-LA15	Laporkan jumlah pemasok yang diidentifikasi memiliki dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan
59	G4-LA16	Laporkan jumlah total pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan melalui mekanisme resmi
KATEGORI : HAK ASASI MANUSIA		
60	G4-HR1	Persentasi dan total jumlah perjanjian investasi yang ada dan mencakup pasal mengenai hak asasi manusia atau telah melalui evaluasi mengenai hak asasi manusia
61	G4-HR2	Total jumlah waktu pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur yang terkait dengan aspek HAM yang berhubungan dengan prosedur kerja, termasuk persentase pegawai yang dilatih
62	G4-HR3	Total jumlah kasus diskriminasi dan langkah masalah yang diambil
63	G4-HR4	Prosedur kerja yang teridentifikasi dimana hak untuk melatih kebebasan berserikat dan perundingan bersama menjadi berisiko dan langkah yang diambil untuk mendukung kebebasan berserikat tersebut

64	G4-HR5	Prosedur kerja yang teridentifikasi memiliki resiko akan adanya pekerja anak dan langkah yang diambil untuk menghapuskan pekerja anak
65	G4-HR6	Laporkan tindakan yang diambil oleh organisasi dalam periode pelaporan yang dimaksudkan untuk berkontribusi dalam penghapusan semua bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
66	G4-HR7	Persentasi keamanan yang dilatih sesuai dengan kebijakan atau prosedur perusahaan yang terkait dengan aspek HAM dan prosedur kerja
67	G4-HR8	Total jumlah kasus pelanggaran yang berkaitan dengan hak masyarakat adat dan langkah yang diambil
68	G4-HR9	Laporkan jumlah total dan persentasi operasi yang merupakan subyek untuk mekakukan review atau asesmen dampak hak asasi manusia, berdasarkan negara
69	G4-HR10	Laporkan persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
70	G4-HR11	Laporkan persentasi pemasok yang diidentifikasi memiliki dampak hak asasi manusia negatif
71	G4-HR12	Laporkan jumlah total pengaduan tentang dampak hak asasi manusia yang diajukan melalui mekanisme resmi
KATEGORI : MASYARAKAT		
72	G4-SO1	Persentasi operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
73	G4-SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
74	G4-SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap resiko terkait dengan korupsi dan resiko signifikan yang teridentifikasi
75	G4-SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti korupsi
76	G4-SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
77	G4-SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat
78	G4-SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya
79	G4-SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang
80	G4-SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
81	G4-SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil

82	G4-SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
KATEGORI : TANGGUNGJAWAB ATAS PRODUK		
83	G4-PR1	Persentase produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
84	G4-PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari konsumen dalam keseluruhan proses, diukur berdasarkan hasil akhirnya
85	G4-PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang dibutuhkan dalam prosedur kerja, dan persentase produk dan jasa yang terkait dalam prosedur tersebut
86	G4-PR4	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan informasi produk dan jasa dan pelabelan, diukur berdasarkan hasil akhirnya
87	G4-PR5	Praktik-praktik yang terkait dengan kepuasan konsumen, termasuk hasil survey evaluasi kepuasan konsumen
88	G4-PR6	Penjualan produk yang dilarang
89	G4-PR7	Jumlah total khusus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan komunikasi penjualan, termasuk iklan, promosi dan bentuk kerjasama, diukur berdasarkan hasil akhirnya
90	G4-PR8	Jumlah total pengaduan yang tervalidasi yang berkaitan dengan pelanggaran privasi konsumen dan data konsumen yang hilang
91	G4-PR9	Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi-sanksi akibat pelanggaran hukum dan kebijakan yang terkait dengan pengadaan dan penggunaan produk dan jasa

2.4 Green Accounting

Menurut Lako & Sumaryanti (2023) *Green accounting* adalah proses mengukur nilai, mengakui, mencatat, menyimpulkan, melaporkan, dan mengungkapkan informasi mengenai entitas, transaksi, kejadian, atau efek dari kegiatan ekonomi, sosial, serta lingkungan suatu perusahaan terhadap masyarakat, lingkungan, dan perusahaan itu sendiri dalam suatu paket laporan informasi akuntansi yang terintegrasi. Proses ini membantu pengguna dalam penilaian dan pengambilan keputusan ekonomi.

