

**Pengaruh *Green Accounting*, Profitabilitas dan  
*Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan  
(Studi pada Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di BEI pada Periode 2017-2020)**

**SKRIPSI**

**Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1 dalam Ilmu Akuntansi Syariah**



**Oleh:**

**SAFINA TUNNAJAH**

**NIM: 1705046071**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

**SEMARANG**

**2021**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdr. Safina Tunnajah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

*Assalamu`alaikum Wr. Wb*

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi mahasiswa:

Nama : Safina Tunnajah

NIM : 1705046071

Judul : **Pengaruh *Green Accounting*, Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di BEI pada Periode 2017-2020)**

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi mahasiswa tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Demikian harap menjadi maklum.

*Wassalamu`alaikum Wr. Wb.*

**Pembimbing I**



**Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag**

**NIP. 19700410 199403 1 003**

**Pembimbing II**



**Dessy Noor Farida, SE, M.Si, AK, CA**

**NIP. 19791222 201503 2 001**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Jl. Prof. Hamka Kampus III Telp/Fax. (024) 7608454 Ngaliyan Semarang Kode Pos 50184*

---

**PENGESAHAN**

Skripsi Saudara : Safina Tunnajah

NIM : 1705046071

Judul : Pengaruh *Green Accounting*, Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di BEI pada Periode 2017-2020)

Telah dimunaqasyahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal: 29 Desember 2021

dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2020/2021.

Semarang, 29 Desember 2021

Ketua Sidang

  
**H. Johan Arifin, S.Ag., MM**

NIP. 19710908 200212 1 001

Sekretaris Sidang



**Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.**

NIP. 19700410 199403 1 003

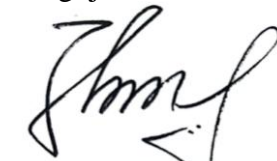
Penguji I



**Dr. Ratno Agriyanto, M.Si, Akt**

NIP. 19800128 200801 1 002

Penguji II



**Warno, S.E., M.Si.**

NIP. 19830721 201503 1 002

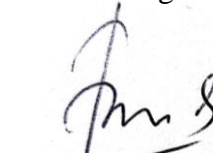
Pembimbing I



**Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.**

NIP. 19700410 199403 1 003

Pembimbing II



**Dessy Noor Farida, SE, M.Si, AK, CA**

NIP. 19791222 201503 2 001

## MOTTO

*“La Yukallifullahu Nafsan Illa Wusàha...”*

*Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya ...”*

(Q.S Al-Baqarah: 286)

*“Jangan mundur, Allah SWT tak pernah tidur. Percayalah takdir terbaik itu sudah diatur.*

*Dan yakinlah semua kebaikan akan datang menghampirimu.*

*Kelak Bismillah mu akan menjadi Alhamdulillah.”*

(Ibu Nyai Hj. Fenty Hidayah, S.Pd.I)

*“If you think you can. So, You can”*

(Ungkapan)

## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahilalamin..*

Ya Allah, tiada satupun yang terjadi kecuali atas kehendak Mu

Ku persembahkan segenap cinta dan doa karya ku ini

Kepada

Bapak Mufid dan Ibu Sri Handayani

Doa, dukungan, pengorbanan yang tiada henti untukku

Kakak ku Ikhwan dan Afifah, adik ku Rosda

Sahabat ku Nur Qomariyah, Safina Dewi, Sinta Dewi, Sri Purwati,

Dan seluruh teman-teman AKS B 2017

Teman-teman ku di PCNA Kecamatan Karangnom,

Terimakasih atas doa dan dukungannya.

## DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini original dan belum pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. Informasi dan hasil skripsi juga berhasil dari buah pemikiran penulis, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 15 Desember 2021

Deklarator,



Safina Tunnajah

1705046071

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine the effect of green accounting, profitability and corporate social responsibility (CSR) on the study firm value of pharmaceutical companies listed on the IDX in the 2017-2020 period. The dependent variable in this study is firm value. While the independent variables are green accounting, profitability and corporate social responsibility (CSR).*

*The population in this study were pharmaceutical companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2017-2020 period. The sample method use is purposive sampling, and obtained 10 pharmaceutical companies listed on the IDX. The data in this study were from the site of each pharmaceutical company listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) which publishes complete financial report after being audited or commonly referred to as annual report starting from the period 2017-2020. And the analytical method used in this study is multiple regression.*

*The result of the study indicate that green accounting has no and no significant effect on firm value. Profitability has no effect and is not significant to firm value. And corporate social responsibility (CSR) has a positive and significant effect on company value.*

*Keyword: green accounting, profitability, corporate social responsibility (CSR), firm value*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *green accounting*, profitabilitas dan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan studi pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI pada periode 2017-2020. Variable dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Sedangkan variable independen adalah *green accounting*, profitabilitas dan *corporate social responsibility* (CSR).

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI pada periode 2017-2020. Metode sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dan didapat 10 perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI. Data dalam penelitian ini diambil dari situs masing-masing perusahaan farmasi yang telah terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) yang menerbitkan laporan keuangan lengkap setelah diaudit atau biasa disebut dengan *annual report* dimulai dari periode 2017 sampai dengan 2020. Dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *green accounting*, profitabilitas, *corporate social responsibility* (CSR), nilai perusahaan



## KATA PENGANTAR

*Assalamuàlaikum WR. Wb*

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan kesempatan yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *green accounting*, profitabilitas dan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan studi pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI pada periode 2017-2020” sebagai tugas akhir guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Akuntansi dalam Ilmu Akuntansi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari peran, bantuan dan dorongan yang diberikan dari berbagai pihak kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Dr. Ratno Agriyanto, M.Si, Akt, CA, CPA, CRA, CRP selaku Ketua Jurusan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Dessy Noor Farida, SE, M.Si, AK, CA selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan akademik selama proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
5. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag dan Dessy Noor Farida, SE, M.Si, AK, CA selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, saran dan bantuan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi dari awal sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
7. Bapakku Mufid dan Ibukku Sri Handayani, terima kasih atas doa, cinta dukungan dan pengorbanan yang tiada pernah habisnya. Dan untuk kakakku Ikhwan dan Afifah, serta adikku Rosda, terima kasih juga atas dukungannya.
8. Sahabat-sahabatku Nur Qomariyah, Safina Dewi, Sinta Dewi, Sri Purwati, serta teman-teman Akuntansi Syariah B 2017 yang telah memberikan warna disetiap Langkah selama menempuh study di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

9. Teman-teman ku seluruh pengurus PCNA Kecamatan Karangnom, terima kasih untuk semua keceriaan dan pelajaran berorganisasinya.
10. Semua saudara, sahabat, teman, dan pihak-pihak tang telah ikut berjasa dalam penyusunan tugas akhir ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas segala bantuannya.

Akhir kata, teruntuk semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta rasa syukur kepada Allah SWT, semoga diberikan balasan kebaikan kepada kita semua. Aamiin Yaa Rabbal Àlamiin ...

*Wassalamuàlaikum Wr. Wb.*

Semarang, 15 Desember 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN DEKLARASI .....	vi
HALAMAN ABSTRACT .....	vii
HALAMAN ABSTRAK .....	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR .....	ix
HALAMAN DAFTAR ISI .....	xi
HALAMAN DAFTAR TABEL .....	xiv
HALAMAN DAFTAR GAMBAR .....	xv
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	7
1.4 Sistematika Penulisan .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kerangka Teori .....	9
2.1.1 <i>Signal Theory</i> .....	9
2.1.2 Stakeholder Theory .....	11
2.1.3 Laporan Keuangan .....	13
2.1.3.1 Pengertian Laporan Keuangan .....	13
2.1.3.2 Jenis Laporan Keuangan .....	14
2.1.3.3 Tujuan Laporan Keuangan .....	15
2.1.4 Nilai Perusahaan .....	16
2.1.4.1 Pengertian Nilai Perusahaan .....	16
2.1.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan .....	17
2.1.4.3 Indikator untuk Mengukur Nilai Perusahaan .....	18
2.1.4.3 Tujuan dan Manfaat Nilai Perusahaan .....	19
2.1.5 <i>Green Accounting</i> .....	19
2.1.5.1 Pengertian <i>Green Accounting</i> .....	19
2.1.5.2 Biaya Lingkungan .....	21
2.1.5.3 Fungsi <i>Green Accounting</i> .....	23
2.1.5.4 Klasifikasi <i>Green Accounting</i> .....	23
2.1.5.5 Pentingnya <i>Green Accounting</i> .....	24
2.1.5.6 Indikator untuk Mengukur <i>Green Accounting</i> .....	25
2.1.5.7 <i>Green Accounting</i> dalam Perspektif Islam .....	26
2.1.6 Profitabilitas .....	28
2.1.6.1 Pengertian Profitabilitas .....	28

2.1.6.2 Tujuan Profitabilitas .....	29
2.1.6.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas .....	30
2.1.6.4 Indikator Profitabilitas .....	30
2.1.6.5 Profitabilitas dalam Perspektif Islam.....	31
2.1.7 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	33
2.1.7.1 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	33
2.1.7.2 Prinsip-prinsip Dasar <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	35
2.1.7.3 Manfaat <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	36
2.1.7.4 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	38
2.1.7.5 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> dalam Perspektif Islam.....	40
2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	43
2.3 Kerangka Pemikiran.....	47
2.4 Hipotesis.....	48
2.4.1 Pengaruh <i>Green Accounting</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	48
2.4.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan .....	49
2.4.3 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> terhadap Nilai Perusahaan .....	49
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	51
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	51
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	51
3.3.1 Jenis Data Penelitian.....	51
3.3.2 Sumber Data Penelitian.....	51
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian .....	51
3.2.1 Populasi Penelitian .....	51
3.2.2 Sampel Penelitian .....	52
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	53
3.6 Variabel Penelitian dan Pengukuran .....	53
3.6.1 Variabel Independen.....	53
3.6.2 Variabel Dependen .....	54
3.7 Teknik Analisis Data.....	55
3.7.1 Statistik Deskriptif.....	55
3.7.2 Uji Asumsi Klasik .....	55
3.7.2.1 Uji Normalitas .....	56
3.7.2.2 Uji Multikolinearitas.....	56
3.7.2.3 Uji Autokorelasi .....	56
3.7.2.4 Uji Heteroskedastisitas .....	56
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
3.7.4 Uji Hipotesis .....	57
3.7.4.1 Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ) .....	57
3.7.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) .....	58
3.7.4.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	58
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	59
4.1.1 Darya Varia Laboratoria Tbk .....	59

4.1.2 Indofarma (Persero) Tbk.....	61
4.1.3 Kimia Farma Tbk.....	61
4.1.4 Kalbe Farma Tbk.....	61
4.1.5 Merck Indonesia Tbk.....	61
4.1.6 Phapros Tbk., PT.....	61
4.1.7 Pyridam farma Tbk.....	62
4.1.8 Merck Sharp Dohme Pharma Tbk.....	62
4.1.9 Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk.....	62
4.1.10 Tempo Scan Pasific Tbk.....	62
4.2 Analisis Data.....	63
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	63
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	64
4.2.2.1 Uji Normalitas.....	64
4.2.2.2 Uji Multikolinearitas.....	65
4.2.2.3 Uji Autokorelasi.....	66
4.2.2.4 Uji Hereroskedastisitas.....	67
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
4.2.4 Uji Hipotesis.....	71
4.2.4.1 Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ).....	71
4.2.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	71
4.2.4.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	73
4.3 Pembahasan.....	74
4.3.1 Pengaruh <i>Green Accounting</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	74
4.3.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.....	75
4.3.3 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	77
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	81
<b>LAMPIRAN</b> .....	86

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	43
Tabel 3.1 Sampel Penelitian Perusahaan Farmasi .....	52
Tabel 4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	63
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas dengan <i>Kolmogorov-Smirnov (K-S)</i> .....	64
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas .....	65
Tabel 4.4 Hasil Uji Autokorelasi.....	66
Tabel 4.5 Hasil Pengobatan Uji <i>Glejser</i> Heteroskedastisitas Uji Glejser .....	68
Tabel 4.6 Hasil Pengobatan Uji <i>Glejser</i> Heteroskedastisitas Tahap 1 .....	68
Tabel 4.7 Hasil Pengobatan Uji <i>Glejser</i> Heteroskedastisitas Tahap 2 .....	69
Tabel 4.8 Hasil Pengobatan Uji <i>Glejser</i> Heteroskedastisitas Tahap 3 .....	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Hipotesis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis Statistik F.....	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis Statistik t.....	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis Statistik t.....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Profitabilitas dalam Perspektif Islam.....	31
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	48
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot .....	67

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Indeks Kategori GRI 4 .....	87
Lampiran 2 Hasil Data Tabulasi <i>Green Accounting</i> , Profitabilitas, <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Nilai Perusahaan .....	95
Lampiran 3 Uji Statistik Deskriptif .....	97
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik.....	98
Lampiran 5 Uji Hipotesis.....	101
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	102



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Isu mengenai lingkungan dan sumber daya alam telah berkembang selama dua dekade terakhir. Berbagai permasalahan lingkungan seperti pencemaran udara, pemanasan global, penipisan lapisan ozon, pencemaran air dan eksploitasi alam yang berlebihan telah menarik perhatian bangsa dan menjadi sorotan internasional. Pemerintah sebagai pengambil kebijakan telah mengupayakan berbagai langkah yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut dalam upaya mewujudkan pembangunan berkelanjutan<sup>1</sup>. Kerusakan lingkungan merupakan salah satu dampak yang tidak jarang terdengar akibat adanya industri. Perusahaan yang bergerak di bidang industri kimia, salah satu industri yang menggunakan teknologi dan bahan kimia berbahaya dan beracun, umumnya memiliki dampak lingkungan yang paling parah dan disorot oleh masyarakat internasional<sup>2</sup>. Oleh karena itu, industri kimia memiliki rentang resiko kebocoran dalam pengelolaan limbah, sudah pasti dampaknya akan sangat besar dan langsung terasa pada orang-orang yang ada disekitar dan orang-orang yang jauh dari industri.

Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator utama dalam menarik investasi untuk mengembangkan perusahaan. Nilai perusahaan adalah nilai pasar dari saham yang menunjukkan keadaan saat ini atau prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Nilai perusahaan memiliki posisi yang sangat penting bagi perusahaan karena dengan peningkatan nilai perusahaan akan diikuti dengan peningkatan harga saham yang mencerminkan peningkatan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi yang dicapai manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dijadikan gambaran bagi masyarakat maupun investor yang biasanya berkaitan dengan saham. Perusahaan yang banyak berinvestasi akan menimbulkan pemikiran yang positif bagi investor sehingga harga saham akan meningkat dan berampak kepada nilai perusahaan<sup>3</sup>. Nilai saham suatu perusahaan tentunya dipengaruhi oleh

---

<sup>1</sup> P.P Dewi & I.P Narayana, Implementasi green accounting, profitabilitas dan CSR pad nilai perusahaan, e-jurnal akuntansi volume 30 No.12, 2020, h. 3252-3262.

<sup>2</sup> Angela & Yudianti. Pengaruh kinerja lingkungan terhadap kinerja finansial dengan pengungkapan corporate social responsibility sebagai variable intervening. Jurnal ekonomi Universitas Sanata Dharma, 2014, h. 1-26.

<sup>3</sup> Wijaya & Sedana, Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan (kebijakan dividen dan kesempatan investasi sebagai variable mediasi), e-jurnal manajemen umum volume 4 no. 12, 2015, h.4477-4500.

beberapa faktor diantaranya *green accounting*, profitabilitas perusahaan dan pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* oleh perusahaan.

Salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk menangani isu kerusakan lingkungan perusahaan adalah dengan menerapkan strategi *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Selain itu CSR tumbuh sebagai ketidakpuasan yang dirasakan akibat pencemaran lingkungan dan eksploitasi besar-besaran sumber daya alam dan energi yang menyebabkan kerusakan lingkungan. Hal ini ditegaskan dalam Pasal 74 angka 1 UU No. 40 tahun 2007 tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan:

*“Perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”*

Indikator implementasi CSR dapat diketahui melalui pengungkapan dalam laporan keberlanjutan perusahaan. Penilaian CSR pada suatu perusahaan dapat dibantu oleh *Global Reporting Initiative (GRI)* yang berfokus pada indikator kinerja ekonomi, indikator kinerja lingkungan, dan indikator kinerja sosial. Hubungan yang baik antara perusahaan dengan lingkungan sekitar akan berdampak positif bagi keberlangsungan perusahaan.

Sejalan dengan hal tersebut, kesadaran masyarakat akan kelestarian lingkungan juga harus ditingkatkan guna mendorong bagi perusahaan untuk selalu memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan kepada para pemangku kepentingan terutama pemegang saham, kreditur dan masyarakat luas. Sesuai dengan konsep *triple bottom liner* bahwasanya selain mencari keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memikirkan lingkungan sekitar dan pemangku kepentingan (*people*). Dengan memperhatikan konsep tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan dan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham dengan memperhatikan potensi finansial dan non finansial sehingga eksistensi perusahaan tetap terjaga.

Saat ini, setiap industri dituntut untuk dapat menerapkan *green accounting* sebagai bagian dari tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan. Penerapan *green accounting* merupakan salah satu metode yang memperhitungkan sumber daya dan jasa lingkungan serta perubahan dalam upaya meningkatkan pendapatan dan menjaga pembangunan dan pertumbuhan yang berkelanjutan dengan memperhatikan kebutuhan saat ini dan masa depan. *Green accounting* adalah penerapan akuntansi dimana perusahaan juga memasukkan biaya untuk pelestarian lingkungan yang sering disebut sebagai biaya lingkungan dalam biaya operasional. Namun pada kenyataannya masih banyak perusahaan yang belum menerapkan cara tersebut.

*Green accounting* adalah salah satu konsep kontemporer dalam akuntansi yang mendukung gerakan hijau di perusahaan dengan mengenali, mengkualifikasi, mengukur, serta menutup kontribusi lingkungan terhadap proses bisnis<sup>4</sup>. Jika diterapkan dalam jangka panjang, konsep *green accounting* sebenarnya merupakan program penghematan biaya produksi sehingga dapat menekan biaya operasional perusahaan. Kepedulian pemerintah terhadap keamanan lingkungan dari kegiatan industri mendorong perusahaan untuk turut ambil bagian didalamnya. Sejak tahun 2002 Kementerian Lingkungan Hidup telah menyelenggarakan program yaitu Program Peningkatan Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan yang merupakan bidang pengendalian dampak lingkungan yang digunakan untuk meningkatkan peran perusahaan dalam mengikuti program pelestarian lingkungan. Dengan demikian, dalam praktik penyelesaian masalah lingkungan selain regulasi, terdapat program pemeringkatan yang dapat mendorong pelestarian lingkungan. Hal berikutnya yang menjadi fokus perhatian adalah pada pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan terkait selain masalah lingkungan, tetapi juga kinerja lingkungan.

Demikian juga profitabilitas dianggap penting dalam perkembangan suatu usaha karena profitabilitas merupakan salah satu indikator dalam mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan tersebut. Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba melalui seluruh kemampuan dan sumber yang ada seperti aktivitas penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, dan sebagainya (Dewi: 2020). Jika perusahaan dapat menghasilkan laba yang baik, maka menunjukkan kinerja perusahaan yang baik, serta menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki nilai yang baik dan dapat menjamin prospek masa depan. Untuk mengukur profitabilitas, beberapa rasio dapat digunakan antara lain *return on equity ratio* (ROE). Dalam menjalankan bisnisnya perusahaan tidak hanya memikirkan kepentingan pihak internal namun juga perlu memikirkan kepentingan dari pihak eksternal perusahaan yaitu masyarakat sekitar dan lingkungannya. Perusahaan dapat menggunakan *disclosure* untuk menarik perhatian manajemen akan nilai sosial, atau untuk mengarahkan kembali perhatian akan pengaruh negatif akibat aktivitas bisnis.

Penelitian sebelumnya tentang *green accounting* pernah dilakukan oleh Puspita Maharani (2021) yang menyimpulkan bahwa *green accounting* memberikan pengaruh terhadap

---

<sup>4</sup> Fauzi & Candra, *Green accounting dan efektifitas peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2012 pada perusahaan di Indonesia*, 2016, h. 15-16.

nilai perusahaan kearah positif<sup>5</sup>. Catur Muhammad (2021) juga menyimpulkan *green accounting* berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan<sup>6</sup>. Artinya apabila perusahaan dapat menerapkan dan meningkatkan pengungkapan atas kinerja lingkungannya maka akan termasuk sebagai salah satu upaya penerapan dalam *green accounting* yang secara tidak langsung akan meningkatkan nilai perusahaan karena dapat memberikan citra positif dan rasa percaya terhadap *stakeholder* atas keberlangsungan perusahaan dimasa depan. Begitu pula Dewi (2020) menemukan bahwa *green accounting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Hilda (2020) menyimpulkan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan<sup>7</sup>.

Penelitian sebelumnya oleh Vincent Loekito dan Loh Wenny (2021) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini karena investor, ekuitas, laba merupakan satu-satunya faktor penentu perubahan nilai dari sebuah efek sekuritas. Dengan demikian, setiap perusahaan akan selalu meningkatkan profitabilitasnya karena semakin tinggi tingkat profitabilitas maka kelangsungan hidup badan usaha akan lebih terjamin<sup>8</sup>. Menurut Ihwan Sunaryo (2018) juga mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur subsektor farmasi yang terdaftar di BEI, semakin meningkat dengan asumsi variabel *corporate social responsibility* dianggap tetap<sup>9</sup>. Profitabilitas memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan manufaktur subsektor farmasi hal ini berarti bahwa profitabilitas dapat memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Akan tetapi menurut Oei Hanna (2018) menyebutkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan<sup>10</sup>. Penelitian ini menunjukkan bahwa pada perusahaan industri farmasi tersebut bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang

---

<sup>5</sup> Puspita Maharani & Susi Handayani, pengaruh green accounting pada nilai perusahaan sector pertambangan, Edumaspul – jurnal Pendidikan vol 5 no.1, 2021 h.220-231.

<sup>6</sup> Catur Muhammad Erlangga, achmad fauzi & Ati Sumiati, penerapan green accounting dan corporate social responsibility disclosure terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas, akuntabilitas: jurnal ilmu akuntansi vol. 14 no.1, 2021, h.61-78.

<sup>7</sup> Choerunisah, Hilda & Sundari. Pengaruh *Green Accounting*, Kinerja Lingkungan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI 2014 -2018. Jurnal Akuntansi, Fakultas Ekonomi – Universitas Gunadarma, 2020.

<sup>8</sup> Vincent Loekito & Loh Wenny Setiawati, Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaanmanufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017–2019, BALANCE: Jurnal Akuntansi, Auditing dan KeuanganVol.18 No.1, 2021, h. 01 - 26.

<sup>9</sup> Ihwan Sunaryo, Bambang Widarno & Suharno, Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating, Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi Vol. 14 Edisi Khusus, 2018, h. 211 – 221.

<sup>10</sup> Oei hanna permatasari, Analisis Pengaruh Likuiditas, Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Industri Farmasi yang terdaftar di BEI Tahun 2012 – 2016, Thesis Unika Soegijapranata Semarang, 2018.

signifikan terhadap nilai perusahaan. Christiana dalam penelitiannya juga menunjukkan hasil yang sama yaitu profitabilitas tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI periode 2010-2013<sup>11</sup>.

Penelitian yang dilakukan oleh Laksmi (2020) menemukan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan<sup>12</sup>. Begitu juga dengan Annisa dkk (2020) yang setuju bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dikarenakan semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan maka *stakeholder* akan semakin puas dan akan memberikan dukungannya kepada perusahaan yang bertujuan untuk menaikkan kinerja, mencapai laba dan akan meningkatkan nilai perusahaan<sup>13</sup>. Ihwan Sunaryo dalam penelitiannya juga menunjukkan hasil yang sama yaitu CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi penelitian menurut Vincent Loekito (2021) menyebutkan bahwa CSR tidak berpengaruh pada nilai perusahaan karena rendahnya pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan. Karena itu, investor perusahaan cenderung menganggap bahwa CSR tidak menjadi acuan dalam membeli saham. Jeinab (2019) dalam penelitiannya juga menunjukkan hasil yang sama yaitu CSR berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan<sup>14</sup>.

Dengan perbandingan rasio profitabilitas dan CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi dalam mengimplementasikan *green accounting*. Sehingga dengan demikian perbedaan penelitian yang terdahulu dengan saat ini adalah peneliti akan membahas tentang pengaruh dari *green accounting*, profitabilitas dan CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu berupa *annual report* pada periode 2017-2020 yang diperoleh dari laporan di BEI dan metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Dalam mengukur nilai perusahaan pada penelitian ini akan digunakan Tobin's Q. Rasio ini merupakan konsep yang sangat berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap investasi. Rasio Tobin's Q dipilih dalam penelitian ini karena mampu

---

<sup>11</sup> Christiana Warouw, Sintje Nangoy & Ivonne S. Saerang, *the Influences of Capital Turnover and profitability to the Company Value of the Pharmaceutical Companies Listed on Indonesia Stock Exchange*, Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 16 No. 02, 2016, h.366-375.

<sup>12</sup> Ni Luh Laksmi Rahmantari, Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Farmasi yang terdaftar di BEI, Jurnal Ganec Swara Vol.15 No.1, 2021, h. 813-823.

<sup>13</sup> Annisa Fitri Gea & Debby Chyntia Ovami, Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016-2018, *Jurnal Akuntansi Bisnis Eka Prasetya (JABEP)* Vol. 6 No. 2, 2020, Hal.137-147

<sup>14</sup> Jeinab Kurniasari & Yane Devi Anna, Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating, *Jurnal Riset Akuntansi dan Perbankan* Volume 13 Nomor 2, 2019, Hal 149 – 167.

mencerminkan aktiva perusahaan secara komprehensif, kemudian mampu mencerminkan sentimen pasar seperti prospek perusahaan dan dapat pula mencerminkan *intellectual capital* perusahaan. Jika Tobin's Q perusahaan lebih besar dari satu maka perusahaan dianggap *overvalued*, sedangkan apabila kurang dari satu maka perusahaan dianggap *undervalued*.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh *green accounting*, profitabilitas dan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan studi pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI pada periode 2017-2020".

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2020?
2. Apakah terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2020?
3. Apakah terdapat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2020?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk sebagai berikut:

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2020.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2020.

3. Untuk menguji secara empiris pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2020.

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang berkepentingan dan yang terkait dalam penelitian ini, antara lain:

#### 1. Manfaat Teoritis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada mahasiswa UIN Walisongo Semarang mengenai pengembangan ilmu pengetahuan akuntansi terutama dalam bidang nilai perusahaan. Kemudian dapat mengetahui tentang bagaimana pengaruh *green accounting*, profitabilitas dan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi. Sebagai bahan pertimbangan bagi pengambil keputusan dalam rangka pertanggungjawaban kepada *stakeholder*. Serta dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian-penelitian berikutnya yang sama dan dapat memperbaiki serta menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

#### 2. Manfaat Praktisi

- a. Bagi penulis, diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam bidang penelitian khususnya yang berkaitan dengan bagaimana pengaruh *green accounting*, profitabilitas dan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi. Penelitian ini merupakan suatu proses pembelajaran dalam memahami dan menerapkan teori serta pengetahuan yang dipelajari dan diperoleh di perkuliahan.
- b. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran pemikiran mengenai pentingnya nilai perusahaan pada suatu perusahaan. Karena hal tersebut akan meningkatkan profitabilitas perusahaan serta menarik dan mempengaruhi minat investor dalam keputusan berinvestasi pada perusahaan.
- c. Bagi investor, diharapkan penelitian ini bisa dijadikan sebagai acuan dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi dalam perusahaan.

## **1.4 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam skripsi ini terbagi dalam lima bab dengan gambaran secara garis besar sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang uraian latar belakang yang mendasari penelitian ini diambil. Terurai dalam latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi. Dari uraian itulah dapat diketahui fenomena apa yang terjadi dan permasalahan yang ditimbulkan sehingga penelitian ini dirasa perlu untuk dilakukan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi mengenai kerangka teori yang mendasari penelitian dan telaah pustaka yang telah dilakukan. Selain itu bab ini juga berisi mengenai uraian penelitian terdahulu yang melandasi penelitian ini. Bab ini juga menguraikan mengenai kerangka penelitian pemikiran dan hubungan antar variabel yang ada dengan disajikan dalam hipotesis penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan metode penelitian yang digunakan. Bab ini berisi mengenai jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran serta teknik analisis data.

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi mengenai pengajian data serta analisis data dan pembahasan hasil analisis data berdasarkan data atau informasi yang diperoleh. Sehingga bab ini menjadi bukti dalam hipotesis yang telah dibangun oleh peneliti dalam penelitian ini.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi mengenai kesimpulan penelitian, saran-saran yang diberikan untuk pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kerangka Teori

##### 2.1.1 *Signal Theory*

*Signal theory* ini menjelaskan bagaimana perusahaan memberikan *signal* keberhasilan atau kegagalan manajemen yang disampaikan kepada pihak luar. Dalam hubungan keagenan, manajer memiliki asimetris informasi terhadap pihak eksternal perusahaan termasuk investor dan kreditor. Asimetri informasi terjadi ketika manajemen memiliki informasi internal perusahaan yang lebih banyak dan informasi lebih cepat dibandingkan pihak eksternal. Guna mengurangi asimetri informasi maka perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun nonkeuangan. Salah satu informasi yang wajib untuk diungkapkan perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR. Informasi ini dapat dimuat dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan melakukan pengungkapan CSR tersebut dengan harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan.

Kegiatan yang dilakukan perusahaan selalu ada dampak kepada para *stakeholders* seperti investor, pemerintah, karyawan, pemasok, konsumen, serta masyarakat dan kegiatan tersebut menjadi perhatian dan minat dari para *stakeholder*, terutama para investor dan calon investor sebagai pemilik (calon) dan penanam (calon) modal perusahaan. Oleh karenanya, perusahaan berkewajiban untuk memberikan laporan sebagai informasi kepada para *stakeholder*. Laporan yang wajib diungkapkan oleh perusahaan setidaknya meliputi keseluruhan laporan keuangan. Akan tetapi perusahaan diberi ijin untuk mengungkapkan laporan tambahan seperti laporan yang berisi lebih dari sekedar laporan keuangan, misalnya laporan tahunan tentang aktivitas CSR perusahaan ataupun laporan yang mengenai penerapan GCG (*Good Corporate Governance*) pada perusahaan.

Tujuan dari laporan tambahan ini adalah untuk menyediakan informasi tambahan mengenai kegiatan perusahaan sekaligus sebagai sarana untuk memberikan *signal* kepada para *stakeholder* mengenai hal-hal lain, misalnya *signal* bahwa perusahaan tidak hanya mengedikan informasi yang berdasarkan ketentuan peraturan tetapi menyediakan pula informasi yang lebih bagi para *stakeholder*. *Signal* dari perusahaan ini diharapkan dapat

diterima secara positif oleh pasar atau pihak luar sehingga mampu mempengaruhi kinerja pasar perusahaan yang tercermin dalam harga pasar perusahaan.

Menurut Wirakusuma dan Yuniasih (2007) dalam Husnan (2013), konsep *signal theory* menyatakan bahwa perusahaan memberikan *signal-signal* kepada pihak luar perusahaan dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan. Selain informasi keuangan yang diwajibkan perusahaan juga melakukan pengungkapan yang sifatnya sukarela. Salah satu dari pengungkapan sukarela yang dilakukan oleh perusahaan yaitu pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan CSR tersebut merupakan sebuah *signal* positif yang diberikan oleh perusahaan kepada pihak luar perusahaan yang kemudian akan direspon oleh *stakeholder* dan *shareholder*<sup>15</sup>.

Menurut Prasetyaningrum (2008) dalam Danu (2011) *signal theory* menjelaskan mengapa perusahaan memiliki dorongan untuk memberikan laporan keuangan kepada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara manajemen perusahaan dan pihak luar (investor).

Menurut Moris dalam Danu (2011) asimetri informasi dapat terjadi apabila dalam satu pihak memiliki *signal* informasi yang lebih lengkap dari pihak lain. Asimetri informasi terjadi jika manajemen tidak menyampaikan semua informasi yang diperoleh secara penuh sehingga mempengaruhi nilai perusahaan yang terefleksi pada perubahan harga saham karena pasar akan merespon informasi yang ada sebagai *signal*.

Menurut Drever (2007) dalam Danu (2011), *signaling theory* menekankan bahwa perusahaan pelapor dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui pelaporannya. Jika perusahaan gagal dalam menyajikan informasi yang lebih, maka *stakeholders* hanya akan menilai perusahaan sebagai perusahaan rata-rata sama dengan perusahaan-perusahaan yang tidak mengungkapkan laporan tambahan<sup>16</sup>.

Hal ini memberikan motivasi bagi perusahaan-perusahaan untuk mengungkapkan, melalui laporan keuangan, bahwa mereka lebih baik dari pada perusahaan yang lain melakukan pengungkapan. Dengan demikian, *signaling theory* menekankan bahwa perusahaan akan cenderung menyajikan informasi yang lebih lengkap dan memperoleh

---

<sup>15</sup> Ahmad Husnan, Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR Disclosure) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan, Skripsi Universitas Diponegoro Semarang, 2013, h. 8.

<sup>16</sup> Danu Candra Indrawan, Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Perusahaan, Undergraduate thesis, Universitas Diponegoro, 2011, h. 16-18.

reputasi yang baik dibandingkan perusahaan-perusahaan yang tidak mengungkapkan, pada akhirnya akan menarik investor.

Menurut Ross (1977) dalam Danu (2011) menyatakan bahwa salah satu informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat digunakan sebagai *signal* adalah kebijakan dividen perusahaan. Terdapat tiga syarat yang perlu diperhatikan dalam mengoptimalkan kebijakan dividen sebagai *signal*, yaitu”

- a. Manajemen harus memiliki insentif yang sesuai untuk mengirimkan *signal* yang jujur, meskipun banyak berita yang buruk.
- b. *Signal* dari perusahaan yang sukses tidak mudah diikuti oleh pesaingnya yaitu perusahaan yang kurang sukses
- c. *Signal* itu harus memiliki hubungan yang cukup berarti dengan kejadian yang diamati (misalnya pembagian dividen yang tinggi pada masa sekarang dan dihubungkan dengan arus kas yang tinggi pula dimasa yang akan datang).

Roida (2008) dalam Danu (2011) menyatakan bahwa informasi yang disampaikan oleh pasar atau yang diterima dari pasar merupakan sebuah *signal* yang dapat bermakna positif atau negatif, tergantung preferensi atas *signal* tersebut. Informasi yang dilihat dalam konteks *signal* dapat meningkatkan reputasi perusahaan, sehingga *signal* merupakan biaya untuk mendapatkan *return* (tingkat keuntungan) yang diharapkan oleh perusahaan. Salah satu *corporate action* yang merupakan informasi sekaligus *signal* adalah perusahaan yang mengumumkan aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan yang bersangkutan

### **2.1.2 Stakeholder Theory**

*Stakeholder theory* adalah teori yang menjelaskan bagaimana manajemen perusahaan harus memenuhi atau mengelola harapan dari para *stakeholder*. Gray, Kouhy dan Adams dalam Husnan (2013) mengatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari. Oleh karena itu, aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Semakin *powerful stakeholder*, maka semakin besar pula usaha perusahaan untuk beradaptasi. CSR dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya.

Definisi *stakeholder* telah berubah secara substansial, karena awalnya pemegang saham hanya dianggap sebagai satu-satunya *stakeholder* perusahaan. Anggapan ini didasarkan pada argumen Friedman dalam Husnan (2013) yang mengatakan bahwa tujuan perusahaan yaitu untuk memaksimalkan kemakmuran pemiliknya. Namun demikian, Freeman juga tidak setuju dengan pandangan ini dan memperluas definisi *stakeholder* dengan memasukkan konstituen yang lebih banyak, termasuk kelompok yang dianggap tidak menguntungkan (*adversarial group*), seperti pihak yang memiliki kepentingan tertentu dan regulator.

Jones (1995) dalam Danu (2011) mendefinisikan pemangku kepentingan (*stakeholders*) sebagai orang atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan, maupun operasi perusahaan. Selanjutnya *stakeholders* dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori, yaitu:

- a. *Inside stakeholders*, terdiri atas orang-orang yang mempunyai kepentingan dan tuntutan terhadap sumber daya perusahaan serta yang berada didalam organisasi perusahaan. Kategori ini merupakan pemegang saham (*stakeholder*), para manajer dan karyawan (*employers*).
- b. *Outside stakeholders*, terdiri atas orang-orang maupun pihak-pihak (*constituencies*) yang bukan milik perusahaan, bukan pemilik perusahaan, bukan pemimpin perusahaan, dan bukan pula karyawan perusahaan, namun memiliki kepentingan terhadap perusahaan dan dipengaruhi oleh keputusan serta tindakan yang dilakukan oleh perusahaan. Kategori ini merupakan pelanggan (*customers*), pemasok (*suppliers*), pemerintah (*governance*), masyarakat lokal (*local communities*) dan masyarakat umum (*general public*).

*Stakeholder theory* menekankan mengenai akuntabilitas perusahaan jauh melebihi kinerja keuangan atau ekonomi sederhana. Teori ini mengungkapkan bahwa perusahaan akan memilih dengan sukarela menggunakan informasi tentang kinerja keuangan, sosial dan intelektual mereka, melebihi atas permintaan wajib untuk memenuhi harapan sesungguhnya atau yang diakui oleh *stakeholders*. Salah satu bentuk pengungkapan sukarela yang berkembang dengan pesat saat ini yaitu publikasi CSR. Melalui publikasi CSR perusahaan dapat memberikan informasi yang lebih dari cukup dan lengkap berkaitan dengan kegiatan dan pengaruhnya terhadap kondisi sosial masyarakat dan lingkungan.

Menurut Gray, et al., (1997) dalam Ghozali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa *stakeholder theory* umumnya berkaitan dengan cara-cara yang digunakan untuk *manage stakeholdernya*<sup>17</sup>. Cara-cara yang dilakukan perusahaan untuk *manage stakeholdernya* tergantung pada strategi yang diadopsi perusahaan. Organisasi dapat mengadopsi strategi aktif atau pasif. Ullman (1985) dalam Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa strategi aktif adalah ketika perusahaan berusaha mempengaruhi hubungan organisasinya dengan *stakeholder* yang dipandang berpengaruh atau penting. Sedangkan perusahaan yang mengadopsi strategi tersebut pasif cenderung tidak terus menerus mengawasi aktivitas *stakeholder* dan secara sengaja tidak mencari strategi yang optimal untuk menarik perhatian *stakeholder*. Akibat dari kurangnya perhatian terhadap *stakeholder* tersebut adalah rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial atau CSR serta rendahnya kinerja sosial perusahaan.

### 2.1.3 Laporan Keuangan

#### 2.1.3.1 Pengertian Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah laporan yang berisi informasi keuangan pada sebuah perusahaan atau organisasi. Laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan merupakan hasil akhir dari proses akuntansi yang bertujuan sebagai sarana mengkomunikasikan informasi keuangan terutama kepada pihak eksternal. Laporan keuangan terdiri dari laporan neraca dan laporan laba-rugi serta laporan perubahan ekuitas<sup>18</sup>. Neraca tersebut menunjukkan jumlah suatu aset perusahaan, kewajiban dan juga mengenai ekuitas dari suatu perusahaan pada periode tertentu.

Menurut Kasmir (2015), laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan suatu perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu<sup>19</sup>. Menurut Sutrisno (2007) dalam Ariyanti (2020), laporan keuangan disusun dengan maksud untuk menyediakan informasi keuangan suatu perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan sebagai bahan pertimbangan didalam mengambil keputusan<sup>20</sup>.

Menurut Harahap, Sofyan S (2013) dalam Ariyanti menyatakan bahwa laporan keuangan menggambarkan kondisi keuangan dan hasil usaha suatu perusahaan

---

<sup>17</sup> Ghozali dan A. Chariri. Teori Akuntansi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang. 2007.

<sup>18</sup> Munawir. Analisis Laporan Keuangan. Edisi 4. Yogyakarta: Liberty, 2010, h.5.

<sup>19</sup> Kasmir, Analisis Laporan Keuangan. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta, 2015, h.7.

<sup>20</sup> Netti Ariyanti, Analisis Rasio Profitabilitas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada Industri Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia, Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, 2020, h. 12.

pada saat tertentu atau jangka waktu tertentu. Laporan keuangan merupakan suatu media yang paling penting untuk dapat menilai prestasi dan kondisi ekonomi dari suatu perusahaan. Menurut PSAK No.1 tahun 2005, laporan keuangan merupakan suatu penyajian yang terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan pada suatu entitas.

Berdasarkan beberapa penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa laporan keuangan adalah laporan yang berisikan informasi keuangan yang disajikan secara terstruktur guna menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan pada jangka waktu tertentu.

### **2.1.3.2 Jenis Laporan Keuangan**

Jenis-jenis laporan keuangan menurut Munawir (2010) adalah laporan keuangan pada umumnya terdiri dari neraca dan laporan rugi laba serta laporan perubahan modal. Dimana laporan neraca menunjukkan jumlah aktiva, jumlah hutang dan jumlah modal dari suatu perusahaan pada periode tertentu. Sedangkan perhitungan (laporan) rugi laba memperlihatkan hasil-hasil yang telah dicapai suatu perusahaan serta melampirkan biaya atau beban yang terjadi selama periode berjalan. Kemudian laporan perubahan modal menunjukkan sumber dan penggunaan yang menyebabkan modal perusahaan berubah.

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) pada Standar Akuntansi Keuangan (2015), jenis-jenis laporan keuangan meliputi<sup>21</sup>:

#### **a. Neraca**

Neraca adalah laporan yang sistematis tentang aktiva yang merupakan harta yang dimiliki oleh perusahaan, hutang atau kewajiban kepada perusahaan lain yang belum dipenuhi serta modal yang berupa hak atau bagian yang dimiliki oleh pemilik perusahaan yang dapat menunjukkan keadaan perusahaan pada tanggal atau periode tertentu.

---

<sup>21</sup> I. A. I., Standar Akuntansi Keuangan. Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia, 2015.

b. Laporan Laba-rugi

Laporan laba rugi yaitu suatu laporan yang menunjukkan pendapatan-pendapatan dan biaya-biaya dari suatu unit usaha beserta laba rugi yang diperoleh oleh suatu perusahaan pada periode tertentu.

c. Laporan perubahan posisi keuangan

Laporan perubahan posisi keuangan merupakan suatu laporan yang berguna untuk meringkas kegiatan-kegiatan pembelanjaan dan investasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan, termasuk juga jumlah dana yang dihasilkan dari kegiatan usaha perusahaan dalam tahun buku yang bersangkutan serta melengkapi penjelasan tentang perubahan-perubahan dalam posisi keuangan selama tahun buku yang bersangkutan.

d. Laporan arus kas

Laporan arus kas adalah laporan yang bertujuan untuk menyajikan informasi yang relevan tentang penerimaan dan pengeluaran kas suatu perusahaan selama periode tertentu.

e. Catatan atas laporan keuangan

Catatan atas laporan keuangan meliputi penjelasan atas rincian jumlah yang tertera dalam neraca, laporan laba rugi, laporan arus kas dan laporan perubahan ekuitas.

### **2.1.3.3 Tujuan Laporan Keuangan**

Dalam penelitian Hafsah (2013) dalam Ariyanti (2020), tujuan laporan keuangan adalah memberikan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi-posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi. Menurut penelitian Sanjaya & Rizky (2016) dalam Ariyanti (2020), tujuan laporan keuangan adalah sebagai media perusahaan yang menyediakan informasi mengenai posisi dan kondisi perusahaan pada suatu periode tertentu kepada pihak yang memiliki kepentingan dan juga memberikan informasi tentang kinerja manajemen perusahaan dalam suatu periode.

Menurut Sawir (2012), tujuan laporan keuangan adalah<sup>22</sup>:

- a. Menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi.
- b. Memenuhi kebutuhan bersama oleh sebagian besar pemakainya, yang secara umum menggambarkan pengaruh keuangan dari kejadian masa lalu.
- c. Menunjukkan apa yang dilakukan oleh manajemen atas sumber daya yang dipercayakan kepadanya.
- d. Memberikan informasi tentang jenis, jumlah kewajiban dan modal yang dimiliki perusahaan saat ini.
- e. Menyediakan informasi tentang kinerja manajemen perusahaan dalam suatu periode.
- f. Menyediakan informasi yang dapat dipercaya tentang perubahan netto dari kekayaan perusahaan sebagai hasil dari aktiva suatu perusahaan tersebut.