Saat ini, masyarakat sudah sangat sadar akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan, penerapan *green accounting* oleh industri dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perindustrian setiap tahunnya memberikan penghargaan kepada perusahaan yang mampu menerapkan industri hijau (Dewi & Narayana, 2020). Konsep *green accounting* dalam suatu perusahaan sebenarnya bergantung pada karakteristik perusahaan dalam pemahamannya terhadap permasalahan lingkungan. Pemahaman terhadap permasalahan lingkungan hidup akan menjadi pedoman bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan, khususnya yang berkaitan dengan keselamatan lingkungan (Widyowati & Damayanti, 2022).

Akuntansi hijau bertujuan untuk menyatukan informasi akuntansi keuangan (ekonomi), akuntansi sosial, dan akuntansi lingkungan dalam satu paket pelaporan akuntansi. Ini akan memungkinkan orang-orang yang terlibat dalam penilaian dan pengambilan keputusan tentang investasi, ekonomi, manajemen, dan topik lainnya untuk menggunakan informasi ini secara utuh dan terintegrasi (Lako & Sumaryanti, 2023).

Penerapan *green accounting* pada aktivitas industri merupakan langkah awal dan merupakan solusi permasalahan lingkungan hidup. Penerapan *green accounting* akan mendorong kemampuan untuk meminimalisir permasalahan lingkungan hidup yang mereka hadapi. Dengan menggunakan *green accounting*, stakeholder dapat menggunakannya sebagai media akuntabilitas dan dasar keputusan untuk menentukan biaya lingkungan dalam laporan yang disajikan. Ini membuat biaya lingkungan mudah diidentifikasi dan dilaksanakan (Abdullah, 2020).

Dalam penelitian ini *green accounting* diukur menggunakan variabel dummy seperti yang digunakan dalam penelitian (Hariadi & Nurwanda, 2024) dengan indikator Jika Perusahaan mengungkapkan salah satu komponen dari biaya sosial dan lingkungan, biaya penghijauan Perusahaan seperti biaya bantuan sosial bencana alam, biaya pengolahan limbah, biaya daur ulang, biaya audit lingkungan, serta

biaya pengungkapan informasi sosial dan lingkungan maka diberikan nilai 1. Tetapi Jika Perusahaan tidak mengungkapkan maka diberikan nilai 0.

2.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa cara, antara lain total aset Perusahaan (Irnawati, 2021:34). Selain itu, menurut Hernandez & Nariman (2023) Ukuran bisnis juga dapat diukur dengan menggunakan total aset, total penjualan, dan ekuitas perusahaan. Namun besar kecilnya perusahaan cenderung ditentukan oleh total asetnya. Ini karena jumlah aktiva yang besar menunjukkan bahwa bisnis tersebut memiliki *cash flow* yang positif, yang berarti bahwa itu akan dianggap memiliki prospek yang sangat baik dalam jangka waktu yang panjang.

Perusahaan yang besar dapat menggambarkan perkembangan perusahaan dan menjadi sinyal positif bagi investor yang harus melakukan investasi untuk meningkatkan nilai perusahaan (Nurmansyah *et al*, 2023). Hal ini juga membantu investor untuk memprediksi potensi risiko di suatu perusahaan. Keadaan ini dapat menyebabkan permintaan terhadap saham perusahaan meningkat dan harga saham tersebut akan meningkat sehingga nilai perusahaan pun akan meningkat.

Investor dapat mengetahui ukuran suatu perusahaan menggunakan angka-angka kunci yang mewakili tingkat kuota investasi dan jumlah investasi. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut berkembang dan tumbuh dengan signifikan sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan ditunjukkan dengan peningkatan total aset perusahaan yang melebihi total hutang perusahaan. Semakin besar aktiva suatu perusahaan maka semakin besar modal yang ditanamnya, semakin besar total penjualan perusahaan, semakin tinggi rasio perputaran kasnya, dan semakin besar kapitalisasi pasarnya maka perusahaan tersebut semakin dikenal masyarakat (Dewantari *et al*, 2019).

Dengan akses yang lebih mudah terhadap sumber-sumber pembiayaan ini akan memungkinkan perusahaan-perusahaan besar menikmati lebih banyak fleksibilitas dan kemampuan untuk mengumpulkan dana dalam jangka waktu singkat. Apabila sumber-sumber dana tersebut dapat dikelola secara optimal sehingga menghasilkan imbal hasil usaha yang baik, maka dapat menarik calon investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan tersebut. Hal ini sejalan dengan peningkatan nilai perusahaan (Ramdhonah *et al*, 2019).