## **2.1.4 Nilai Perusahaan**

### **2.1.4.1 Pengertian Nilai Perusahaan**

Menurut Harmono (2016) mengungkapkan bahwa nilai perusahaan dapat diukur melalui harga saham dipasar berdasarkan pembentukan harga saham perusahaan di pasar yang merupakan cerminan dari penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan secara nyata. Dikatakan secara riil, karena pembentukan harga di pasar merupakan pertemuan titik-titik stabilitas kekuatan permintaan dan titik stabilitas kekuatan penawaran, yang secara riil terjadi pada pada jual beli surat berharga di Indonesia. Pasar modal antara penjual (emiten) dan investor, atau sering disebut sebagai keseimbangan pasar<sup>23</sup>. Oleh karena itu, dalam teori pembiayaan pasar modal, harga saham dipasar disebut sebagai konsep nilai perusahaan.

Pengertian nilai perusahaan menurut Zabetha (2018) adalah nilai jual suatu perusahaan sebagai operasi bisnis. Adanya kelebihan nilai jual diatas nilai likuiditas

---

<sup>22</sup> Sawir. Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta, 2012, h.2.

<sup>23</sup> Harmono. *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus dan Riset Bisnis*. Edisi kelima. Jakarta: Bumi Aksara, 2016, h.50.



merupakan nilai organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan<sup>24</sup>. Menurut Fahmi (2014) nilai perusahaan adalah rasio nilai pasar, yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar<sup>25</sup>. Rasio ini mampu memberikan pemahaman bagi manajemen perusahaan mengenai kondisi yang akan dilaksanakan dan dampaknya di masa yang akan datang.

Suwardika (2017) mengartikan nilai perusahaan sebagai harga yang akan dibayarkan oleh calon pembeli ketika perusahaan tersebut dijual<sup>26</sup>. Suatu perusahaan yang telah terbuka atau yang telah menawarkan saham ke public (*go public*) maka nilai perusahaan diartikan sebagai persepsi seorang investor terhadap perusahaan itu sendiri. Nilai perusahaan adalah suatu bentuk cara memaksimalkan tujuan perusahaan melalui peningkatan kemakmuran para pemegang saham atau investor.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah suatu kondisi yang dicapai manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dijadikan gambaran bagi masyarakat maupun investor yang biasanya berkaitan dengan saham.

#### **2.1.4.2 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. Secara umum banyak metode dan teknik yang telah dikembangkan dalam penilaian, diantaranya adalah:

- a. Pendekatan laba, antara lain metode rasio tingkat laba atau *price earning ratio*, metode kapitalisasi proyek laba
- b. Pendekatan arus kas, antara lain metode diskonto arus kas
- c. Pendekatan dividen, antara lain metode pertumbuhan dividen

---

<sup>24</sup> Olinsca Zabetha dkk, pengaruh corporate governance, kinerja lingkungan dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan corporate social responsibility sebagai variabel moderating studi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2012-2014, Jurnal Ekonomi Fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Riau, Vol 26 no.1, 2018, hal.1-15.

<sup>25</sup> Irham Fahmi, "Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal". Jakarta: Mitra Wacana Media, 2014, h.83.

<sup>26</sup> Suwardika, Nyoman Agus, KM. "Pengaruh Lverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti". E-JurnalManajemen Unud Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud) Bali, Vol.6 No.3, 2017, Hal 1248-1277

- d. Pendekatan harga saham
- e. Pendekatan *economic value added*.

#### 2.1.4.3 Indikator untuk Mengukur Nilai Perusahaan

Menurut Harmono (2016) indikator yang bisa mempengaruhi nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan:

- a. PBV (*Price Book Value*)

*Price Book Value* merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan seorang investor dalam menentukan saham mana yang akan dibeli. Nilai perusahaan dapat memberikan keuntungan pemegang saham secara maksimal apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kekayaan pemegang saham.

$$PBV = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai buku saham biasa}}$$

- b. PER (*Price Earning Ratio*)

*Price Earning Ratio* adalah nilai harga per lembar saham, indikator ini secara praktis telah diaplikasikan dalam laporan keuangan laba rugi. Bagian akhir dan menjadi bentuk standar pelaporan keuangan bagi perusahaan publik di Indonesia. Rasio ini menunjukkan seberapa besar investor menilai harga saham terhadap kelipatan *earnings*.

$$PER = \frac{\text{Harga pasar suatu sekuritas}}{\text{Laba per lembar saham beredar}}$$

- c. EPS (*Earning Per Share*)

*Earning Per Share* atau pendapatan per lembar saham adalah bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki.

$$EPS = \frac{\text{laba setelah pajak}}{\text{Jumlah lembar saham beredar}}$$

#### d. Tobin`s Q

Analisis Tobin`s Q dikenal dengan rasio Tobins Q. dalam Sayyidah (2010) mengatakan rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi dimasa depan<sup>27</sup>.

$$\text{Tobin`s Q} = \frac{\text{Market value of all outstanding shares} + \text{total liabilities}}{\text{total assets}}$$

Pengukuran nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan rumus Tobin`s Q. Rumus Tobin`s Q memasukkan semua unsur utang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham biasa saja dan tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh aset perusahaan. Nilai perusahaan diukur menggunakan rasio Tobin`s Q karena memberikan informasi yang paling baik dengan memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan.

#### 2.1.4.4 Tujuan dan Manfaat Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan memiliki posisi yang sangat penting bagi perusahaan karena dengan peningkatan nilai perusahaan akan diikuti dengan peningkatan harga saham yang mencerminkan peningkatan kemakmuran pemegang saham. Bagi seorang manajer, nilai perusahaan merupakan tolok ukur atas prestasi kerja yang telah dicapainya. Peningkatan nilai perusahaan menunjukkan peningkatan kinerja perusahaan. Secara tidak langsung hal tersebut dipandang sebagai suatu kemampuan untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan perusahaan. Bagi investor peningkatan nilai perusahaan akan membuat investor tersebut tertarik untuk berinvestasi di perusahaan.

### 2.1.5 *Green Accounting* (Akuntansi Lingkungan)

#### 2.1.5.1 Pengertian *Green Accounting*

Akuntansi lingkungan adalah ilmu yang mempengaruhi dan juga dipengaruhi lingkungan sekitar. Eksistensinya tidak bebas dari nilai terhadap perkembangan masa. Metode-metode pembukuan juga harus berkembang mengikuti kompleksitas bisnis yang semakin tinggi. Ketika kepedulian terhadap lingkungan mulai mendapat

---

<sup>27</sup> Sayyidah & Ulfah, *Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi perusahaan sub sektor Property dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015)*. Jurnal Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, Vol.46 No.1, 2010, Hal 15

perhatian dari masyarakat, akuntansi menyiapkan diri agar siap untuk menginternalisasi berbagai eksternalitas. Belkoui dan Ronald (1991) dalam Rohmawati (2013) menjelaskan bahwa budaya merupakan faktor utama yang mempengaruhi perkembangan struktur bisnis dan lingkungan sosial, yang pada gilirannya akan mempengaruhi akuntansi. Konsekuensi dari wacana akuntansi sosial dan lingkungan ini akhirnya memunculkan konsep *Socio Economic Environmental Accounting* (SEEC) yang sebenarnya merupakan penjelasan singkat dari *Triple Bottom Line*, yaitu pelaporan akuntansi kepada publik tidak hanya mencakup kinerja ekonomi tetapi juga lingkungan dan kinerja sosialnya<sup>28</sup>.

Pengertian *green accounting* menurut AICPA (2004) dalam Aniela (2011) mendefinisikan akuntansi lingkungan sebagai berikut:

*“The identification, measurement, and allocation of environmental costs the integration of these environmental costs into business decisions, and the subsequent communication of the information to a company’s stakeholders”*.

Artinya akuntansi lingkungan adalah akuntansi yang didalamnya terdapat proses penilaian, pengukuran dan alokasi biaya lingkungan, dimana seluruh lingkungan diintegrasikan kedalam pengambilan keputusan, dan kemudian akan dikomunikasikan kepada pemangku kepentingan (*stakeholder*).

Kemudian Bell dan Lehman juga mendefinisikan dalam Rohmawati (2013), akuntansi lingkungan yaitu sebagai:

*“Green accounting is one of the contemporary concepts in accounting that support the green movement in the company or organization by recognizing, quantifying, measuring and disclosing the contribution of the environment to the business process”*.

Berdasarkan definisi akuntansi tersebut, maka bisa dijelaskan bahwa akuntansi lingkungan merupakan akuntansi yang didalamnya terdapat suatu proses mengidentifikasi, mengukur, menilai dan mengungkapkan biaya-biaya yang terkait dengan aktivitas perusahaan yang mempunyai hubungan dengan lingkungan.

---

<sup>28</sup> Rohmawati Kusumaningtias, *Green Accounting, Mengapa dan Bagaimana?*, Surakarta: Proceeding Seminar Nasional dan Call for Papers Sancall, 2013

*Green accounting* adalah suatu konsep yang baru dalam akuntansi yang mendukung pada gerakan hijau di perusahaan dengan cara mengenali, mengkualifikasi, mengukur dan menutup kontribusi terhadap lingkungan hidup pada proses bisnis. Konsep *green accounting* ini apabila diterapkan dalam waktu jangka panjang merupakan program untuk penghematan biaya produksi, sehingga bisa mengurangi beban operasional pada perusahaan. Melalui penerapan konsep *green accounting* ini pula diharapkan lingkungan akan terjaga kelestariannya, karena perusahaan secara sukarela akan mematuhi kebijakan pemerintah dimana perusahaan mendirikan dan menjalankan bisnisnya.

Berdasarkan pengertian *green accounting* diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *green accounting* merupakan akuntansi yang didalamnya terdapat proses mengidentifikasi, mengukur, menyajikan dan mengungkapkan biaya-biaya yang terkait dengan aktivitas pada perusahaan yang mempunyai hubungan dengan lingkungan.

#### **2.1.5.2 Biaya Lingkungan**

Biaya lingkungan (*environmental cost*) adalah biaya yang ditimbulkan akibat adanya kualitas lingkungan yang rendah, sebagai akibat dari proses produksi yang dilakukan perusahaan. Biaya lingkungan adalah dampak yang timbul dari sisi keuangan maupun non keuangan yang harus dipikul sebagai akibat dari kegiatan yang mempengaruhi kualitas lingkungan. Biaya lingkungan tidak hanya mengenai informasi tentang biaya-biaya lingkungan dan informasi lainnya yang terukur, akan tetapi juga tentang informasi material dan energi yang digunakan<sup>29</sup>.

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (Revisi tahun 2009) tentang penyajian laporan keuangan, paragraph 14 menyatakan bahwa:

*“Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah, khususnya bagi industri di mana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan”.*

---

<sup>29</sup> Arfan Ikhsan, Akuntansi Lingkungan dan Pengungkapannya, Graha Ilmu: Jakarta, 2008, h. 142

Bila dikaitkan dengan tanggung jawab entitas dalam upaya pelestarian lingkungan, maka PSAK tersebut belum mengakomodasinya secara totalitas. Menurut Rohmawati (2013) terdapat dua hal yang penting yang perlu di diskusikan, yaitu:

- a. Pengungkapan masih bersifat sukarela. Perusahaan terlebih dahulu akan mempertimbangkan manfaat dan biaya atas pengungkapan informasi lingkungan. Jika manfaat yang diperoleh lebih besar dari biaya yang dikeluarkan, maka perusahaan dengan sukarela akan mengungkapkan informasi tersebut. Hal ini berimplikasi pula pada luas dan kedalaman pengungkapan informasi lingkungan. Jika informasi tersebut bersifat *bad news*, maka perusahaan mempertimbangkan untuk tidak mengungkapkan hal tersebut.
- b. Akuntansi lingkungan belum dianggap sebagai bagian internal dalam operasional perusahaan, sehingga beban lingkungan yang timbul tidak diperlakukan sebagai tambahan harga pokok produksi dan atau tambahan biaya yang muncul akibat kegiatan proses produksi yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menghasilkan barang atau jasa. Bila perusahaan tidak melakukan kegiatan produksi, maka biaya lingkungan ini tidak akan muncul. Keadilan ekonomi tidak ada apabila terjadinya suatu penurunan fungsi lingkungan oleh suatu agen ekonomi (produsen), tetapi harus ditanggung oleh agen ekonomi lain (individu atau masyarakat) yang tidak ikut menikmati manfaat (*benefit*) dari suatu produk yang dihasilkan. Bila biaya lingkungan ini dibebankan pada produk yang dihasilkan, maka harga pokok produksinya akan menjadi naik dan pada gilirannya harga jualnya tentu akan naik pula.

Segala sesuatu yang dilakukan perusahaan pasti memiliki tujuan. Seperti halnya dengan penganggaran biaya lingkungan oleh perusahaan. Lima tujuan inti dari perspektif lingkungan dalam Hansen & Mowen (2009:429) adalah:

- a. Meminimalkan penggunaan bahan baku atau bahan yang masih asli
- b. Meminimalkan penggunaan barang berbahaya
- c. Meminimalkan kebutuhan energi untuk produksi dan penggunaan produk
- d. Meminimalkan pelepasan residu padat, cair dan gas
- e. Memaksimalkan peluang untuk daur ulang.

### 2.1.5.3 Fungsi *Green Accounting*

Fungsi akuntansi lingkungan (*green accounting*) dibagi menjadi dua, yaitu sebagai berikut<sup>30</sup>:

#### a. Fungsi internal

Menjadi salah satu langkah dari sistem informasi lingkungan perusahaan. Fungsi internal ini memungkinkan untuk mengelola dan menganalisis biaya pelestarian lingkungan yang akan dibandingkan dengan manfaat yang diterima, dan juga mempertimbangkan kelestarian lingkungan yang bersifat efektif dan efisien melalui pengambilan keputusan yang tepat. Untuk itu dipergunakan adanya fungsi akuntansi lingkungan sebagai alat manajemen bisnis yang akan digunakan oleh para manajer dan unit bisnis terkait.

#### b. Fungsi eksternal

Dengan adanya pengungkapan dari hasil pengukuran kegiatan pelestarian lingkungan, fungsi eksternal dapat memungkinkan perusahaan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan para *stakeholder*. Diharapkan bahwa hasil dari publikasi akuntansi lingkungan akan berfungsi baik sebagai alat bagi perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab mereka atas akuntabilitas kepada *stakeholder* dan secara bersamaan pula sebagai sarana untuk evaluasi yang tepat dari kegiatan pelestarian lingkungan.

### 2.1.5.4 Klasifikasi *Green Accounting*

Akuntansi lingkungan (*green accounting*) dapat diklasifikasikan dengan cara yang sama dengan akuntansi tradisional yaitu berdasarkan fungsinya atau target informasi yang dihasilkan. Dengan demikian, akuntansi lingkungan dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu<sup>31</sup>:

- a. Akuntansi manajemen lingkungan (*environmental manajemen accounting* (EMA)). Bidang akuntansi ini identik dengan akuntansi manajemen lingkungan yang menyediakan informasi bagi manajemen perusahaan.

---

<sup>30</sup> *Ibid*, h.140.

<sup>31</sup> Riska, Analisis Penerapan Akuntansi Lingkungan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makasar, Universitas Muhammadiyah Makasar, 2020, h.18-19.

- b. Akuntansi keuangan lingkungan (*environmental financial accounting* (EFA)). *United nation division for sustainable development* menyatakan, bahwa sebenarnya akuntansi lingkungan merupakan akuntansi manajemen yang lebih komprehensif serta menggunakan sudut pandang lingkungan untuk mengungkapkan biaya lingkungan yang selama ini tersembunyi dari laporan keuangan.

#### **2.1.5.5 Pentingnya *Green Accounting***

Penerapan *green accounting* dapat memberikan informasi tentang sejauh mana perusahaan memberikan kontribusi positif atau negatif terhadap kualitas hidup manusia dan lingkungan. Penerapan *green accounting* juga diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan, citra yang membawa kepercayaan pemangku kepentingan untuk mewujudkan bisnis jangka panjang<sup>32</sup>. Biaya lingkungan merupakan salah satu beberapa tipe biaya yang dikorbankan seperti halnya perusahaan memberikan barang atau jasa kepada konsumen (pelanggannya). Kinerja lingkungan merupakan salah satu dari beberapa ukuran penting keberhasilan perusahaan. Menurut Sudarno (2008) manajemen perlu memperhatikan biaya lingkungan dan kinerja lingkungan, antara lain<sup>33</sup>:

- a. Beberapa biaya lingkungan dapat dikurangi dan dihilangkan secara signifikan sebagai akibat dari keputusan bisnis, mulai dari pengubah operasi pergudangan, hingga berinvestasi dalam teknologi konsep yang lebih hijau, desain ulang proses atau produk.
- b. Biaya lingkungan misalnya biaya lingkungan yang berpotensi dapat dialihkan dalam akun biaya atau diabaikan.
- c. Terdapat beberapa perusahaan sudah menemukan bahwa biaya lingkungan dapat dibarengi dengan menghasilkan pendapatan melalui limbah yang dialihkan menjadi produk sampingan atau cadangan polusi atau lisensi teknologi untuk penambahan.

---

<sup>32</sup> Muhammad Hasyim Ashari & Yudhi Anggoro, *How is the implementation of green accounting in public hospital?*, *Journal of Islamic Accounting and Finance Research* ISSN 2715-0429 (print); 2714-8122 (online) Vol. 3 No. 1, 2021, h.131-154.

<sup>33</sup> Modul Akuntansi Lingkungan. <https://ocw.upj.ac.id>. Diakses tanggal 10 Juli 2021.



- d. Manajemen biaya lingkungan yang lebih baik dapat menghasilkan peningkatan kinerja lingkungan dan keuntungan kesehatan manusia yang signifikan serta manfaat dalam kesuksesan bisnis.
- e. Dengan biaya dan kinerja lingkungan, lingkungan dan produk dapat meningkatkan penerapan harga produk secara lebih tepat dan dapat membantu perusahaan dalam merancang produk dan layanan yang lebih ramah lingkungan dimasa mendatang.
- f. Keunggulan kompetitif atas pelanggan dapat dihasilkan dari ulasan, produk dan layanan yang dapat dijelaskan dalam lingkungan yang lebih baik.
- g. Akuntansi biaya dan kinerja lingkungan dapat mendukung pengembangan keseluruhan perusahaan dan pengelolaan lingkungan sistem operasi. Sistem seperti ini perlu segera ditetapkan bagi perusahaan yang telah melakukan perjanjian perdagangan internasional agar dapat memenuhi standar konvensi internasional ISO 14001.

#### 2.1.5.6 Indikator untuk Mengukur *Green Accounting*

Menurut Susenohaji (2003) dalam Desy (2017) biaya lingkungan adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan berhubungan dengan lingkungan yang ditimbulkan dan perlindungan yang dilakukan<sup>34</sup>. Pengukuran *green accounting* pada penelitian ini menggunakan biaya lingkungan dengan membandingkan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk kegiatan *corporate social responsibility* dengan laba bersih. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Hadi (2011) dan Babalola (2012) dalam Aida (2018). Rumus yang digunakan untuk pengukuran *green accounting* dengan biaya lingkungan adalah sebagai berikut:

$$\text{Biaya lingkungan} = \frac{\text{Cost}}{\text{Profit}}$$

Pengukuran *green accounting* dalam penelitian ini menggunakan rumus dari biaya lingkungan. Rumus biaya lingkungan memasukkan unsur *cost* yang berupa biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk kegiatan CSR dan *profit* atau laba perusahaan. *Green accounting* diukur menggunakan rumus dari biaya lingkungan

---

<sup>34</sup> Desy Mariani, Pengaruh Penerapan Green Accounting, Kepemilikan Saham Publik, Publikasi CSR terhadap Pengungkapan CSR dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di BEI, Jurnal Akuntansi dan Keuangan FEB Universitas Budi Luhur Vol. 6 No. 2, 2017, hal. 149-150

karena memberikan informasi paling baik dengan memasukkan unsur *cost* dan *profit* atau laba perusahaan<sup>35</sup>.

### 2.1.5.7 *Green Accounting* dalam Perspektif Islam

Islam telah memberikan pijakan norma dan etika yang jelas terhadap konsep lingkungan hidup (atau sering disebut alam dalam arti luas). Pada dasarnya dalam pengembangan lingkungan hidup adalah terpeliharanya keseimbangan antara alam, lingkungan hidup dan sosial. Keseimbangan tersebut dapat tercapai jika dalam kehidupan yang dijalani akal dan nafsu terkendali mengindahkan azas keseimbangan dan terhindar dari sikap merusak, seperti yang telah disebutkan dalam Al-Qu‘ran Surat Al Qasas ayat 77:

وَأَتَّبِعْ فِي مَآءِ أُمَّتِكَ اللَّهُ دَرَارَ الْآخِرَةِ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Artinya: “Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat dan janganlah kamu melupakan kebahagiaanmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.” (Q.S. Al Qasas: 77)

Dalam Islam aktivitas bisnis adalah bagian dari kewajiban keagamaan. Agama yang peduli terhadap lingkungan merupakan agama yang menuntun berperilaku arif terhadap pengelolaan dan penggunaan lingkungan kepada pemeluknya. Terkait dengan perhatian lingkungan, Fathurrahman dalam Syamsuri (2020) menjelaskan dalam pandangan Islam bahwa Islam mengajarkan kita untuk memperhatikan lingkungan dengan mulai dari menjaga dan menghindari tindakan yang berpotensi merusak lingkungan, serta menggunakan lahan dengan sebaik-

---

<sup>35</sup> Aida Meiyana, Pengaruh Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Intervening, Skripsi Fakultas Ekonomi universitas negeri Yogyakarta, 2018, h.28-32.

baiknya dan dengan semestinya<sup>36</sup>. Hal tersebut jelas terkandung dalam Surah Ar-Rum ayat 41.

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ ﴿٤١﴾

Artinya: “Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia; Allah menghendaki agar mereka merasakan sebagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar)”. (QS. Ar-Rum:41)

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa Islam sangat memberikan perhatian terhadap lingkungan. Allah memberikan peringatan kepada manusia bahwa terjadinya kerusakan lingkungan atau pencemaran lingkungan itu disebabkan oleh ulah manusia itu sendiri. Oleh karena itu, hendaklah manusia berhenti melakukan kerusakan dan segera kembali ke jalan yang benar dengan berbuat baik dan memberikan perhatian penuh terhadap lingkungan dengan menjaga dan melestarikannya.

Islam memandang manusia sebagai wakil Allah (*al khalifah*) Allah SWT di atas bumi dan secara eksplisit Al Qur'an menegaskan yang artinya: “*Sesungguhnya aku hendak menjadikan seorang wakil (khalifah) di muka bumi*” (QS. 2:30). Manusia adalah hamba Allah (Abd Allah) dan karenanya harus menaati-Nya, sebagai khalifah Allah manusia harus aktif di dunia, memelihara keharmonisan alam dan menyebar luaskan berkah dan karunia. Manusia juga dikenal sebagai makhluk sosial, makhluk yang cenderung untuk bermasyarakat, sehingga menjadi keharusan bagi manusia. Menerapkan sikap muslim dapat membuka kemungkinan memelihara kelestarian lingkungan hidup<sup>37</sup>. *Green accounting* mengimplementasikan menjaga lingkungan hidup ke dalam laporan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Adanya laporan CSR, *stakeholder* dapat mengetahui peran serta kontribusi perusahaan dalam hal kinerja lingkungan. Konsep *green accounting* perusahaan diharapkan memasukan biaya lingkungan pada laporan keuangan atau laporan tersendiri sebagai bagian dari pertanggungjawaban perusahaan kepada *stakeholder*.

<sup>36</sup> Syamsuri Rahim & Sari Fatimah Mus, Aktualisasi Ajaran Islam dalam Penerapan Akuntansi Lingkungan, Jurnal Akuntansi Multiparadigma Vol.11 No.3, 2020, h. 683-700

<sup>37</sup> Riska Salsabilah, Green Accounting dalam Konsep Rahmatan Lil Alamin, Skripsi Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Magelang, 2019, h.29-30.

## 2.1.6 Profitabilitas

### 2.1.6.1 Pengertian Profitabilitas

Tujuan perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan yang tinggi dan mensejahterakan pemilik modal. Sehingga pengukuran kinerja dengan menggunakan rasio profitabilitas menjadi sangat penting. Menurut Hery (2012) dalam Sanjaya & Rizky (2018), profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kompensasi finansial atas penggunaan aset atau ekuitas menjadi keuntungan (*profit*)<sup>38</sup>. Kemudian dalam buku Ikhsan dkk disebut bahwa rasio profitabilitas dapat menunjukkan kemampuan manajemen dalam menghasilkan laba dan merupakan hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dibuat oleh manajemen<sup>39</sup>. Menurut Kasmir (2010) dalam Saragih, menyatakan bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari laba. Rasio ini juga memberikan ukuran efektivitas pengelolaan suatu perusahaan<sup>40</sup>. Berdasarkan pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan *profit* dengan menggunakan sumber daya yang ada di dalam perusahaan itu sendiri.

Keuntungan atau *profit* dalam kegiatan operasional perusahaan merupakan unsur penting untuk menjamin keberlangsungan hidup perusahaan dimasa yang mendatang. Keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam bersaing di pasar. Setiap perusahaan mengharapkan keuntungan yang maksimal. Laba merupakan ukuran utama keberhasilan suatu perusahaan. Profitabilitas adalah hasil akhir dari beberapa kebijakan dan keputusan yang dibuat oleh perusahaan. Menurut Brigham (1993) menyatakan bahwa<sup>41</sup>:

*“Profitability is the net result of a large number of policies and decision. The ratio examined thus far reveal some interesting thing about the wry the firm operates, but the profitability ratio show the combined objects of liquidity, asset management, and debt management on operating mult”.*

---

<sup>38</sup> Surya Sanjaya & Muhammad Fajri Rizky, Analisis Profitabilitas Dalam Menilai Kinerja Keuangan Pada PT. Taspen (Persero) Medan, Jurnal *KITABAH*: Volume 2. No. 2, 2018, h. 6–10.

<sup>39</sup> A. Ikhsan, L. Safrida, P. Dewi Kemala, I. Abdullah, Kusmilawati & H. Dalimunthe, *Analisa Laporan Keuangan*. Medan: Madenatera, 2018, h.117.

<sup>40</sup> F. Saragih, Kinerja Keuangan Perusahaan Pada PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan. *Jurnal Ekonomikawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 2016, h.57–68.

<sup>41</sup> Brigham, Eugene F. dan Joe F Houston. *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Erlanga, 2010, h. 79.

Yang berarti bahwa profitabilitas perusahaan merupakan salah satu landasan penilaian kondisi dari suatu perusahaan, karena itu diperlukan suatu analisis untuk bisa menilainya. Alat analisis yang dimaksud adalah rasio-rasio keuangan. Rasio profitabilitas mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dan investasi.

Profitabilitas dapat didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Profitabilitas dibagi menjadi lima kelompok untuk menilai kinerja keuangan perusahaan. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mempengaruhi harga saham. Profitabilitas pada suatu perusahaan dapat diukur dengan cara menghubungkan laba atau *profit* yang diperoleh dari kegiatan utama perusahaan dengan aset yang dimiliki untuk menghasilkan *profit* perusahaan. Semakin tinggi nilai profitabilitas maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

#### **2.1.6.2 Tujuan Profitabilitas**

Dalam rasio profitabilitas, tentunya memiliki tujuan. Menurut Ikhsan et.al (2018) rasio profitabilitas bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, baik dalam kaitannya dengan penjualan, aset, maupun modal sendiri. Menurut Kasmir (2008) dalam Sanjaya & Rizky (2016), tujuan penggunaan profitabilitas bagi perusahaan dan bagi pihak diluar perusahaan adalah:

- a. Untuk mengukur atau menghitung keuntungan yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode tertentu
- b. Untuk menilai posisi profitabilitas perusahaan pada tahun sebelumnya dengan tahun berjalan
- c. Untuk menilai perkembangan *profit* dari waktu ke waktu
- d. Untuk mengukur produktifitas semua dana perusahaan digunakan baik modal sendiri maupun pinjaman
- e. Untuk mengukur produktifitas semua dana perusahaan yang digunakan.

### 2.1.6.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi nilai profitabilitas, selain pendapatan dan beban, modal kerja, pemanfaatan asset, baik aset lancar maupun aset tetap, kepemilikan ekuitas, dan lain-lain. Syamsudin (2009) dalam Saragih (2016), faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas adalah:

- a. Volume penjualan
- b. Total aktiva
- c. Modal sendiri

Ketiga faktor tersebut memungkinkan seorang analis untuk mengevaluasi tingkat pendapatan yang dalam kaitannya dengan volume penjualan, total aset dan investasi tertentu dari pemilik perusahaan tersebut. Disini lebih menekankan pada profitabilitas karena untuk dapat menjalankan aktivitas perusahaannya, suatu perusahaan harus dalam keadaan menguntungkan.

### 2.1.6.4 Indikator Profitabilitas

Ada beberapa indikator dalam profitabilitas yang dapat digunakan. Setiap indikator profitabilitas digunakan untuk menilai dan mengukur posisi keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu atau untuk beberapa periode laporan keuangan. Menurut James C Van Horne dalam buku Kasmir (2015), analisis rasio keuangan adalah indeks yang menghubungkan dua angka akuntansi dan diperoleh dengan membagi satu angka dengan angka lainnya<sup>42</sup>.

Rasio profitabilitas menurut Sanjaya adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Indikator profitabilitas meliputi:

- a. *Net Profit Margin* adalah rasio yang digunakan untuk menghitung sejauh mana kemampuan dalam menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. NPM dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

$$\text{NPM} = \frac{\text{lab a bersih}}{\text{penjualan}}$$

---

<sup>42</sup> Kasmir. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Rajawali Pers, 2008, h.104.

- b. *Return On Asset* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat asset tertentu. ROA dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

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

- c. *Return On Equity* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan modal saham tertentu. ROE dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

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

- d. *Gross profit Margin* adalah rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan melahirkan laba yang akan menutupi biaya-biaya tetap atau biaya operasi lainnya. GPM dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

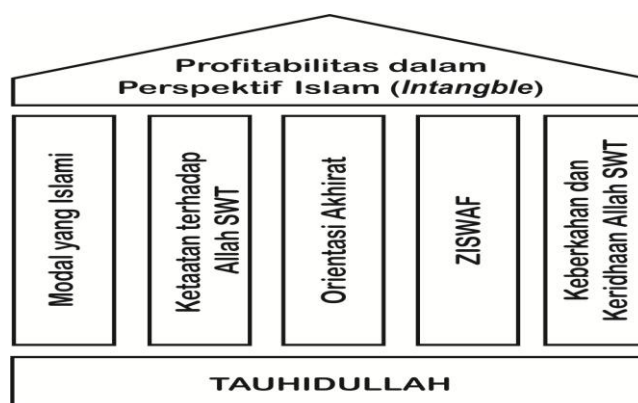
$$GPM = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan}}$$

### 2.1.6.5 Profitabilitas dalam Perspektif Islam

Profitabilitas dalam perspektif Islam adalah paradigma profitabilitas bukanlah hanya sebuah materi. Terdapat konsep yang akan dibuat dalam bentuk gambar 2.1 Konsep ini menjelaskan bagaimana profitabilitas dalam perspektif Islam dikonstruksi<sup>43</sup>.

Gambar 2.1

#### Konsep Profitabilitas dalam Perspektif Islam



<sup>43</sup> Putri Pratama & Jaharuddin, Rekonstruksi Konsep Profitabilitas dalam Perspektif Islam, IKRAITH-HUMANIORA Vol. 2 No. 2, 2018, h. 107.

Konsep gambar tersebut memiliki berbagai aspek-aspek yang akan dijabarkan berikut ini:

1. Tauhidullah

Dalam pencapaian suatu profitabilitas diperlukan keimanan terhadap Allah SWT agar semua proses berjalan sesuai dengan syariah Allah SWT.

2. Modal yang Islami

Modal Islami adalah modal materi dan non materi. Modal materi atau uang yang kita dapatkan dari jalan yang halal sesuai yang diperintahkan oleh Allah SWT. Dalam hal ini wajib untuk menghindari riba. Yang kedua adalah modal non materi, modal tersebut yang tidak terlihat, tidak bisa dihitung tetapi dampaknya besar.

3. Ketaatan Terhadap Allah SWT

Dalam hal pengelolaan ini lah wajib taat kepada Allah SWT, mengikuti perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya. Karena dalam mengelola harta juga terdapat ramburambu yang tidak boleh diterjang.

4. Orientasi Akhirat

Harta merupakan alat untuk beribadah, yang berarti harta termasuk ikhtiar umat Muslim dalam mencapai akhirat Allah SWT. Oleh karena itu, jangan jadikan harta hanya sebagai kesenangan sesaat dan semata-mata sebagai penumpukan harta di dunia. Tetapi orientasikan kepada akhirat untuk mencapai profitabilitas yang Islami.

5. ZISWAF

Dalam mencapai suatu profitabilitas yang Islami, wajiblah kita untuk meredistribusi. ZISWAF tadi lah yang dimaksud sebagai redistribusi.

6. Keberkahan dan Keridhaan Allah SWT

Profitabilitas Islam bukan hanya dihitung dari materi saja, tetapi keberkahan dan keridhaan Allah SWT yang utama. Untuk apa umat Muslim memiliki harta di dunia, tetapi tidak mendapatkan keberkahan dan keridhaan Allah SWT. Hal ini lah yang dimiliki umat Muslim.



## 7. Profitabilitas dalam Perspektif Islam (*Intangible*)

Dalam hal ini terbukti bahwa, profitabilitas dalam perspektif Islam mempunyai dua aspek. Yaitu aspek materi dan non materi. Dalam aspek materi, bahwa Muslim yang hidup di dunia masih membutuhkan materi dalam kehidupan, karena materi tersebut dapat digunakan menjadi sarana atau alat dalam beribadah kepada Allah dan mencapai akhirat Allah SWT. Disamping aspek materi, juga terdapat aspek non materi yang merupakan suatu kebutuhan yang lebih penting. Aspek non materi ini lah yang bersifat *intangible*, tidak dapat dilihat, tidak dapat dihitung tetapi besar manfaatnya. Dalam hal ini, Insya Allah kita mendapatkan keberkahan dan keridhaan Allah SWT dengan tujuan akhirat, tempat kekal umat manusia kelak.

### 2.1.7 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

#### 2.1.7.1 *Pengertian Corporate Social Responsibility*

Pengertian dari *Corporate Social Responsibility (CSR)* telah dikemukakan oleh banyak pakar. Diantaranya adalah definisi yang dikemukakan oleh Darwin (2004) dalam Candra (2011) mendefinisikan CSR sebagai mekanisme bagi suatu perusahaan untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab perusahaan dibidang hukum. Tanggung jawab sosial secara lebih sederhana dapat dikatakan sebagai timbal balik perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya karena perusahaan telah mengambil keputusan atas masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Proses pengambilan keuntungan tersebut perusahaan sering kali menimbulkan kerusakan lingkungan dan dampak sosial lainnya.

Filsuf Jerman Hans Jonas mendefinisikan konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam *Prinzip verantwortung versuch einer ethic der technischen Zivilisation* (1979). Dia berpendapat bahwa perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan telah membentuk tanggung jawab untuk kemanusiaan daripada yang terjadi sebelumnya. Hal ini karena teknologi peradaban dan ilmiah memiliki begitu banyak kekuatan untuk merusak bumi. Menurut Hans Jonas, etika tanggung jawab atau CSR bukan hanya tentang menghormati manusia yang sebenarnya ada, tetapi juga hubungan antara tanggung jawab dan keberlanjutan, dalam arti bahwa

tanggung jawab menyiratkan kewajiban untuk menjamin bahwa manusia akan terus ada. Prinsip tanggung jawab adalah mutlak, prinsip kategoris bagi individu untuk memastikan keberlanjutan bumi<sup>44</sup>.

Konsep tanggung jawab ontologis dan kategoris ini dikatakan sebagai landasan bagi konsep tanggung jawab sosial perusahaan. Ini tidak hanya mencakup tanggung jawab individu tetapi juga dapat merujuk pada tanggung jawab intitusional perusahaan sebagai aktor moral. Tanggung jawab secara etis atas tindakan, strategi dan kebijakan. Kita dapat mendefinisikan strategi manajemen berbasis nilai sebagai dasar untuk struktur pengambilan keputusan perusahaan yang menanamkan budaya tanggung jawab dalam perusahaan. Dalam penelitian ini, tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya dipahami sebagai “*enlightened self-interest*” atau kepentingan pribadi yang tercerahkan, berdasarkan ekonomi kekhawatiran untuk pengembalian yang lebih tinggi, tetapi juga dipahami berdasarkan pandangan perusahaan sebagai warga negara yang baik dengan hak dan kewajiban terhadap masyarakat.

Nuryana (2005) dalam Candra (2011) memberikan definisi CSR sebagai sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) berdasarkan prinsip sukarela dan kemitraan. Sedangkan menurut Schermerhon (1993) dalam Candra (2011), memberikan definisi CSR sebagai bentuk kepedulian suatu perusahaan bisnis untuk bertindak dengan cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan perusahaan dan kepentingan perusahaan publik<sup>45</sup>.

Selain itu terdapat beberapa definisi yang berpengaruh diantaranya:

Versi WBCSD (*World Business Council for Sustainable Development*)<sup>46</sup>:

*“The continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of work life of workforce and their families as well as of the local community and social large”.*

---

<sup>44</sup> Jacob Dahl Rendtorff, *Philosophy of Management and Sustainability: Rethinking Business Ethics and Social Responsibility in Sustainable Development*, Emerald Publishing Limited, 2019, h. 43–52.

<sup>45</sup> Danu Candra Indrawan, ... h. 16-18.

<sup>46</sup> Adi Chandra Berampu & Ivanovich Agusta, *The Benefits of Community Participation in Waste Management Program*, *Jurnal Penyuluhan Institut Pertanian Bogor* Vol. 11 No. 2, 2015, h. 116.

Yang berarti bahwa definisi CSR adalah komitmen bisnis yang berkelanjutan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kualitas kehidupan kerja karyawan dan kerja mereka dan komunitas lokal dan masyarakat yang luas.

Versi Bank Dunia (*World Bank*)<sup>47</sup>:

*"CSR is the commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development".*

Yang berarti bahwa definisi CSR adalah komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi perkembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan karyawan dan perwakilannya, komunitas lokal dan masyarakat yang luas untuk meningkatkan kualitas hidup, melalui jalan bisnis dan perkembangan yang baik.

Di Indonesia, *Corporate Social Responsibility* merupakan serangkaian kegiatan pameran, seminar, diskusi, *social event* yang berkaitan dengan berbagai upaya tanggung jawab sosial korporasi kepada masyarakat dan lingkungan yang bertujuan sebagai ajang penyebarluasan informasi mengenai prestasi dan kinerja korporasi dalam program tanggung jawab sosial perusahaan dan pemberdayaan masyarakat.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut elemen-elemen CSR dapat dirangkum sebagai aktivitas perusahaan dalam mencapai keseimbangan atau integrasi antara aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial tanpa mengesampingkan ekspektasi para pemegang saham (menghasilkan *profit*).

#### **2.1.7.2 Prinsip-Prinsip Dasar *Corporate Social Responsibility***

Prinsip-prinsip dasar CSR yang menjadi penting bagi pelaksanaan yang menjiwai atau menjadi informasi dalam pembuatan keputusan menurut ISO 26000 dalam Candra (2011) meliputi:

- a. Kepatuhan terhadap hukum

---

<sup>47</sup> Budi Gautama Siregar, PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAMPANDANGAN ISLAM, JURIS Volume 14, Nomor 2, 2015, h. 142.

- b. Menghormati instrument atau badan-badan internasional
- c. Menghormati stakeholder dan kepentingannya
- d. Akuntabilitas
- e. Transparasi
- f. Perilaku yang beretika
- g. Melakukan tindakan pencegahan
- h. Menghormati dasar-dasar HAM.

Perusahaan selain menerapkan CSR juga perlu melakukan pengungkapan (*disclosure*) atas aktivitas CSR yang dilakukan kepada *stakeholder*. Penerapan CSR adalah suatu perbuatan perusahaan untuk menerapkan kegiatan CSR, sedangkan pengungkapan yang menurut Candra merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan dan secara teknis merupakan langkah akhri dalam proses akuntansi, yaitu penyajian informasi dalam bentuk statemen keuangan.

### **2.1.7.3 Manfaat *Corporate Social Responsibility***

*Gross Profit Margin* adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang akan menutupi biaya tetap atau biaya operasional lainnya. *Margin* laba kotor diungkapkan menurut Daniri (2008) dalam Candra (2011) ada dua hal yang mendorong perusahaan untuk melaksanakan CSR yaitu dari luar perusahaan dan dari dalam perusahaan. Termasuk kategori penggerak eksternal, misalnya adanya regulasi, undang-undang, dan wajib analisis mengenai dampak lingkungan (Amdal). Pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup telah melaksanakan audit dalam Program Penilaian Peningkatan Kinerja Perusahaan. Dorongan dari dalam perusahaan terutama berasal dari perilaku manajemen dan pemilik perusahaan (*stakeholder*), termasuk juga tingkat kepedulian atau tanggung jawab perusahaan untuk membangun masyarakat sekitar (*community development responsibility*).

Dalam melaksanakan tanggungjawab sosialnya, perusahaan memusatkan perhatiannya pada tiga hal, yaitu *profit*, lingkungan dan masyarakat. Dengan keuntungan, perusahaan dapat memberikan dividen kepada pemegang saham, mengalokasikan sebagian dari keuntungan yang diperoleh untuk membiayai

pertumbuhan dan mengembangkan bisnis di masa depan, dan membayar pajak kepada pemerintah.

Dengan melestarikan lingkungan sekitar, perusahaan dapat berpartisipasi dalam upaya pelestarian lingkungan guna menjaga kualitas hidup manusia dalam jangka panjang. Perusahaan juga mengambil bagian dalam kegiatan penanggulangan bencana. Penanggulangan bencana disini tidak hanya memberikan bantuan kepada korban bencana, tetapi juga turut serta dalam upaya pencegahan bencana dan meminimalisir dampak bencana melalui upaya pelestarian lingkungan sebagai Langkah preventif untuk meminimalisir bencana. Perhatian kepada masyarakat dapat dilakukan dengan melakukan kegiatan dan membuat kebijakan yang dapat meningkatkan kompetensi di berbagai bidang, seperti pemberian beasiswa bagi mahasiswa di sekitar perusahaan, pendirian fasilitas Pendidikan dan Kesehatan, serta penguatan ekonomi masyarakat.

Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar dalam jangka panjang. Kotler et.al (2005) dalam Candra (2011) menjelaskan bahwa banyak manfaat yang dapat diperoleh dari kegiatan CSR. Manfaat CSR adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan penjualan dan pangsa pasar (*market share*)
- b. Memperkuat posisi merek (*brand positioning*)
- c. Meningkatkan citra perusahaan
- d. Biaya operasioanal yang lebih rendah
- e. Meningkatkan daya tarik perusahaan dimata investor dan analisis keuangan.

Dengan menerapkan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa syukur masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Kondisi demikian suatu saat dapat memberikan keuntungan ekonomi-bisnis bagi perusahaan yang bersangkutan. CSR tidak harus dilihat sebagai tuntutan represif dari masyarakat, tetapi sebagai kebutuhan dunia usaha.

#### 2.1.7.4 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Hery (2016) pengungkapan CSR adalah pengungkapan yang sering disebut dengan *social disclosure*, *corporate social reporting*, atau *social accounting* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi perusahaan terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan<sup>48</sup>. Menurut Kartini (2013) definisi CSR adalah cara memberikan informasi dan pertanggung jawaban dari perusahaan terhadap *stakeholder*. Hal ini juga merupakan salah satu cara untuk mendapatkan, mempertahankan serta meningkatkan legitimasi *stakeholder*<sup>49</sup>.