Ukuran perusahaan dapat diukur dari total asetnya dan kemudian dilogaritma naturalkan. Tujuan dari menggunakan logaritma natural adalah untuk mengurangi kesalahan dalam data total aset, yang dapat mencapai nilai miliaran bahkan triliunan rupiah (Jaya, 2020). Berikut adalah rumus ukuran Perusahaan:

$$Size = Ln (total\ asset)$$

Logaritma natural asset digunakan karena Perusahaan-perusahaan dalam sampel penelitian ini memiliki jumlah aset yang berbeda-beda akibat dari perbedaan ukuran Perusahaan.

2.6 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu mengenai penerapan *corporate social responsibility*, *green accounting* dan ukuran perusahaan, yakni :

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

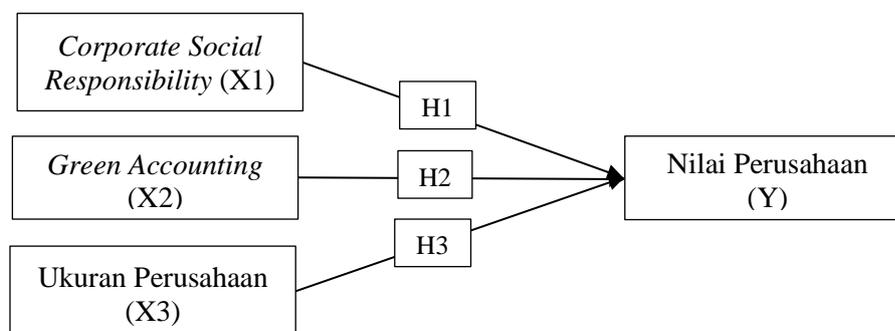
No.	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Mei Handoko Saputro, Mujiyati (2023)	“Pengaruh Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Green Accounting</i>	Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i> (X1), <i>Green Accounting</i> (X2)	1. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan 2. <i>Green Accounting</i>

No.	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
		Terhadap Nilai Perusahaan”	Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y)	berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
2	Vanisa Meifari (2023)	“Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan”	Variabel Independen : Ukuran Perusahaan Variabel Dependen : Nilai Perusahaan	Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
3	Agung Nurmansyah, Giovanny Bangun Kristianto, Esti Saraswati (2023)	“Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui <i>Corporate Governance</i> Pada Industri Perbankan di Indonesia”	Variabel Independen : Ukuran Perusahaan (X) Variabel dependen : Nilai Perusahaan (Y)	1. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap <i>Corporate Governance</i> dan Nilai Perusahaan 2. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan 3. <i>Corporate Governance</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan 4. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan dengan adanya <i>corporate governance</i>
4	Aidil Putra Pratama, Vanica Serly (2024)	“Pengaruh Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i> (X)	1. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh terhadap nilai Perusahaan

No.	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
			Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y)	
5	Siera Fini, Chistina Dwi Astuti (2024)	“Pengaruh <i>Green Accounting</i> Terhadap Nilai Perusahaan”	Variabel Independen : Green Accounting (X1) Variabel Dependen : Nilai Perusahaan (Y)	1. <i>Green Accounting</i> berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.7 Kerangka Pemikiran

Dari uraian yang telah di paparkan, dapat digambarkan secara sistematis tentang penelitian yang berjudul pengaruh penerapan *corporate social responsibility*, *green accounting* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Maka dapat dirumuskan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.8 Bangunan Hipotesis

2.8.1 *Corporate Social Responsibility* Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate social responsibility adalah bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan maupun sosial. Peningkatan tanggung jawab sosial perusahaan dapat menghasilkan kinerja lingkungan yang lebih baik dan penghematan biaya. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat memberi investor indikasi

yang jelas tentang komitmen Tanggung Jawab Lingkungan dan Sosial mereka, yang pada akhirnya akan menambah nilai bagi perusahaan. Perusahaan yang melaporkan pengeluaran *corporate social responsibility* dalam laporan keuangan dan laporan tahunan diharapkan dapat membangun reputasi positif di mata investor dan masyarakat (Sheryn UY & Hendrawati, 2020).

Penerapan *corporate social responsibility* yang baik dapat meningkatkan kinerja operasional, mengembangkan kepercayaan dan kesetiaan dari konsumen, serta menarik perhatian para investor. Penerapan inovasi di dalam program *corporate social responsibility*, khususnya yang sesuai dengan kebutuhan komunitas setempat, bisa menghasilkan kontribusi positif yang besar dan memperkuat keberlanjutan perusahaan (Nopriyanto, 2024).