Pengungkapan CSR diukur berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI). Untuk penelitian ini indikator yang digunakan hanyalah tiga kategori, yaitu:

a. Indikator kinerja ekonomi

Dimensi ekonomi menyangkut keberlangsungan perusahaan berdampak pada kondisi dari *stakeholder* dan sistem ekonomi pada tingkat lokal, nasional, dan tingkat global. Indikator ekonomi menggambarkan arus modal diantara berbagai pemangku kepentingan serta dampak ekonomi utama dari organisasi seluruh masyarakat. Kinerja keuangan merupakan hal yang mendasar untuk memahami perusahaan dan keberlanjutannya. Akan tetapi, informasi ini biasanya sudah dilaporkan dalam laporan keuangan.

b. Lingkungan

Dimensi lingkungan menyangkut keberlanjutan perusahaan berdampak pada kehidupan di dalam sistem alam, termasuk ekosistem, tanah, udara dan air. Indikator kinerja lingkungan terkait dengan input (bahan, energi, air) dan output (emisi atau gas, limbah sungai, limbah kering atau sampah). Selain itu, kinerja mereka mencakup kinerja yang berkaitan dengan keanekaragaman hayati, kepatuhan lingkungan dan informasi yang berkaitan lainnya seperti limbah lingkungan dan dampak dari produk dan jasa.

---

<sup>48</sup> Hery. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Bumi Aksara, 2016, h.143.

<sup>49</sup> Dwi Kartini. *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi Indonesia*. Bandung: Refika Aditama, 2013, h.56.

c. Sosial

Dimensi sosial menyangkut keberlanjutan sebuah perusahaan telah berdampak di dalam sistem sosial yang beroperasi. Indikator kinerja sosial GRI mengidentifikasi kunci aspek kinerja yang meliputi praktek perburuhan atau tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat atau sosial, dan tanggung jawab produk. Indikator kinerja sosial mencakup empat indikator yang terdiri dari indikator kinerja tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial atau kemasyarakatan, dan produk.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 91 item pengungkapan yang terdiri dari indikator ekonomi 9 item, lingkungan 34 item, tenaga kerja 16 item, hak asasi manusia 12 item, sosial 11 item, dan produk 9 item dengan nilai maksimum pengungkapan 1. Peneliti menggunakan GRI dikarenakan lebih komprehensif dalam menilai aktivitas CSR suatu perusahaan dengan menggunakan 3 fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial. Rincian dari indikator pengungkapan sosial dapat dilihat pada lampiran 1. Karena sedikitnya perusahaan di Indonesia yang melaporkan kinerja ekonomi, sosial dan lingkungannya dalam bentuk *sustainability reporting*, maka dalam penelitian ini hanya terbatas pada data-data yang terdapat dalam laoran tahunan perusahaan.

Penghitungan CSR dilakukan dengan menggunakan pendekatan *dummy*, yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Menurut Suhartati dkk (2011) perhitungan CSR adalah sebagai berikut<sup>50</sup>:

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

Keterangan:

CSRI = *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan j

X<sub>ij</sub> = *Dummy Variabel*

1 = Jika item *i* diungkapkan; 0 = Jika item *i* tidak diungkapkan

n = Jumlah keseluruhan item

---

<sup>50</sup> Titi Suhartati dkk. *Pengaruh Pengungkapan Tanggungjawab Sosial dan Praktik Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Vol.10 No.2, 2011, Hal 97.

### 2.1.7.5 Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Perspektif Islam

Dalam konteks ini, maka CSR dalam perspektif Islam adalah praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara islami. Perusahaan memasukan norma-norma agama islam yang ditandai dengan adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam operasinya. Dengan demikian, praktik bisnis dalam kerangka CSR Islami mencakup serangkaian kegiatan bisnis dalam bentuknya. Meskipun tidak dibatasi jumlah kepemilikan barang, jasa serta profitnya, namun cara-cara untuk memperoleh dan pendayagunaannya dibatasi oleh aturan halal dan haram oleh syariah. CSR dalam perspektif Islam menurut AAOIFI yaitu segala kegiatan yang dilakukan institusi finansial Islam untuk memenuhi kepentingan religius, ekonomi, hukum, etika, dan *discretionary responsibilities* sebagai lembaga finansial intermediari baik bagi individu maupun institusi<sup>51</sup>.

Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Baqarah:177:

لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ  
وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ السَّبِيلِ  
وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ  
وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ ﴿١٧٧﴾

Artinya: “Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi Sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari Kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. mereka Itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka Itulah orang-orang yang bertakwa”. (QS. Al Baqarah:177)

<sup>51</sup> Gustadi, Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Perspektif Islam, Karya Tulis Keuangan, 2012, <https://www.gustani.id/2012/11/corporate-social-responsibility-csr.html>, Diakses tanggal 30 Desember 2021.



Dari ayat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa Islam adalah agama yang mengedepankan pentingnya nilai-nilai sosial di masyarakat ketimbang hanya sekedar menghadapkan wajah kita ke barat dan ke timur dalam shalat. Tanpa mengesampingkan akan pentingnya shalat dalam Islam, Al Quran mengintegrasikan makna dan tujuan shalat dengan nilai-nilai sosial. Di samping memberikan nilai keimanan berupa iman kepada Allah SWT, Kitab-Nya, dan Hari Kiamat, Al Quran menegaskan bahwa keimanan tersebut tidak sempurna jika tidak disertai dengan amalan-amalan sosial berupa kepedulian dan pelayanan kepada kerabat, anak yatim, orang miskin, dan musafir serta menjamin kesejahteraan mereka yang membutuhkan.

Menurut Islam, CSR yang dilakukan harus bertujuan untuk menciptakan kebajikan yang dilakukan bukan melalui aktivitas-aktivitas yang mengandung unsur riba, melainkan dengan praktik yang diperintahkan Allah berupa zakat, infak, sedekah, dan wakaf. CSR juga harus mengedepankan nilai kedermawanan dan ketulusan hati. Perbuatan ini lebih Allah cintai dari ibadah-ibadah *mahdhah*. Praktik CSR dalam Islam menekankan pada etika bisnis islami. Operasional perusahaan harus terbebas dari berbagai modus praktik korupsi (*fight against corruption*) dan memberi jaminan layanan maksimal sepanjang ranah operasionalnya, termasuk layanan terpercaya bagi setiap produknya (*provision and development of safe and reliable products*). Hal ini yang secara tegas tercantum dalam Al-Quran. Allah SWT berfirman:

وَإِلَىٰ مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا قَالَ يٰقَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُم مِّنْ إِلَٰهٍ غَيْرُهُ ۖ قَدْ جَاءَتْكُم بَيِّنَةٌ مِّن رَّبِّكُمْ ۖ فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا ۗ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُمْ مُّؤْمِنِينَ ﴿٨٥﴾

Artinya: “Dan (Kami telah mengutus) kepada penduduk Madyan saudara mereka, Syu’aib. Ia berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada Tuhan bagimu selain-Nya. Sesungguhnya telah datang kepadamu bukti yang nyata dari Tuhanmu. Maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang-barang takaran dan timbangannya, dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi sesudah Tuhan memperbaikinya. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika betul-betul kamu orang-orang yang beriman” (QS. al-A’raf ayat 85).

Selain menekankan pada aktivitas sosial di masyarakat, Islam juga memerintahkan praktik CSR pada lingkungan. Lingkungan dan pelestariannya merupakan salah satu inti ajaran Islam. Prinsip-prinsip mendasar yang membentuk filosofi kebajikan lingkungan yang dilakukan secara holistik oleh Nabi Muhammad SAW adalah keyakinan akan adanya saling ketergantungan di antara makhluk ciptaan Allah. Karena Allah SWT menciptakan alam semesta ini secara terukur, baik kuantitatif maupun kualitatif (dalam QS. Al Qamar: 49) dan dalam kondisi yang seimbang (dalam QS. Al hadid:7). Sifat saling ketergantungan antara makhluk hidup adalah sebuah fitrah dari Allah SWT. Dari prinsip ini maka konsekuensinya adalah jika manusia merusak atau mengabaikan salah satu bagian dari ciptaan Allah SWT, maka alam secara keseluruhan akan mengalami penderitaan yang pada akhirnya juga akan merugikan manusia. Allah SWT berfirman: *“Telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar.”* (QS. Ar Rum:41)

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa Islam telah mengatur dengan begitu jelas tentang prinsip-prinsip dasar yang terkandung dalam CSR, padahal isu CSR baru dimulai pada abad ke-20. Bahkan dalam berbagai *code of conduct* yang dibuat oleh beberapa lembaga, Islam telah memberikan penjelasan terlebih dahulu. Misalnya, dalam draft ISO 26000, *Global Reporting Initiatives* (GRI), *UN Global Compact*, *International Finance Corporation* (IFC), dan lainnya telah menegaskan berbagai instrumen indikator bagi pelaksanaan komitmen CSR perusahaan demi pemenuhan target pembangunan berkelanjutan seperti isu lingkungan hidup, hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, perlindungan konsumen, tata kelola perusahaan, praktik operasional yang adil, dan pengembangan masyarakat. Dan bila ditilik lebih lanjut, sebenarnya prinsip-prinsip tersebut merupakan representasi berbagai komitmen yang dapat bersinergi dengan pengamalan prinsip kehidupan Islami.

## 2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 2.1

### Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul Penelitian	Independen (X)	Dependen (Y)	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
P.P Dewi & I.P Edward Narayana (2020)	Implementasi <i>Green Accounting</i> , profitabilitas dan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan	<i>Green Accounting</i> , Profitabilitas dan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Nilai Perusahaan	Kuantitatif. Regresi berganda.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Green accounting</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</li> <li>2. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>3. <i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> </ol>
Catur Muhammad Erlangga & Achmad Fauzi, Ati Sumiati (2021)	Penerapan <i>Green Accounting</i> dan <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas	<i>Green Accounting</i> dan <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> (CSR D). Profitabilitas sebagai <i>Intervening</i>	Nilai Perusahaan	Kuantitatif. Regresi linear sederhana dan berganda.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Green Accounting</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</li> <li>2. <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> (CSR D) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</li> </ol>

					3. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
Puspita Maharani & Susi Handayani (2021)	Pengaruh <i>Green Accounting</i> pada Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan	<i>Green Accounting</i>	Nilai perusahaan	Kuantitatif. <i>Regression standardiz ed residual</i>	<i>Green Accounting</i> memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan kearah positif.
Hilda Choerunisa h & Sundari (2020)	Pengaruh <i>Green Accounting</i> , Kinerja Lingkungan dan pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderating pada perusahaan manufaktur.	<i>Green Accounting</i> , Kinerja Lingkungan, pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Kebijakan Dividen	Nilai Perusahaan	Kuantitatif. Regresi berganda.	1. <i>Green Accounting</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan
Mita Kurnia Rizki, Ratno Agriyanto & Dessy Noor Farida (2019)	<i>The effect of sustainability report and profitability on company value: evidence from Indonesia sharia shares</i>	laporan keberlanjutan dan profitabilitas	Nilai perusahaan	Kuantitatif. Regresi linier berganda.	Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
Ni Luh Laksmi Rahmantari (2021)	Pengaruh <i>Corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan farmasi yang	<i>Corporate Social Responsibility</i> , Ukuran perusahaan, Profitabilitas.	Nilai Perusahaan	Kuantitatif. Regresi analisis.	1. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. Profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

	terdaftar di BEI				
Ihwan Sunaryo, Bambang Widarno & Suharno (2018)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel Moderating.	<i>Corporate Social Responsibility</i> dan Profitabilitas.	Nilai Perusahaan.	Kuantitatif. Regresi linear berganda.	1. <i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
Annisa Fitri Gea & Debby Chyntia Ovami (2020)	Pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industry barang konsumsi yang terdaftar di BEI	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Nilai Perusahaan	Kuantitatif. Regresi linear sederhana.	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
Vincent Loekito & Loh Wenny Setiawati (2021)	Analisis pengaruh CSR, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI	<i>Corporate social Responsibility</i> (CSR), Ukuran perusahaan, dan Profitabilitas	Nilai Perusahaan	Kuantitatif. Regresi linear berganda.	1. CSR tidak berpengaruh kepada nilai perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan
Jeinab Kurniasari & Yane Devi Anna (2019)	Pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), Profitabilitas dan Ukuran perusahaan	Nilai Perusahaan	Kuantitatif. Regresi analisis.	1. CSR berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
Christiana Warouw,	<i>The influences of capital turnover</i>	Perputaran Modal	Nilai Perusahaan	Kuantitatif. Regresi	Profitabilitas tidak berpengaruh

Sintje Nangoy & Ivonne S. Saerang (2016)	<i>and profitability to the company value of the pharmaceutical on Indonesia stock exchange.</i>	kerja dan Profitabilitas		linear berganda.	terhadap nilai perusahaan.
Rizki Antika	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Solvabilitas dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Farmasi yang terdaftar di BEI Periode 2015-2018	Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Solvabilitas dan Profitabilitas	Nilai Perusahaan	Kuantitatif. Regresi linear sederhana dan berganda.	Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
Oei Hanna Permatasari (2018)	Analisis Pengaruh Likuiditas, leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI	Likuiditas, Leverage, dan Profitabilitas	Nilai Perusahaan	Kuantitatif regresi linier berganda	Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
Ni Komang yulan Surmadewi & I Dewa Gede Dharma Saputra (2019)	Pengaruh likuiditas, leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi	Likuiditas, Leverage, dan Profitabilitas	Nilai Perusahaan	Kuantitatif regresi linier berganda	Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
Eka Dela Oktiwiati & Mafizatun Nurhayati (2020)	Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan (Pada Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)	Profitabilitas, Struktur Modal, dan Keputusan Investasi	Nilai Perusahaan	Kuantitatif. Regresi data panel.	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Febby Nuraudita Suryana & Sri Rahayu (2018)	Pengaruh <i>Leverage</i> , Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016)	<i>Leverage</i> , Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan	Nilai Perusahaan	Kuantitatif. Regresi data panel.	Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
Betharia Simanjuntak (2020)	Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan yang tergabung dalam indeks Sri Kehati yang terdaftar di BEI (2009 - 2018)	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan profitabilitas sebagai <i>Intervening</i>	<i>Corporate Value</i>	Kuantitatif. Regresi data panel.	1. CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

### 2.3 Kerangka Pemikiran

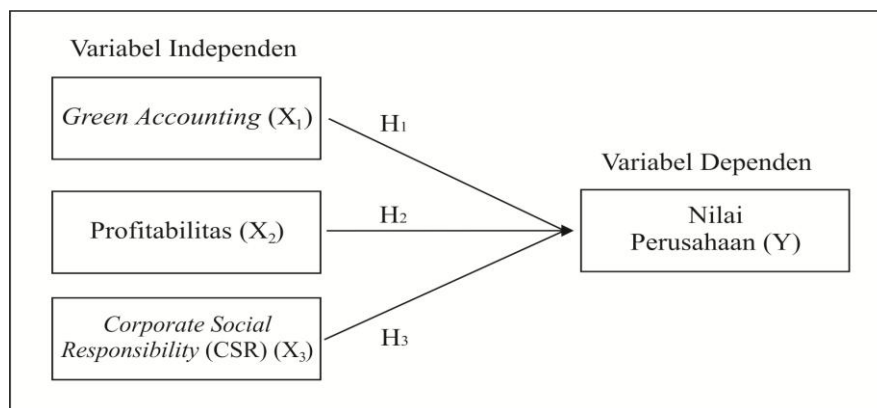
Kerangka pemikiran dalam penelitian ini terbetuk dari hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Uma Sekaran (1992) dalam Sugiyono (2015) berpendapat bahwa kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting sehingga patut untuk diteliti<sup>52</sup>. Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan diatas, maka terbentuklah kerangka pemikiran dari penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *green accounting*, profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

<sup>52</sup> Sugiyono, Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2015.

Dalam penelitian ini dapat digambarkan bagaimana hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan, sementara variabel independent dalam penelitian ini adalah *green accounting* (X<sub>1</sub>), profitabilitas (X<sub>2</sub>), dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X<sub>3</sub>). Berikut merupakan gambaran kerangka pemikiran dalam penelitian ini:

Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran Penelitian



## 2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah dalam penelitian, dimana rumusan masalah tersebut telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Hipotesis dalam penelitian ini diajukan menurut rumusan masalah penelitian, sebagai berikut:

### 2.4.1 Pengaruh *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan

Akuntansi lingkungan atau *green accounting* menurut Bell dan Lehman dalam Rohmawati (2013) merupakan akuntansi yang didalamnya terdapat suatu proses mengidentifikasi, mengukur, menilai, dan mengungkapkan biaya-biaya yang terkait dengan aktivitas pada perusahaan yang mempunyai hubungan dengan lingkungan.

*Green accounting* adalah suatu konsep yang baru dalam akuntansi yang mendukung pada gerakan hijau di perusahaan dengan cara mengenali, mengkualifikasi, mengukur, dan menutup kontribusi terhadap lingkungan hidup pada proses bisnis. Konsep *green accounting* ini apabila diterapkan dalam waktu jangka panjang merupakan program untuk penghematan biaya produksi, sehingga bisa mengurangi beban operasional pada perusahaan. Melalui penerapan konsep *green accounting* ini pula diharapkan lingkungan



akan terjaga kelestariannya, karena perusahaan secara sukarela akan mematuhi kebijakan pemerintah dimana perusahaan mendirikan dan menjalankan bisnisnya.

Penelitian sebelumnya tentang *green accounting* pernah dilakukan oleh Puspita Maharani (2021) yang menyimpulkan bahwa *green accounting* memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan kearah positif. Penelitian lain yang sejalan dengan penelitian tersebut adalah Catur Muhammad (2021) dan Dewi (2020) menemukan bahwa *green accounting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Atas dasar pemaparan diatas, maka hipotesis yang diturunkan adalah:

H<sub>1</sub>: *green accounting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

#### **2.4.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Keuntungan atau *profit* dalam kegiatan operasional perusahaan merupakan unsur penting untuk menjamin keberlangsungan hidup perusahaan dimasa yang akan datang. Keberhasilan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam bersaing di pasar. Setiap perusahaan mengharapkan keuntungan yang maksimal. Laba merupakan ukuran utama keberhasilan suatu perusahaan. Menurut Brigham (1993) menyatakan profitabilitas perusahaan merupakan salah satu landasan penilaian kondisi dari suatu perusahaan, karena itu diperlukan suatu alat analisis untuk bisa menilainya. Alat analisis yang dimaksud adalah rasio-rasio keuangan. Rasio profitabilitas mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dan investasi.

Profitabilitas dapat didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Profitabilitas dibagi menjadi lima kelompok untuk menilai kinerja keuangan perusahaan. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mempengaruhi harga saham. Profitabilitas pada suatu perusahaan dapat diukur dengan cara menghubungkan laba atau *profit* yang diperoleh dari kegiatan utama perusahaan dengan aset yang dimiliki untuk menghasilkan *profit* perusahaan. Semakin tinggi nilai profitabilitas maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

Penelitian yang dilakukan oleh Vincent Loekito dan Loh Wenny (2021) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan. Penelitian lain yang sejalan dengan penelitian tersebut adalah Ihwan Sunaryo (2018) dan Ni Komang (2019)

juga mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Atas dasar paparan diatas, maka hipotesis yang diturunkan adalah:

H<sub>2</sub>: profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

### **2.4.3 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan**

Nuryana (2005) dalam Candra (2011) memberikan definisi CSR sebagai sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) berdasarkan prinsip sukarela dan kemitraan. Sedangkan menurut Schermerhon (1993) dalam Candra (2011) memberikan definisi CSR sebagai bentuk kepedulian suatu perusahaan bisnis untuk bertindak dengan cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan perusahaan dan kepentingan publik perusahaan.

Tanggung jawab sosial atau CSR secara lebih sederhana dapat dikatakan sebagai timbal balik perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya karena perusahaan telah mengambil keuntungan atas masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Proses pengambilan keuntungan tersebut perusahaan seringkali menimbulkan kerusakan lingkungan dan dampak sosial lainnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Laksmi (2020) menemukan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain yang sejalan dengan penelitian tersebut adalah Annisa dkk (2020) dan Ihwan Sunaryo (2018) dalam penelitiannya juga menunjukkan hasil yang sama yaitu CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Atas dasar paparan diatas, maka hipotesis yang diturunkan adalah:

H<sub>3</sub>: *Corporate Social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sugiyono mengartikan bahwa metode penelitian kuantitatif juga bisa disebut dengan metode tradisional, dan metode ini berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan dalam penelitian dengan populasi dan sampel tertentu. Kemudian menggunakan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data penelitian dan analisis datanya bersifat kuantitatif atau statistik. Tujuan penelitian ini untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya.

Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap fenomena dengan cara mengumpulkan data-data yang telah diukur dengan menggunakan statistik, matematik atau komputasi.

#### **3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2020.

#### **3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian**

##### **3.3.1 Jenis Data Penelitian**

Jenis data yang digunakan penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang tidak diperoleh langsung oleh peneliti sendiri. Data sekunder berbentuk dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung, yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Data yang diharapkan berupa data *annual report* pada perusahaan farmasi periode 2017-2020.

##### **3.3.2 Sumber Data Penelitian**

Pada penelitian ini, data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder tersebut berupa *annual report* pada perusahaan farmasi periode 2017-2020 dan data ini termasuk kedalam jenis data kuantitatif. Sedangkan sumber data tersebut berasal dari website IDX dan dari website pada masing-masing perusahaan.

#### **3.4 Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **3.4.1 Populasi Penelitian**

Populasi adalah himpunan individu atau objek yang banyaknya terbatas dan tidak terbatas. Menurut Sugiyono (2015) populasi dalam penelitian kuantitatif diartikan

sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI dari tahun 2017 sampai tahun 2020. Adapun populasi dalam penelitian ini yang juga menjadi sampel pada perusahaan farmasi di Bursa Efek Indonesia yang menerbitkan laporan keuangan lengkap setelah diaudit atau biasa disebut dengan *annual report* dimulai dari periode 2017 sampei dengan 2020 yang berjumlah 10 perusahaan. Yang dimana jumlah sampel sama dengan jumlah populasi.

### 3.4.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dari populasi tersebut. Penentuan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *purposive sampling*. Metode *Purposive sampling* menurut Sugiyono (2015) yaitu suatu metode pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan jumlah populasi. Kemudian sampel ini diambil dari *annual report* semua perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020.

Berdasarkan kriteria tersebut, maka sampel yang diperoleh sebanyak 10 perusahaan farmasi. Jadi jumlah data perusahaan selama 4 tahun penelitian adalah 40 sampel perusahaan pada penelitian ini, dan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1

Sampel Penelitian Perusahaan

No	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan
1	Darya Varia Laboratoria Tbk	DVLA
2	Indofarma (Persero) Tbk	INAF
3	Kimia Farma (Persero) Tbk	KAEF
4	Kalbe Farma Tbk	KLBF
5	Merck Indonesia Tbk	MERK
6	Phapros Tbk., PT	PEHA
7	Pyridam Farma Tbk	PYFA
8	Merck Sharp Dohme Pharma Tbk	SCPI
9	Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk	SIDO
10	Tempo Scan Pasific Tbk	TSPC

Sumber: Bursa Efek Indonesia, data diolah 2021

### 3.5 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan adalah data eksternal. Data eksternal merupakan data yang dicari secara simultan dengan cara mendapatkannya dari luar perusahaan. Pada penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan teknik studi dokumentasi, dimana pengumpulan data diperoleh dari media internet dengan cara mengunduh melalui website resmi Bursa Efek Indonesia, untuk memperoleh data mengenai laporan keuangan yang telah dipublikasikan oleh perusahaan tersebut.

### 3.6 Variabel Penelitian dan Pengukuran

Terdapat empat variabel yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya tiga variabel bebas atau variabel independen dan satu variabel terikat atau variabel dependen, dapat diuraikan sebagai berikut:

#### 3.6.1 Variabel Independen (Variabel bebas)

Variabel yang dapat memberikan pengaruh terhadap variabel-variabel lain, dimana variabel tersebut termasuk dalam permasalahan yang akan diteliti, berdasarkan keragaman dari variabel independent tersebut maka dapat memunculkan sebuah intervensi atau fenomena yang akan diteliti<sup>53</sup>. Variabel independent dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 3.6.1.1 *Green Accounting*

*Green accounting* merupakan akuntansi yang didalamnya terdapat proses mengidentifikasi, mengukur, menyajikan, dan mengungkapkan biaya-biaya yang terkait dengan aktivitas pada perusahaan yang mempunyai hubungan dengan lingkungan.

Pengukuran *green accounting* pada penelitian ini menggunakan biaya lingkungan dengan membandingkan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk kegiatan CSR dengan laba bersih. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan Hadi (2011) dan Babalola (2012) dalam Aida (2018). Rumus yang digunakan untuk pengungkapan *green accounting* dengan biaya lingkungan adalah sebagai berikut:

$$\text{Biaya Lingkungan} = \frac{\text{Cost}}{\text{Profit}}$$

---

<sup>53</sup> Solimun, *Analisis Multivariat Permodelan Struktural (Metode Partial Least Square-PLS)*, (Malang: CV Citra Malang, 2010), hlm.4.

### 3.6.1.2 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, asset, dan modal saham tertentu. Westerfield, Brandford & Jordan (2008) dalam Dewi (2020) mengungkapkan terdapat tiga ukuran paling dikenal dan paling luas penggunaannya yaitu *Net Profit Margin*, *Return On Asset*, dan *Return On Equity*. Ketiga rasio tersebut dimaksudkan untuk mengukur seberapa efisien sebuah perusahaan telah menggunakan asset dan mengelola operasinya. Fokus dari kelompok ini adalah pada hasil akhir yaitu laba bersih.

Pada penelitian ini, rasio yang akan digunakan adalah rasio *Return on Equity* (ROE). ROE adalah ukuran dari hasil yang diperoleh pemegang saham sepanjang tahun. Variabel profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

### 3.6.1.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR merupakan aktivitas perusahaan dalam mencapai keseimbangan atau integrasi antara aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial tanpa mengesampingkan ekspektasi para pemegang saham (menghasilkan *profit*). Dalam penelitian ini CSR berpedoman pada GRI *Sustainability Reporting Standards* yang akan dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$\text{CSRI}_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRI = *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan.

$\sum X_i$  = Dummy Variabel

1 = jika item diungkapkan; 0 = jika item tidak Diungkapkan.

n = Jumlah keseluruhan item

### 3.6.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Dalam sebuah penelitian, variabel dependen merupakan variabel yang mendapatkan pengaruh dari variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan

Nilai perusahaan adalah suatu kondisi yang dicapai manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dijadikan gambaran bagi masyarakat maupun investor

yang biasanya berkaitan dengan saham. Dalam mengukur nilai perusahaan pada penelitian ini akan menggunakan Tobin`s Q. Rasio ini merupakan konsep yang sangat berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap investasi. Rasio Tobin`s Q dipilih dalam penelitian ini karena mampu mencerminkan aktiva perusahaan secara komprehensif, sentimen pasar seperti prospek perusahaan, dan dapat mencerminkan *Intellectual capital* perusahaan. Jika nilai Tobin`s Q perusahaan lebih besar dari 1 maka perusahaan dianggap *overvalued*, sedangkan apabila kurang dari 1 maka perusahaan dianggap *undervalued*. Rumus Tobin`s Q adalah sebagai berikut:

$$\text{Tobin`s Q} = \frac{\text{Market Value of all outstanding shares} + \text{Total Liabilities}}{\text{Total Assets}}$$

### 3.7 Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kuantitatif. Untuk mempermudah dalam menganalisis penelitian ini menggunakan *software* SPSS 25.0, yaitu *software* yang digunakan untuk menganalisis data dan melakukan perhitungan statistik parametrik dan non parametrik. Meliputi statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda serta uji hipotesis.

#### 3.7.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan data yang dilihat dari minimum, maksimum, *mean*, dan standar deviasi<sup>54</sup>. Pengujian ini dilakukan untuk mempermudah memahami variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

#### 3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui estimator pada metode kuadrat terkecil biasa (*Ordinary Least Square/ OLS*) merupakan estimator linier tidak bias yang terbaik (*Best Linear Unbias Estimator/ BLUE*) (Hanna, 2018). Sebelum dilakukan perhitungan pada statistik regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Maka dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu. Berikut merupakan beberapa uji yang berkaitan dengan uji asumsi klasik:

---

<sup>54</sup> Reny Dyah Retno M. and Ak. Denies Priantinah M.Si., "Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Variabel Kontrol," *Nominal 1* (2012): 84–103.

### 3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi, variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal atau tidak. Normalitas data dapat diuji dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*. Apabila nilai signifikan pada uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari  $\alpha=0,05$  maka data tersebut adalah data normal.

### 3.7.2.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan kondisi yang terjadi apabila terdapat dua variabel bebas atau lebih yang saling berkorelasi dalam sebuah model regresi. Menurut Widarjono (2015) dalam Hanna (2018) uji multikolinearitas dapat diuji menggunakan alat sebagai berikut:

- a. Apabila *tolerance* > dari 0,1 dan nilai VIF < dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas
- b. Apabila *tolerance* < dari 0,1 dan nilai VIF > dari 10, maka terjadi multikolinearitas.

### 3.7.2.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode sebelumnya ( $t-1$ ) dalam sebuah model regresi linier (Widarjono, 2015). Pada penelitian ini, uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji *run test*. Salah satu cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan *run test*, dalam tes ini harus melihat nilai signifikannya untuk menentukan ada atau tidaknya korelasi. Adapun kriteria pengambilan keputusan dengan *run test* adalah:

- a. Terjadi korelasi apabila nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* < dari 0,05
- b. Tidak terjadi korelasi apabila nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > dari 0,05

### 3.7.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah suatu kondisi yang menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki varian dari kesalahan pengganggu yang tidak sama. Apabila tidak terjadi heteroskedastisitas, maka model regresi tersebut dinyatakan baik, uji *Scatterplot* merupakan uji yang dilakukan untuk mengukur heteroskedastisitas (Widarjono, 2015). Heteroskedastisitas tidak terjadi ketika nilai signifikansi diatas 0,05.



Uji heteroskedastisitas ini juga bisa dilakukan dengan uji *Glejser*. Dan syarat model dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi seluruh variabel bebasnya lebih besar dari 0,05.

### 3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengestimasi nilai variabel dependen dengan menggunakan lebih dari satu variabel independent (Algifari, 2000). Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: *Green Accounting* (GA) berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H2: Profitabilitas (ROE) berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H3: *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Maka, persamaan regresi pada penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1.GA + b_2.ROE + b_3.CSR + e$$

Y = nilai perusahaan

a = konstansta

b 1-3 = koefisien regresi

GA = *Green Accounting*

ROE = Profitabilitas

CSR = *Corporate Social Responsibility*

e = *error*

### 3.7.4 Uji Hipotesis

#### 3.7.4.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi nilai  $R^2$  berarti semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen<sup>55</sup>.

---

<sup>55</sup> Ghozali, I. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016, h.95.

#### **3.7.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)**

Uji statistik F digunakan untuk menguji signifikansi parameter regresi secara simultan Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Berikut ini kriteria pengambilan keputusan uji statistik F<sup>56</sup>:

- a.  $H_0$  diterima apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka hipotesis diterima, dan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat
- b.  $H_0$  ditolak apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka hipotesis ditolak, dan menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

#### **3.7.4.3 Uji Signifikansi parameter Individual (Uji Statistik t)**

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen atau bebas secara parsial mempengaruhi variabel dependen (terikat)<sup>57</sup>. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji statistik t ini dengan tingkat signifikansi 0,05. Hipotesis dapat diterima apabila tingkat signifikansi kurang dari 0,05 dan hipotesis akan ditolak jika tingkat signifikansi lebih dari 0,05.

---

<sup>56</sup> *Ibid ... 96*

<sup>57</sup> Khaerun Nissa Rizfani and Deni Lubis, Pengungkapan *Islamic Social Reporting* Pada Perusahaan Di Jakarta Islamic Index Disclosure of *Islamic Social Reporting* among Companies in Jakarta Islamic Index 6 no. 2, 2019, 103–116.

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di industri farmasi. Jumlah perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia adalah 10 perusahaan dan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah seluruh perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI. Penelitian ini menggunakan analisis *green accounting*, profitabilitas yang diproyeksikan dengan ROE dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI dengan tahun pengamatan 2017-2020. Data keuangan perusahaan berupa data sekunder yaitu berupa *annual report* dan laporan keuangan perusahaan pada tahun 2017-2020 sesuai periode tahun pengamatan yang diperoleh dari situs Bursa Efek Indonesia, dan data ini termasuk dalam jenis data kuantitatif.

Berikut ini adalah gambaran umum perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menjadi sampel dalam penelitian ini:

##### 4.1.1 Darya Varia Laboratoria Tbk

PT Darya Varia Laboratoria Tbk adalah perusahaan industri farmasi Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) yang berdiri pada 30 April 1976. Pada bulan November 1994 Darya Varia mencatat sahamnya di BEI dengan kode saham DVLA. Kantor pusat Darya Varia berada di Shouth Quarter, Tower C, Jalan R.A Kartini Kav.8, Jakarta 12430 dan pabrik Darya Varia berada di Bogor. Berdasarkan anggaran dasar perusahaan, ruang lingkup kegiatan Darya Varia adalah bergerak dalam bidang manufaktur, perdagangan, jasa dan distribusi produk-produk farmasi, produk-produk kimia yang berhubungan dengan farmasi dan perawatan Kesehatan.

Pada 1995, Darya Varia mengakuisisi PT Pradja Pharin (Prafa) dan menjadi entitas induk yang terus mengembangkan sayapnya pada sektor Kesehatan di Indonesia. Pada tahun 2014, DVLA melakukan merger dengan Prafa, yang menggabungkan diri kedalam Darya Varia. Berdasarkan anggaran dasar, perseroan bergerak dalam bidang:

- a. Industri produk farmasi untuk manusia, obat tradisional, bahan farmasi, bahan baku obat tradisional, kimia dasar anorganik, kimia dasar organik, peralatan untuk operasi, perawatan kedokteran dan kedokteran gigi, peralatan kedokteran dan kedokteran gigi, perlengkapan orthopaedik, prosthetik, kaca mata, alat laboratorium, farmasi dan kesehatan dari kaca, kosmetik.

- b. Perdagangan besar farmasi, obat tradisional, bahan dan barang kimia dasar, alat laboratorium, kosmetik.
- c. Jasa pengujian laboratorium, aktivitas pelayanan penunjang kesehatan, penelitian dan pengembangan, jasa inspeksi periodik, aktifitas poliklinik swasta, rumah sakit swasta, rumah sakit lainnya.

Saat ini Darya Varia mengoperasikan dua pabrik yang telah memenuhi standar internasional Cara Pembuatan Obat yang Baik (CPOB) dan standar Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).

#### **4.1.2 Indofarma (Persero) Tbk**

PT Indonesia Farma Tbk (disingkat PT Indofarma Tbk), telah membuktikan komitmennya melalui eksistensi bisnis perusahaan selama lebih dari 10 dekade. PT Indofarma (INAF) didirikan tanggal 2 Januari 1996 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1983. Kantor pusat dan pabrik INAF beralamat di jalan Indofarma No.1 Cibitung, Bekasi. Rekam jejak perusahaan diawali dengan beroperasinya pabrik kecil di lingkungan Rumah Sakit Pusat Pemerintahan Kolonial Belanda pada tahun 1918, yang pada saat itu hanya memproduksi beberapa jenis salep dan kasa pembalut. Seiring dengan berjalannya waktu, usaha perseroan berkembang dengan menambah tablet dan injeksi dalam rangkaian lini produksinya. Pada saat Indonesia dikuasai oleh pemerintah Jepang di tahun 1942, kegiatan usaha Indofarma terus berjalan dibawah manajemen Takeda Pharmaceutical. Kemudian setelah Indonesia meraih kemerdekaan, Indofarma diambil alih oleh Pemerintah Indonesia pada tahun 1950 melalui Departemen Kesehatan.

Pada tahun 2000, perseroan telah mendapatkan sertifikat ISO 9001:1994 dan terus memperbaharainya secara berkala. Ditahun yang sama, perseroan melakukan pengembangan ke hilir dalam bidang industri dan perdagangan dengan melakukan ekspansi pendirian anak perusahaan PT Indofarma Global Media (IGM) melalui presentase kepemilikan sebesar 99,99%. Pada tanggal 17 April 2001 perseroan melakukan penawaran umum perdana saham di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya yang saat ini telah menjadi Bursa Efek Indonesia, dengan kode saham INAF yang kemudian mengubah status perseroan menjadi PT Indofarma (Persero) Tbk. Berdasarkan anggaran dasar perusahaan, ruang lingkup kegiatan INAF adalah khususnya dibidang farmasi, alat kesehatan, diagnostik, serta industri produk makanan.

#### **4.1.3 Kimia Farma Tbk**

Pendirian perusahaan PT Kimia Farma Tbk, berdiri pada tanggal 16 Agustus 1971. Berdasarkan Akta Pendirian No 18 tanggal 16 Agustus 1971 yang telah diubah dengan Akta Perubahan No 18 tanggal 11 Oktober 1971, yang keduanya dibuat dihadapan Notaris Soelaeman Ardjasmita, di Jakarta. Setelah perubahan nama, pada tanggal 4 Juli 2001, PT Kimia Farma (Persero) kembali mengubah statusnya menjadi perusahaan publik dan nama perusahaan disesuaikan menjadi PT Kimia Farma (Persero) Tbk. Bersamaan dengan perubahan tersebut, perseroan telah dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia.

#### **4.1.4 Kalbe Farma Tbk**

PT Kalbe Farma Tbk didirikan pada 10 September 1966, berdasarkan akta pendirian No 3 tanggal 10 September 1966 yang dibuat dihadapan Raden Imam Soesatyo Prawirokoesoemo sebagai Wakil Notaris di Jakarta. Didirikan oleh 6 bersaudara yaitu Khouw Lip Tjoen, Khouw Lip Hiang, Khouw Lip Swan, Boenjamin Setiawan, Maria Karmila, F. Bing Aryanto. PT Kalbe Farma Tbk memiliki kantor pusat di Jl. Let. Jend. Suprpto kav. 4 Cempaka Putih, Jakarta.

Produk-produk unggulan yang dimiliki oleh Kalbe dibagi dalam beberapa divisi, diantaranya divisi obat resep, divisi produk kesehatan, divisi produk nutrisi mulai dari bayi hingga usia senja, serta divisi distribusi dan logistik. Keempat divisi usaha ini mengelola portofolio obat resep dan obat bebas yang komprehensif, produk-produk minuman energi dan nutrisi, serta usaha distribusi yang menjangkau lebih dari satu outlet diseluruh kepulauan Indonesia.

#### **4.1.5 Merck Indonesia Tbk**

PT Merck Tbk didirikan pada 14 oktober 1970 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1974. Pada tahun 1981 Merck mendaftarkan sahamnya di BEI dan mengumumkan statusnya sebagai perusahaan publik. Kantor pusat MERK berada di jalan T.B Simatupang No 8, Pasar Rebo, Jakarta Timur. Berdasarkan anggaran dasar perusahaan, ruang lingkup kegiatan MERK adalah bergerak dalam bidang industri, perdagangan, jasa konsultasi manajemen, jasa penyewaan kantor atau properti, dan layanan yang terkait dengan kegiatan usaha.

#### **4.1.6 Phapros Tbk., PT**

Phapros Tbk (PEHA) didirikan tanggal 21 Juni 1954. Kemudian memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1957. Kantor pusat Phapros berlokasi di Menara Rajawalli Lt.17, Jl. Dr. Ide Anak Agung Gede Agung, Kuningan, Jakarta. Berdasarkan anggaran dasar

perusahaan, ruang lingkup kegiatan PEHA adalah bergerak dalam bidang pengadaan obat-obatan, bahan baku obat, alat kesehatan dan pelayanan kesehatan.

#### **4.1.7 Pyridam Farma Tbk**

Pyridam Farma Tbk (PYFA) didirikan pada tanggal 27 November 1977 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1977. Kantor pusat PYFA berada di Ruko Villa Kebon Jeruk Blok F3, Jalan Raya Kebon Jeruk, Jakarta. Sedangkan lokasi pabriknya beralamat di Desa Cibodas, Pacet, Cianjur, Jawa Barat. Berdasarkan anggaran dasar perusahaan, ruang lingkup kegiatan PYFA meliputi industri obat-obatan, plastik, alat-alat kesehatan, dan industri kimia lainnya. Kegiatan usaha PYFA meliputi produksi dan pengembangan obat-obatan (farmasi) serta perdagangan alat-alat kesehatan lainnya.

#### **4.1.8 Merck Sharp Dohme Pharma Tbk**

PT Merck Sharp Dohme Pharma Tbk (SCPI) dahulu memiliki nama PT Schering Plough Indonesia Tbk didirikan dengan nama PT Essex Indonesia pada tanggal 7 Maret 1972 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada Januari 1975. Kantor pusat SCPI berlokasi di Pandaan, Jawa Timur. Berdasarkan anggaran dasar perusahaan, ruang lingkup kegiatan SCPI meliputi pembuatan, pengembangan, pengemasan, dan memasarkan produk farmasi untuk manusia dan hewan, produk kebersihan, kosmetik, keperluan rumah tangga dan sejenisnya.

#### **4.1.9 Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk**

Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) didirikan 18 maret 1975. Kantor pusat SIDO beralamat di Gedung Menara Suara Merdeka lt.16 Jl. Pandanaran No 30 Semarang. Kemudian pabrik yang berlokasi di Jl. Soekarno Hatta Km 28, Bergas, Klapu, Semarang. Berdasarkan anggaran dasar perusahaan, ruang lingkup kegiatan SIDO antara lain menjalankan usaha dalam bidang industri jamu yang meliputi industri obat-obatan (farmasi), jamu, kosmetika, minuman dan makanan yang berkaitan dengan kesehatan, perdagangan, pengangkutan darat dan jasa. Kegiatan utama Sido Muncul adalah produksi dan distribusi jamu herbal, minuman energi, minuman dan permen serta minuman kesehatan (dengan merek utama Sidomuncul, Tolak Angin dan Kuku Bima).

#### **4.1.10 Tempo Scan Pacific Tbk**

PT Tempo Scan Pacific Tbk (TSPC) didirikan pada tanggal 20 Mei 1970 dengan nama PT Scanchemie dan memulai kegiatan komersialnya pada tahun 1970. Berkantor pusat di Tempo Scan Tower, Lt 16, Jalan H.R Rasuna Said Kav. 3-4, Jakarta. Sedangkan lokasi pabriknya terletak di Cikarang, Jawa Barat. Berdasarkan anggaran dasar perusahaan,

ruang lingkup kegiatan TSPC bergerak dalam bidang usaha farmasi. Kegiatan usahanya memiliki empat divisi usaha, yaitu divisi farmasi, divisi produk konsumen dan kosmetik, divisi manufaktur dan divisi distribusi serta divisi penunjang.

## 4.2 Analisis Data

Penulis melakukan analisa pada pengaruh *green accounting*, profitabilitas serta *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Berikut hasil analisa yang dilakukan penulis pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia:

### 4.2.1 Uji Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif dari data yang diambil untuk penelitian ini adalah dari tahun 2017-2020 yaitu sebanyak 40 data pengamatan. Deskripsi variabel dalam statistik deskriptif yang digunakan pada penelitian ini meliputi nilai minimum, maksimum, *mean*, dan standar deviasi.

Tabel 4.1  
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Green Accounting	40	.6727	.0021	.6748	.066130	.1445455
Profitabilitas	40	2.2445	.0001	2.2446	.239455	.4715833
Corporate Social Responsibility	40	.5604	.2198	.7802	.558245	.1662154
Nilai Perusahaan	40	14.2322	.3967	14.6289	2.694635	2.9431399
Valid N (listwise)	40					

Sumber: Output SPSS 25.0, Data Sekunder Diolah 2021

Berdasarkan Tabel 4.1 tersebut dapat diketahui besarnya nilai *green accounting* berkisar antara 0,0021-0,6748 dengan range kelas 0,6727 dan nilai *mean* sebesar 0,66130 serta standar deviasi 0,1445455. Perusahaan yang nilai *green accounting* terendah dalam penelitian ini adalah Tempo Scan pacific Tbk pada tahun 2017, sedangkan perusahaan dengan nilai *green accounting* tertinggi adalah Kimia Farma (Persero) Tbk pada tahun 2019.

Kemudian besarnya nilai profitabilitas berkisar antara 0,0001-2,2446 dengan range kelas sebesar 2,2445 dan nilai *mean* sebesar 0,239455 serta standar deviasi 0,4715833. Perusahaan yang nilai profitabilitas terendah dalam penelitian ini adalah Indofarma (Persero) Tbk pada tahun 2020, sedangkan perusahaan dengan nilai profitabilitas tertinggi adalah Merck Indonesia Tbk pada tahun 2018.