Apabila perusahaan dapat menerapkan dan meningkatkan keterbukaan informasi *corporate social responsibility* maka hal itu akan meningkatkan nilai perusahaan karena dapat menciptakan citra yang baik dan menumbuhkan kepercayaan dari para pemangku kepentingan mengenai kontribusi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat disekitarnya (Erlangga *et al*, 2021).

Menurut penelitian yang dilakukan (Saputro & Mujiyati, 2023) menyatakan bahwa semakin banyaknya kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan, maka akan berdampak pada bertambahnya nilai perusahaan. Ini karena pasar akan memberikan respon positif kepada perusahaan yang menjalankan *corporate social responsibility*, yang terlihat dari kenaikan harga saham perusahaan. Maka perumusan hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu :

H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

2.8.2 *Green Accounting* Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Green accounting merupakan media komunikasi Perusahaan kepada Masyarakat untuk mengungkapkan biaya-biaya yang dikeluarkan Perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab atas kegiatan Perusahaan yang berdampak pada lingkungan.

Penerapan *green accounting* merupakan upaya Perusahaan dalam menjaga kelestarian lingkungan hidup. Kesadaran Perusahaan mengenai lingkungan diungkapkan dengan biaya-biaya terkait lingkungan pada laporan keuangan Perusahaan tersebut. Dengan menerapkan *green accounting*, perusahaan dapat melakukan kegiatan atau program yang membangun hubungan baik dengan masyarakat dengan menggunakan aturan dan standar yang ada. Hal ini dilakukan agar perusahaan dapat diterima di lingkungannya (Astuti et al, 2023).

Keberadaan *green accounting* mampu mengatur pengeluaran, mendistribusikan dana untuk teknologi berkelanjutan, serta mendorong metode produksi yang lebih ramah lingkungan (Sholichah & Puspawati, 2023). Menurut (Dewi & Narayana, 2020) menyatakan bahwa akuntansi hijau sangat penting untuk menilai biaya dan efektivitas perlindungan lingkungan. Oleh karena itu, bisnis harus memiliki catatan dan laporan tentang aktivitas lingkungan yang bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan dan mencapai pembangunan yang berkelanjutan.

Hal serupa juga didukung oleh (Yuliani & Prijanto, 2022) yang menyatakan bahwa *green accounting* menunjukkan perusahaan memiliki perhatian terhadap lingkungan, melalui pengeluaran yang berkaitan dengan lingkungan yang dinyatakan dalam laporan lingkungan perusahaan. Pengungkapan ini mencerminkan etika bisnis perusahaan, dan pengelolaan sumber daya yang bertanggung jawab dapat menjaga legitimasi perusahaan di antara masyarakat. Perusahaan yang mempertimbangkan setiap faktor dalam operasionalnya, akan memberikan dampak pada nilai perusahaan tersebut. Maka perumusan hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu :

H2 : *Green Accounting* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

2.8.3 Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala untuk mengklasifikasikan besar atau kecilnya suatu perusahaan dengan melihat total aset perusahaan. Ukuran perusahaan diyakini mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena lebih mudah bagi

perusahaan yang memiliki skala besar untuk mendapatkan sumber pendanaan internal dan eksternal. Oleh karena itu, semakin tinggi ukuran perusahaan, semakin erat hubungannya dengan pilihan pendanaan yang diambil oleh perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan (Susanto & Suryani, 2024).

Ukuran dari sebuah perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami kemajuan dan pertumbuhan yang positif sehingga mampu meningkatkan nilai dari perusahaan itu sendiri. Peningkatan nilai perusahaan dapat dilihat melalui total aset yang meningkat, yang lebih tinggi dibandingkan dengan total utang yang dimiliki oleh perusahaan (Dewantari, Cipta, & Susila, 2019).

Menurut (Nurmansyah *et al*, 2023) yang menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan, semakin rumit pula operasional yang dihadapi, yang dapat mengakibatkan peningkatan keuntungan. Dengan meningkatnya keuntungan, kepercayaan investor terhadap perusahaan juga akan meningkat, sehingga harga sahamnya akan naik. Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan juga akan meningkat. Maka perumusan hipotesis ketiga dalam penelitian ini yaitu :

H3 : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.