Sementara itu besarnya nilai *corporate social responsibility* (CSR) berkisar antara 0,2198-0,7802 dengan *range* kelas sebesar 0,5604 dan nilai *mean* sebesar 0,558245 serta standar deviasi 0,1662154. Perusahaan yang nilai *corporate social responsibility* (CSR) terendah dalam penelitian ini adalah Tempo Scan Pasific Tbk pada tahun 2017, sedangkan perusahaan dengan nilai *corporate social responsibility* (CSR) tertinggi adalah Kimia Farma (Persero) Tbk pada tahun 2020.

Kemudian dari tabel tersebut dapat diketahui besarnya nilai perusahaan berkisar antara 0,3967-14,6289 dengan *range* kelas sebesar 14,2322 dan nilai *mean* sebesar 2,694635 serta standar deviasi 2,9431399. Perusahaan yang memiliki nilai perusahaan terendah dalam penelitian ini adalah Merck Sharp Dohme Pharma Tbk pada tahun 2017, sedangkan perusahaan dengan nilai perusahaan tertinggi adalah Indofarma (Persero) Tbk pada tahun 2018.

## 4.2.2 Uji Asumsi Klasik

### 4.2.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi, variabel dependen, dan variabel independen berdistribusi normal atau tidak. Normalitas data dapat diuji dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*. Apabila nilai signifikan pada uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari  $\alpha = 0,05$  maka data tersebut adalah data normal. Hasil uji normalitas sebagai berikut:

Tabel 4.2  
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.65035928
Most Extreme Differences	Absolute	.125
	Positive	.125
	Negative	-.083
Test Statistic		.125



Asymp. Sig. (2-tailed)	.114 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	

Sumber: Output SPSS 25.0, Data Sekunder Diolah 2021

Terlihat pada tabel 4.2 berdasarkan hasil uji normalitas (*Kolmogorov-Smirnov*) menunjukkan bahwa data pada penelitian ini adalah data yang terdistribusi normal, yang telah dibuktikan dengan uji normalitas dengan nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0,114 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai  $\alpha = 0,05$  ( $0,114 > 0,05$ ), sesuai dengan ketentuan yang berarti bahwa data dalam penelitian ini memiliki distribusi yang normal.

#### 4.2.2.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan kondisi yang terjadi apabila terdapat dua variabel bebas atau lebih yang saling berkorelasi dalam sebuah model regresi. Menurut Widarjono (2015) dalam Hanna (2018), uji multikolinearitas dapat diuji menggunakan alat sebagai berikut:

- Apabila *tolerance* > dari 0,1 dan nilai VIF < dari nilai 0,10, maka tidak terjadi multikolinearitas
- Apabila *tolerance* < dari 0,1 dan nilai VIF > dari 0,10, maka terjadi multikolinearitas.

Berikut hasil uji multikolinearitas sebagai berikut:

Tabel 4.3

#### Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	.118	.678		.174	.863		
Green Accounting	-1.238	.787	-.310	-1.573	.124	.612	1.634
Profitabilitas	-.491	.449	-.199	-1.094	.281	.721	1.388
Corporate Social Responsibility	2.443	1.007	.426	2.426	.020	.768	1.301

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Output SPSS 25.0, Data Sekunder Diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa hasil nilai *tolerance* lebih dari 0,1 yaitu *green accounting* sebesar 0,612, profitabilitas sebesar 0,721 dan CSR sebesar 0,768. Hal ini berarti bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen.

Selain itu hasil dari perhitungan nilai VIF juga menunjukkan hal yang sama bahwa tidak ada variabel independent yang memiliki nilai lebih dari 0,10. Hasil pengujian ini didapatkan bahwa variabel *green accounting* sebesar 1,634, profitabilitas sebesar 1,388 dan CSR sebesar 1,305. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independent dalam model regresi.

#### 4.2.2.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode sebelumnya (t-1) dalam sebuah model regresi linier (Widarjono, 2015). Pada penelitian ini, uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji *rus test*. Salah satu cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan *run test*, dalam tes ini harus melihat nilai signifikannya untuk menantukan ada atau tidaknya korelasi. Adapun kriteria pengambilan keputusan dengan *run test* adalah:

- a. Terjadi korelasi apabila nilai dari *Asymp.Sig (2-tailed)* < dari 0,05
- b. Tidak terjadi korelasi apabila nilai dari *Asymp.Sig (2-tailed)* > dari 0,05

Berikut hasil uji autokorelasi sebagai berikut:

Tabel 4.4

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>											
Model	Adjusted R			Std. Error of the Estimate	R Square			Change Statistics		Sig. F Change	Durbin-Watson
	R	R Square	Square		Change	F Change	df1	df2			
1	.382 <sup>a</sup>	.146	.075	.6769154	.146	2.047	3	36	.125	.969	

a. Predictors: (Constant), Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Green Accounting  
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Output SPSS 25.0, Data Sekunder Diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.4 hasil uji autokorelasi dengan *run test* dari Durbin-watson, mendapatkan hasil untuk nilai Durbin-Watson sebesar 0,969, dimana nilai tersebut lebih

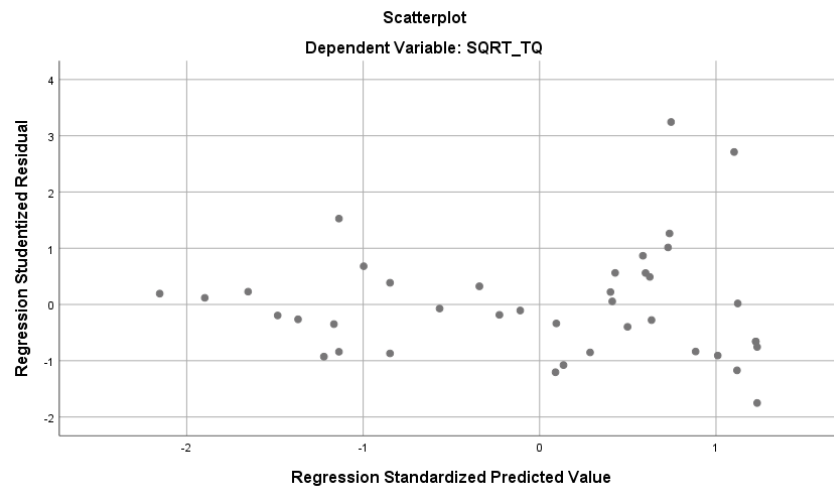
besar dari nilai signifikan 0,05 ( $0,969 > 0,05$ ). Dengan adanya pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi diantara nilai residual.

#### 4.2.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah suatu kondisi yang menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki varians dari kesalahan pengganggu yang tidak sama. Apabila tidak terjadi heteroskedastisitas, maka model regresi tersebut dinyatakan baik. Uji *Scatterplot* merupakan uji yang dilakukan untuk mengukur heteroskedastisitas (Widarjono, 2015). Heteroskedastisitas tidak terjadi ketika nilai signifikansi diatas 0,05. Berikut hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

Gambar 4.1

Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot



Sumber: Output SPSS 25.0, Data Sekunder Diolah 2021

Pada gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji *Scatterplot*) diatas, bisa dilihat bahwa pola meyebar secara acak (*random*) tidak membentuk pola tertentu dan menyebar diatas maupun dibawah nol pada sumbu Y, berarti tidak terjadi heteroskedastisitas. Sehingga model regresi ini layak digunakan untuk mengetahui pengaruh *Green Accounting* (GA), Profitabilitas (ROE), serta *corporate social responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan.

Uji heteroskedastisitas ini juga bisa dilakukan dengan uji *Glejser*. Dan syarat model dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi seluruh variabel bebasnya lebih besar dari 5% ( $\text{Sig} > 0,05$ ). Hasil uji heteroskedastisitas dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.5  
 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.118	.678		.174	.863		
Green Accounting	-1.238	.787	-.310	-1.573	.124	.612	1.634
Profitabilitas	-.491	.449	-.199	-1.094	.281	.721	1.388
Corporate Social Responsibility	2.443	1.007	.426	2.426	.020	.768	1.301

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Output SPSS 25.0, Data Sekunder Diolah 2021

Dari tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai variabel *green accounting* sebesar  $0,124 > 0,05$ , variabel profitabilitas sebesar  $0,281 > 0,05$ , dan variabel *corporate social responsibility* sebesar  $0,020 < 0,05$ . Maka variabel dalam penelitian ini terjadi heteroskedastisitas, karena nilai signifikansi variabel *corporate social responsibility* kurang dari 0,05.

Karena terjadi heteroskedastisitas, pengobatan uji *glejser* dengan melakukan regresi tiga tahap dengan hasil sebagai berikut:

a.  $AbsUt = \beta_1 + \beta_2PI + \beta_3BO + \beta_4KP + vt$

Tabel 4.6  
 Hasil Pengobatan Uji *Glejser* Heteroskedastisitas Tahap 1

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.092	.245		-.374	.711
Green Accounting	-.617	.521	-.201	-1.183	.245
Profitabilitas	-.141	.149	-.149	-.942	.352
Corporate Social Responsibility	1.138	.448	.426	2.541	.016

a. Dependent Variable: ABS\_RES2

Sumber: Output SPSS 25.0, Data Sekunder Diolah 2021

$$b. \text{AbsUt} = \beta_1 + \beta_2\sqrt{PI} + \beta_3\sqrt{BO} + \beta_4\sqrt{KP} + vt$$

Tabel 4.7

Hasil Pengobatan Uji *Glejser* Heteroskedastisitas Tahap 2

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.391	.466		-.841	.406
Green Accounting	-1.928	.992	-.326	-1.943	.060
Profitabilitas	-.346	.284	-.191	-1.219	.231
Corporate Social Responsibility	2.167	.852	.421	2.542	.015

a. Dependent Variable: LN\_TQ

Sumber: Output SPSS 25.0, Data Sekunder Diolah 2021

$$c. \text{AbsUt} = \beta_1 + \beta_2\frac{1}{PI} + \beta_3\frac{1}{BO} + \beta_4\frac{1}{KP} + vt$$

Tabel 4.8

Hasil Pengobatan Uji *Glejser* Heteroskedastisitas Tahap 3

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.154	.379		3.043	.004
LN_GA	.042	.077	.124	.552	.585
LN_ROE	.053	.059	.188	.899	.375
LN_CSR	.412	.218	.322	1.887	.067

a. Dependent Variable: ABS\_RES3

Sumber: Output SPSS 25.0, Data Sekunder Diolah 2021

Berdasarkan hasil ketiga regresi yang dilakukan diatas, besarnya koefisien regresi untuk ketiga variabel telah signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sudah tidak terjadi heteroskedastisitas pada pengujian ini. Dari tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai variabel *green accounting* sebesar  $0,585 > 0,05$ , variabel profitabilitas sebesar  $0,375 > 0,05$ , dan variabel *corporate social responsibility* sebesar  $0,067 > 0,05$ .

### 4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan dalam penelitian ini, yang digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan dari beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Dengan hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah pengujian pengaruh *Green Accounting*, Profitabilitas, serta *corporate social responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. Hasil yang diperoleh dari pengujian ini dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 4.9  
Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	.118	.678		.174	.863			
Green Accounting	-1.238	.787	-.310	-1.573	.124	.612	1.634	
Profitabilitas	-.491	.449	-.199	-1.094	.281	.721	1.388	
Corporate Social Responsibility	2.443	1.007	.426	2.426	.020	.768	1.301	

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Output SPSS 25.0, Data Sekunder Diolah 2021

Dari tabel hasil uji regresi linear berganda 4.9 diatas, hasil analisis data yang diolah menggunakan software IBM SPSS 25.0 maka, dapat diperoleh hasil perumusan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.GA + b_2.ROE + b_3.CSR + e$$

$$Y = 0,118 - 1,238GA - 0,491 ROE + 2,443 CSR + e$$

Y = Nilai perusahaan

a = konstanta

b1-3 = koefisien regresi

GA = *Green accounting*

ROE = Profitabilitas (ROE)

CSR = *Corporate Social Responsibility*

e = *error*

Pada persamaan regresi diatas memperlihatkan secara parsial antara variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen), dari perumusan tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai konstanta adalah 0,118, artinya ketika variabel *Green Accounting*, Profitabilitas, serta *corporate social responsibility* dimana nilai  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  diasumsikan 0, maka nilai perusahaan (Tobins`Q) akan meningkat sebesar 0,118.
2. Nilai koefisien regresi *Green Accounting* adalah sebesar -1,238, nilai tersebut memperlihatkan bahwa *Green Accounting* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut berarti bahwa, apabila setiap kenaikan 1 satuan variabel *Green Accounting* dengan asumsi variabel yang lainnya 0 (nol) maka nilai perusahaan akan turun sebesar 1,238 satuan.
3. Nilai koefisien regresi Profitabilitas adalah sebesar -0,491, nilai tersebut menggambarkan bahwa Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut berarti bahwa, apabila setiap kenaikan 1 satuan variabel profitabilitas dengan asumsi variabel yang lainnya 0 (nol) maka nilai perusahaan akan turun sebesar 0,491 satuan.
4. Nilai koefisien regresi *corporate social responsibility* adalah sebesar 2,443, nilai tersebut menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut berarti bahwa, apabila setiap kenaikan 1 satuan variabel *corporate social responsibility* dengan asumsi variabel yang lainnya 0 (nol) maka nilai perusahaan akan naik sebesar 2,443satuan.

#### 4.2.4 Uji Hipotesis

##### 4.2.4.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi nilai  $R^2$  berarti semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen<sup>58</sup>. Dari pengujian yang telah dilaksanakan didapatkan hasil seperti tabel dibawah ini:

---

<sup>58</sup>Ghozali, I. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016, h.95.

Tabel 4.10  
 Hasil Uji Hipotesis Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>										
Model	Change Statistics									
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	Durbin-Watson
1	.382 <sup>a</sup>	.146	.075	.6769154	.146	2.047	3	36	.125	.969

a. Predictors: (Constant), CSR, Profitabilitas, Green Accounting  
 b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Output SPSS 25.0, Data Sekunder Diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.10, hasil uji koefisien determinan menunjukkan bahwa nilai *R square* ( $R^2$ ) sebesar 0.146 atau 14,6% yang artinya 14,6% variasi nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh *Green Accounting*, Profitabilitas, serta *corporate social responsibility* secara bersama-sama. Sedangkan 85,4% dijelaskan oleh variabel independen yang lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

#### 4.2.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F digunakan untuk menguji signifikansi parameter regresi secara simultan Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Berikut ini kriteria pengambilan keputusan uji statistik F<sup>59</sup>:

- Ha diterima apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka hipotesis diterima, dan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat
- Ha ditolak apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka hipotesis ditolak, dan menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

Dari pengujian yang telah dilaksanakan didapatkan hasil seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.11  
 Hasil Uji Hipotesis Statistik F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.814	3	.938	2.047	.125 <sup>b</sup>

<sup>59</sup> *Ibid ... 96*



Residual	16.496	36	.458		
Total	19.310	39			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan  
b. Predictors: (Constant), CSR, Profitabilitas, Green Accounting

Sumber: Output SPSS 25.0, Data Sekunder Diolah 2021

Dapat dilihat pada tabel di atas dengan mengamati baris, kolom F dan sig menunjukkan bahwa hasil uji F diperoleh F hitung sebesar 2,047 dengan nilai taraf signifikan sebesar 0,125 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ( $0,125 > 0,05$ ). Artinya, variabel *Green Accounting* ( $X_1$ ), Profitabilitas ( $X_2$ ), serta *corporate social responsibility* ( $X_3$ ) secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, karena nilai tersebut menunjukkan bahwa  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima.

#### 4.2.4.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen atau bebas secara parsial mempengaruhi variabel dependen (terikat)<sup>60</sup>. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji statistik t ini dengan tingkat signifikansi 0,05. Hipotesis dapat diterima apabila tingkat signifikansi kurang dari 0,05 dan hipotesis akan ditolak jika tingkat signifikansi lebih dari 0,05.

Dari pengujian yang telah dilaksanakan didapatkan hasil seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.12  
Hasil Uji Hipotesis Statistik t

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	.118	.678		.174	.863		
Green Accounting	-1.238	.787	-.310	-1.573	.124	.612	1.634
Profitabilitas	-.491	.449	-.199	-1.094	.281	.721	1.388
Corporate Social Responsibility	2.443	1.007	.426	2.426	.020	.768	1.301

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Output SPSS 25.0, Data Sekunder Diolah 2021

<sup>60</sup> Khaerun Nissa Rizfani and Deni Lubis, Pengungkapan *Islamic Social Reporting* Pada Perusahaan Di Jakarta Islamic Index Disclosure of *Islamic Social Reporting* among Companies in Jakarta Islamic Index 6 no. 2, 2019, 103–116.

Dari tabel 4.12 diatas dapat dijelaskan ada tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga dapat diketahui diterima atau ditolaknya hipotesis, sebagai berikut:

Tabel 4.13  
Hasil Uji Hipotesis Statistik t

No	Hipotesis	Hasil	Diterima/Ditolak
H <sub>1</sub>	<i>Green Accounting</i> berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan	Nilai t sebesar -1,573 > -1,688 dan sig. sebesar 0,124 > 0,05	Ditolak
H <sub>2</sub>	Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan	Nilai t sebesar -1,094 > -1,688 dan sig. sebesar 0,281 > 0,05	Ditolak
H <sub>3</sub>	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan	Nilai t sebesar 2,426 > 1,688 dan sig. sebesar 0,020 < 0,05	Diterima

### 4.3 Pembahasan

Penelitian untuk meneliti mengenai pengaruh *Green Accounting*, Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2020, dengan menggunakan bantuan *SPSS 25.0* mendapatkan hasil sebagai berikut:

#### 4.3.1 Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut hasil dari uji hipotesis yang telah dilakukan dan telah dijelaskan sebelumnya, Variabel *Green Accounting* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan yang dapat dilihat dari nilai signifikansi  $0,140 > 0,05$ , dan nilai koefisien regresi negatif 1,238. Berdasarkan hasil tersebut, berarti variabel *Green Accounting* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga hipotesis pertama (H<sub>1</sub>) yang menyatakan bahwa *Green Accounting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2020 **ditolak**.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hilda Choerunisah & Sundari (2020) yang menunjukkan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh P.P Dewi & I.P Edward Narayana (2020) yang

menunjukkan nilai *green accounting* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan penelitian yang dilakukan oleh Catur Muhammad Erlangga & Achmad Fauzi, Ati Sumiati (2021) serta Puspita Maharani & Susi Handayani (2021) yang menunjukkan nilai *green accounting* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor pertambangan.

Hal tersebut bisa disebabkan oleh tidak adanya peraturan terkait dengan porsi pengeluaran biaya lingkungan perusahaan, maka perusahaan bisa mengalokasikan berapapun biaya lingkungannya dari laba perusahaan (sukarela). Namun, pengeluaran biaya lingkungan yang masih terlalu kecil jika dibandingkan dengan laba perusahaan sementara dari laba perusahaan tersebut pada laporan laba rugi akan menambahkan modal dan modal termasuk kedalam laporan neraca, dimana laporan neraca akan digunakan untuk menilai nilai perusahaan, sehingga laba yang dialokasikan untuk biaya lingkungan yang terlalu kecil tidak akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai suatu perusahaan akan tetap sama walaupun biaya lingkungan yang dikeluarkan kecil atau besar (tidak berpengaruh). Selain itu, sesuai dengan definisi dari biaya, yaitu biaya merupakan suatu bentuk pengorbanan guna memperoleh manfaat tertentu di masa yang akan datang, hal ini sejalan dengan tujuan dari *green accounting*, yaitu serangkaian proses akuntansi (biaya lingkungan) yang akan mendatangkan manfaat di masa depan.

Selain itu, faktor dari *green accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan bisa terjadi karena suatu perusahaan belum mampu mengalokasikan danaterkait bina lingkungan atau biaya lingkungan dengan baik, maka akan berimbas pada terganggunya biaya khusus yang hanya dialokasikan untuk operasional perusahaan, sehingga mengakibatkan menurunnya profit dan kinerja keuangan menjadi tidak stabil. Diketahui biaya lingkungan jika tidak mendapatkan perhatian khusus akan menjadi tidak jelas dan masuk dalam akun *overhead* atau bahkan akan diabaikan. Terkait dengan teori sinyal, hal ini dapat menjadikan pengumuman informasi yang dinyatakan sebagai sinyal yang buruk bagi investor, serta dapat berpengaruh terhadap perubahan harga saham yang menurun.

#### **4.3.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

Menurut hasil dari uji hipotesis yang telah dilakukan dan telah dijelaskan sebelumnya, Variabel Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan yang dapat dilihat dari nilai signifikansi  $0,281 > 0,05$ , dan nilai koefisien regresi negatif 0,491. Berdasarkan hasil tersebut, berarti variabel Profitabilitas

berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga hipotesis kedua ( $H_2$ ) yang menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2020 **ditolak**.

Hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian Ihwan Sunaryo, Bambang Widarno & Suharno (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut juga sejalan dengan penelitian Vincent Loekito & Loh Wenny Setiawati (2021), Jainab Kurniasari & Yane Devi Anna (2019) dan Eka Dela Oktiwiati dan Mafizatun Nurhayati (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi penelitian ini didukung oleh penelitian Ni Luh Laksmi Rahmantari (2021) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Christiana Warouw, Sintje Nangoy & Ivonne S. Saerang (2016) dan Oei Hanna Permatasari (2018) juga mengungkapkan dalam penelitiannya bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Yang berarti bahwa semakin kecil profitabilitas sebuah perusahaan maka akan berkurang juga nilai perusahaan yang diakibatkan oleh kurangnya minat perusahaan untuk membeli saham perusahaan tersebut. Untuk itu dugaan bahwa profitabilitas yang semakin kecil efektifitasnya dalam sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba, maka semakin rendah pula nilai perusahaan tersebut. Begitu pula sebaliknya, semakin tinggi efektifitas sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut

Apabila kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat. Harga saham yang meningkat mencerminkan nilai perusahaan yang baik bagi investor. Nilai pemegang saham akan meningkat apabila nilai perusahaan meningkat yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Tingkat pengembalian investasi kepada pemegang saham tergantung pada laba yang dihasilkan perusahaan. Dengan tingginya tingkat laba yang dihasilkan, berarti prospek perusahaan untuk menjalankan operasinya di masa depan juga tinggi sehingga nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham perusahaan akan meningkat pula. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan farmasi. Peningkatan profitabilitas akan menurunkan nilai perusahaan. Meskipun perusahaan mengalami peningkatan keuntungan namun perusahaan menggunakan keuntungan

tersebut untuk laba ditahan dan tidak dibagikan kepada pemegang saham. Sehingga investor menganggap itu signal yang negative dan berdampak pada nilai perusahaan.

#### **4.3.3 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan**

Menurut hasil dari uji hipotesis yang telah dilakukan dan telah dijelaskan sebelumnya, Variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang dapat dilihat dari nilai signifikansi  $0,020 < 0,05$ , dan nilai koefisien regresi positif 2,443. Berdasarkan hasil tersebut, berarti variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga hipotesis ketiga ( $H_3$ ) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2020 **diterima**.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Annisa Fitri Gea & Debbi Chyntia Ovami (2020) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut didukung oleh Ni Luh Laksmi Rahmantari (2021), Ihwan Sunaryo, Bambang Widarno & Suharno (2018), dan Betharia Simanjuntak (2020) yang menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Vincent Loekito & Loh Wenny Setiawati (2021) dan Jeinab Kurniasari & Yane Devi Anna (2019) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Asumsi dari pengujian yang dihasilkan dari uji parsial mengasumsikan bahwa antara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan adalah berbanding lurus, yaitu jika perusahaan meningkatkan pengungkapan CSR, dimana perusahaan yang melakukan aktivitas CSR serta mengungkapkannya dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk dan jasa perusahaan, sehingga reputasi perusahaan akan ikut meningkat dimata masyarakat. Sesuai dengan teori sinyal dimana perusahaan yang mengungkapkan pengungkapan CSR yang baik dan bernilai positif memiliki tingkat pengungkapan yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR tersebut akan memberikan pengaruh positif kepada pihak-pihak yang berkepentingan, seperti *stakeholders* dan *shareholders*. Alasan ini menjadikan pengungkapan CSR yang ditanyakan sebagai

sinyal yang baik bagi investor pada akhirnya akan berpengaruh terhadap pertumbuhan harga saham atau peningkatan nilai perusahaan.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, bahwa penelitian mengenai pengaruh *Green Accounting*, Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di BEI pada periode 2017-2020. Maka dapat diambil kesimpulan dari hasil analisis tersebut sebagai berikut:

1. *Green accounting* tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sektor farmasi yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020. Dengan nilai signifikansi *green accounting* terhadap nilai perusahaan diatas 0,05 yaitu sebesar 0,140. *Green accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena biayalingkungan jika tidak mendapatkan perhatian khusus akan menjadi tidak jelas dan masuk dalam akun *overhead* atau bahkan akan diabaikan, sehingga tidak meningkatkan nilai perusahaan.
2. Profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sektor farmasi yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020. Dengan nilai signifikansi profitabilitas terhadap nilai perusahaan diatas 0,05 yaitu sebesar 0,231. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan ketika perusahaan mampu menjaga kestabilan harga saham perusahaan.
3. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan nilai *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,020. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan peduli dengan masyarakat dan lingkungan sekitar, sehingga informasi tersebut merupakan sinyal yang baik bagi investor untuk menanamkan modalnya diperusahaan.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas yang diperoleh dari penelitian ini, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan atau menambahkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan agar dapat membandingkan hasil dari pengaruh penerapan *green accounting*, profitabilitas dan *corporate social resposnsibility* (CSR) pada sampel perusahaan lain, seperti kondisi ekonomi, peraturan pemerintah, kinerja keuangan, keputusan pendanaan, keputusan investasi, tingkat bunga, dan sebagainya. Hal ini dikarenakan faktor yang digunakan pada penelitian ini hanya mampu menjelaskan 14,6% dari nilai

perusahaan, sedangkan 85,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain. Selain itu, menggunakan teknik analisa lain, menambahkan sampel, serta menambahkan periode pengamatan yang lebih panjang untuk menambah jumlah data dalam penelitian yang diteliti.

2. Bagi perusahaan dikarenakan masih terdapat variabel yang memiliki nilai signifikan dan koefisien determinasi yang relatif kecil, maka saran untuk perusahaan diharapkan agar terus mempertahankan dan meningkatkan nilai *Green Accounting*, Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sehingga dampak terhadap nilai perusahaan yang dihasilkan kegiatan operasional perusahaan menjadi lebih kecil. Serta mempertahankan dan meningkatkan keterbukaan dalam memberikan informasi terkait laporan keberlanjutan, sehingga informasi yang disampaikan dapat lebih luas. Karena hal tersebut akan meningkatkan profitabilitas perusahaan serta menarik dan mempengaruhi minat investor dalam keputusan berinvestasi pada perusahaan.
3. Bagi *stakeholder*, diharapkan lebih memperhatikan lagi sebelum memutuskan untuk berinvestasi pada industri dari beberapa aspek. Diantaranya adalah aspek nilai perusahaan, karena nilai perusahaan merupakan salah satu indikator utama dalam menarik investasi untuk mengembangkan perusahaan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Angela & Yudianti, F. N. Pengaruh kinerja lingkungan terhadap kinerja finansial dengan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening. Jurnal Ekonomi Universitas Sanata Dharma. 2014. 1–26.
- Ariyanti, Netti. Analisis Rasio Profitabilitas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada Industri Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara. 2020. h. 12.
- Ashari, Muhammad Hasyim & Yudhi Anggoro. *How is the implementation of green accounting in public hospital?*. Journal of Islamic Accounting and Finance Research ISSN 2715-0429 (print); 2714-8122 (online) Vol. 3 No. 1. 2021. h.131-154.
- Berampu, Adi Chandra & Ivanovich Agusta. *The Benefits of Community Participation in Waste Management Program*. Jurnal Penyuluhan Institut Pertanian Bogor Vol. 11 No. 2. 2015. h. 116.
- Brigham, Eugene F. dan Joe F Houston. Manajemen Keuangan. Jakarta: Erlanga. 2010. h. 79.
- Choerunisah, Hilda & Sundari. Pengaruh *Green Accounting*, Kinerja Lingkungan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI 2014 -2018. Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi – Universitas Gunadarma. 2020.
- Dewi, P.P & I.P. Narayana. Implementasi Green Accounting. Profitabilitas dan CSR pada Nilai Perusahaan. E-Jurnal Akuntansi. 30(12). 2020. h. 3252-3262.
- Erlangga, Catur Muhammad, Achmad Fauzi & Ati Sumiati. Penerapan *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas. Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi Volume 14 (1). 2021.h.61 – 78.
- Fahmi, Irham. Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2014.h.83.
- Fauzi & Candra. *Green Accounting* dan Efektifitas Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 pada Perusahaan di Indonesia. 2016. 15-16.
- Gea, Annisa Fitri & Debby Chyntia Ovami. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016-2018. Jurnal Akuntansi Bisnis Eka Prasetya (JABEP) Vol. 6 No. 2. 2020. Hal.137-147

- Ghozali, I. Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2016. h.95.
- Ghozali dan A. Chariri. Teori Akuntansi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang. 2007.
- Gustadi. *Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Perspektif Islam*. Karya Tulis Keuangan, 2012. <https://www.gustani.id/2012/11/corporate-social-responsibility-csr.html>. Diakses tanggal 30 Desember 2021.
- Harmono. Manajemen Keuangan Berbasis *Balanced Scorecard* Pendekatan Teori, Kasus dan Riset Bisnis. Edisi kelima. Jakarta: Bumi Aksara. 2016.h.50.
- Hery. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Bumi Aksara. 2016.h.143.
- Husnan, Ahmad. Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR Disclosure)* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Skripsi Universitas Diponegoro Semarang. 2013. h. 8.
- Ikhsan, Arfan. Akuntansi Lingkungan dan Pengungkapannya. Graha Ilmu: Jakarta. 2008. h. 142
- Ikhsan, A., L. Safrida, P. Dewi Kemala, I. Abdullah, Kusmilawati & H. Dalimunthe. Analisa Laporan Keuangan. Medan: Madenatera. 2018.h.117.
- Indonesia, A. I. Standar Akuntansi Keuangan. Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia. 2015.
- Indrawan, Danu Candra. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Perusahaan, Undergraduate thesis. Universitas Diponegoro. 2011. h. 16-18.
- Kartini, Dwi. *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi Indonesia*. Bandung: Refika Aditama. 2013.h.56.
- Kasmir. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Rajawali Pers. 2008. h.104.
- Kurniasari, Jainab & Yane Devi Anna. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Akuntansi dan Perbankan* Volume 13 Nomor 2. 2019. Hal 149 – 167.
- Kusumaningtias, Rohmawati. *Green Accounting, Mengapa dan Bagaimana?*. Surakarta: Proceeding Seminar Nasional dan Call for Papers Sancall. 2013.
- Lingkungan, Modul Akuntansi. <https://ocw.upj.ac.id>. Diakses tanggal 10 Juli 2021.
- Loekito, Vincent & Loh Wenny Setiawati. Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017–2019. *BALANCE: Jurnal Akuntansi, Auditing dan Keuangan* Vol.18 No.1. 2021. h. 01 - 26.

- M, Reny Dyah Retno dan Ak. Denies Priantinah. Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Variabel Kontrol *Nominal I*. 2012. H. 84–103.
- Maharani, Puspita & Susi Handayani. Pengaruh *Green Accounting* pada Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan. *Edumaspul - Jurnal Pendidikan* Vol.5 No.1. 2021. h.220-231.
- Mariani, Desy. Pengaruh Penerapan *Green Accounting*, Kepemilikan Saham Publik, Publikasi CSR terhadap Pengungkapan CSR dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan FEB Universitas Budi Luhur* Vol. 6 No. 2. 2017.hal. 149-150
- Meiyana, Aida. Pengaruh Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Intervening. Skripsi Fakultas Ekonomi universitas negeri Yogyakarta. 2018, h.28-32.
- Munawir. Analisis Laporan Keuangan. Edisi 4. Yogyakarta: Liberty. 2010.h.5.
- Oktiwiati, Eka Dela dan Mafizatun Nurhayati. Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen* Volume 10 No. 2. 2020. h.196-209.
- Permatasari, Oei Hanna. Analisis Pengaruh Likuiditas, Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Industri Farmasi yang terdaftar di BEI Tahun 2012 – 2016. Thesis Unika Soegijapranata Semarang.2018.
- Pratama, Putri & Jaharuddin. Rekonstruksi Konsep Profitabilitas dalam Perspektif Islam, *IKRAITH-HUMANIORA* Vol. 2 No. 2, 2018, h. 107.
- Rahim, Syamsuri & Sari Fatimah Mu. Aktualisasi Ajaran Islam dalam Penerapan Akuntansi Lingkungan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma* Vol.11 No.3. 2020. h. 683-700
- Rahmantari, Ni Luh Laksmi. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Farmasi yang terdaftar di BEI. *Jurnal Ganec Swara* Vol.15 No.1. 2021. h. 813-823.
- Rendtorff, Jacob Dahl. *Philosophy of Management and Sustainability: Rethinking Business Ethics and Social Responsibility in Sustainable Development*. Emerald Publishing Limited. 2019. h. 43–52.
- Riska. Analisis Penerapan Akuntansi Lingkungan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makasar. Universitas Muhammadiyah Makasar. 2020. h.18-19.

- Rizfani, Khaerun Nissa and Deni Lubis. Pengungkapan *Islamic Social Reporting* Pada Perusahaan Di Jakarta Islamic Index Disclosure of *Islamic Social Reporting* among Companies in Jakarta Islamic Index 6 no. 2. 2019. H. 103–116.
- Rizki, Mita Kurnia, Ratno Agriyanto & Dessy Noor Farida. *The Effect of Sustainability Report and Profitability on Company Value: Evidence from Indonesian Sharia Shares*. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* Volume 10, Nomor 1. 2019. Hal. 117 - 140
- Salsabilah, Riska. *Green Accounting* dalam Konsep Rahmatan Lil Alamin. Skripsi Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Magelang. 2019. h.29-30.
- Sanjaya, S. & F. Rizky. Analisis Profitabilitas Dalam Menilai Kinerja Keuangan Pada PT. Taspen (Persero) Medan. 8(3). 2016. h. 6–10.
- Saragih, F. Kinerja Keuangan Perusahaan Pada PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan. *Jurnal Ekonomikawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*. 2016. h.57–68.
- Sawir. Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. 2012.h.2.
- Sayyidah, Ulfah, MS. Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi perusahaan sub sektor Property dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015). *Jurnal Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang*, Vol.46 No.1. 2010. Hal 15
- Simanjuntak, Betharia. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Corporate Value* dengan Profitabilitas sebagai Intervening. Thesis Magister Manajemen Universitas Sumatra Utara. Medan. 2020.
- Siregar, Budi Gautama. Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Pandangan Islam. *JURIS* Volume 14, Nomor 2. 2015. h. 142.
- Solimun. *Analisis Multivariat Permodelan Struktural (Metode Partial Least Square-PLS)*. Malang: CV Citra Malang. 2010. hlm.4.
- Sugiyono. Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta. 2015.
- Suhartati, Titi dkk. Pengaruh Pengungkapan Tanggungjawab Sosial dan Praktik Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta*, Vol.10 No.2. 2011. Hal 97.
- Sunaryo, Ihwan, Bambang Widarno & Suharno. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi* Vol. 14 Edisi Khusus. 2018. h. 211 – 221.

- Surmadewi, Ni Komang Yulan & I Dewa Gede Dharma Saputra. Pengaruh Likuiditas, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 8.6. 2019. h. 567-593.
- Suryana, Febby Nuraudita & Sri Rahayu. Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. e-Proceeding of Management: Vol.5 No.2. 2018. h. 2262-2269.
- Suwardika, Nyoman Agus, KM. Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti. E-Jurnal Manajemen Unud Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud) Bali, Vol.6 No.3. 2017. Hal 1248-1277
- Warouw, Christiana, Sintje Nangoy & Ivonne S. Saerang. *The Influences of Capital Turnover and profitability to the Company Value of the Pharmaceutical Companies Listed on Indonesia Stock Exchange*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 16 No. 02. 2016. h.366-375.
- Wijaya, I.B & I.B Sedana. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividend dan Kesempatan Investasi sebagai Variabel Mediasi). E-Jurnal Manajemen Umum, 4(12).2015. h.4477-4500.
- Zabetha, Olinsca dkk. Pengaruh *Corporate Governance*, Kinerja Lingkungan dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI. Jurnal Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau, Vol.26 No.1. 2018. Hal 1-15

# **LAMPIRAN**

**Lampiran 1**  
**Indeks Kategori GRI 4**

No.	Dimensi	Notasi	Pengukuran
<b>Indikator Ekonomi:</b>			
1	Aspek Kinerja Ekonomi	<p><b>G4-EC1</b> Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan, meliputi: Pendapatan, biaya operasional, upah dan tunjangan karyawan, pembayaran kepada pemodal, pembayaran kepada pemerintah (berdasarkan negara), investasi masyarakat.</p> <p><b>G4-EC2</b> Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim.</p> <p><b>G4-EC3</b> Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti.</p> <p><b>G4-EC4</b> Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah.</p>	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
2	Aspek Keberadaan Pasar	<p><b>G4-EC5</b> Rasio upah standar pegawai pemula (<i>entry level</i>) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan.</p> <p><b>G4-EC6</b> Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat local di lokasi operasi yang signifikan.</p>	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
3	Aspek Dampak Ekonomi Tidak Langsung	<p><b>G4-EC7</b> Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan untuk kepentingan publik secara komersial, natura, atau secara cuma-cuma.</p> <p><b>G4-EC8</b> Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk seberapa luas dampaknya.</p>	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
4	Praktik Pengadaan	<p><b>G4-EC9</b> Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan</p>	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
<b>Indikator Lingkungan:</b>			
5	Aspek Bahan	<p><b>G4-EN1</b> Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume</p> <p><b>G4-EN2</b> Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang</p>	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
6	Aspek Energi	<p><b>G4-EN3</b> Penggunaan energi langsung dari sumber daya energi primer.</p> <p><b>G4-EN4</b> Penggunaan energi tidak langsung</p>	Apabila diungkapkan diberi nilai 1

		<p>berdasarkan sumber primer.</p> <p><b>G4-EN5</b> Perkiraan untuk mendapatkan produk dan jasa berbasis energi efisien atau energy yang dapat diperbaharui, serta pengurangan persyaratan kebutuhan energi sebagai akibat dari insiatif tersebut.</p> <p><b>G4-EN6</b> Pengurangan konsumsi energi.</p> <p><b>G4-EN7</b> Pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa.</p>	dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
7	Aspek Air	<p><b>G4-EN8</b> Total pengambilan air berdasarkan sumber.</p> <p><b>G4-EN9</b> Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi akibat pengambilan air.</p> <p><b>G4-EN10</b> Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali</p>	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
8	Aspek Keanekaragaman Hayati	<p><b>G4-EN11</b> Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola di dalam atau yang berdekatan dengan kawasan yang dilindungi dan kawasan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar daerah yang dilindungi.</p> <p><b>G4-EN12</b> Uraian dampak signifikan yang diakibatkan oleh kegiatan, produk dan jasa terhadap keanekaragaman hayati didaerah yang dilindungi dan di daerah yang memiliki keanekaragaman hayati bernilai tinggi di luar daerah yang dilindungi.</p> <p><b>G4-EN13</b> Habitat yang dilindungi dan dipulihkan.</p> <p><b>G4-EN14</b> Jumlah spesies berdasarkan tingkat rasio kepunahan yang masuk dalam daftar merah IUCN (IUCN red list) dan yang masuk dalam daftar konservasi nasional dengan habitat di daerah-daerah yang terkena dampakoperasi.</p>	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
9	Aspek Emisi	<p><b>G4-EN15</b> Jumlah emisi gas rumah kaca yang sifatnya langsung maupun tidak langsung dirinci berdasarkan berat.</p> <p><b>G4-EN16</b> Emisi gas rumah kaca energi tidak langsung diperinci berdasarkan berat.</p> <p><b>G4-EN17</b> Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya diperinci berdasarkan berat.</p> <p><b>G4-EN18</b> Intensitas emisi gas rumah kaca.</p> <p><b>G4-EN19</b> Insiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan pencapaiannya.</p> <p><b>G4-EN20</b> Emisi bahan kimia perusak ozon diperinci berdasarkan berat.</p> <p><b>G4-EN21</b> NO<sub>x</sub>, Sox dan emisi udara signifikan lainnya yang diperinci berdasarkan jenis dan berat.</p>	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
10	Aspek Efluen dan Limbah	<p><b>G4-EN22</b> Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan.</p> <p><b>G4-EN23</b> Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangannya.</p> <p><b>G4-EN24</b> Jumlah dan volume total tumpahan yang signifikan.</p>	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.



		<p><b>G4-EN25</b> Berat limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi basel I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, atau dikelola dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional.</p> <p><b>G4-EN26</b> Identitas, ukuran, status proteksi dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari air buangan dan limpasan dari organisasi.</p>	
11	Aspek Produk dan Jasa	<p><b>G4-EN27</b> Inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa dan sejauh mana dampak pengurangan tersebut.</p> <p><b>G4-EN28</b> Persentase produk yang terjual dan bahan kemasannya yang ditarik menurut kategori</p>	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
12	Aspek Kepatuhan	<b>G4-EN29</b> Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi nonmoneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan.	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
13	Aspek Transportasi	<b>G4-EN30</b> Dampak lingkungan yang signifikan akibat pemindahan produk dan barang-barang lain serta material yang digunakan untuk operasi perusahaan, dan tenaga kerja.	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
14	Aspek Lain-lain	<b>G4-EN31</b> Total pengeluaran perlindungan lingkungan berdasarkan; biaya pembuangan limbah, pengolahan emisi, dan remediasi. Biaya pencegahan dan manajemen lingkungan	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
15	Aspek Asesmen Pemasok atas Lingkungan	<p><b>G4-EN32</b> Presentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan.</p> <p><b>G4-EN33</b> Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.</p>	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
16	Aspek Mekanisme pengaduan masalah lingkungan	<b>G4-EN34</b> Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi selama periode pelaporan.	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
<b>Indikator Sosial:</b>			
<b>Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja:</b>			
17	Aspek	<b>G4-LA1</b> Jumlah total dan tingkat perekrutan	Apabila

	Kepegawaian	karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah. <b>G4-LA2</b> Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan. Hal ini mencakup, setidaknya: asuransi jiwa, asuransi kesehatan, perlindungan kecacatan dan ketidakmampuan, cuti melahirkan, pemberian pensiun, kepemilikan saham. <b>G4-LA3</b> Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender.	diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
18	Aspek Hubungan Industrial	<b>G4-LA4</b> Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan kepada karyawan dan perwakilan terpilih sebelum penerapan perubahan operasional signifikan yang memengaruhi mereka secara substansial, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama.	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
19	Aspek Kesehatan dan keselamatan kerja	<b>G4-LA5</b> Presentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja <b>G4-LA6</b> Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender <b>G4-LA7</b> Pekerja yang sering terkena atau beresiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka <b>G4-LA8</b> Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja.	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
20	Aspek Pelatihan dan Pendidikan	<b>G4-LA9</b> Jam pelatihan rata-rata pertahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan <b>G4-LA10</b> Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti <b>G4-LA11</b> Presentase karyawan yang menerima rewiu kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan.	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
21	Aspek Keberagaman dan kesetaraan peluang	<b>G4-LA12</b> Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya.	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
22	Aspek Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan	<b>G4-LA13</b> Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang	Apabila diungkapkan diberi nilai 1

	Laki-laki	signifikan.	dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
23	Aspek Asesmen Pemasok terkait Praktik Ketenagakerjaan	<b>G4-LA14</b> Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan <b>G4-LA15</b> Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
24	Aspek mekanisme Pengaduan masalah ketenagakerjaan	<b>G4-LA16</b> Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
<b>Hak Asasi Manusia:</b>			
25	Aspek investasi	<b>G4-HR1</b> Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia <b>G4-HR2</b> Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih.	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
26	Aspek nondiskriminasi	<b>G4-HR3</b> Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang diambil	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
27	Aspek kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama	<b>G4-HR4</b> Operasi dan pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
28	Aspek pekerja anak	<b>G4-HR5</b> Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
29	Aspek pekerja paksa atau wajibpajak	<b>G4-HR6</b> Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja.	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.

30	Aspek praktik pengamanan	<b>G4-HR7</b> Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau procedure hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
31	Aspek Hak adat	<b>G4-HR8</b> Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
32	Aspek asesmen	<b>G4-HR9</b> Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak hak asasi manusia	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
33	Aspek asesmen pemasok atas hak asasi manusia	<b>G4-HR10</b> Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia <b>G4-HR11</b> Dampak negative aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
34	Aspek mekanisme Pengaduan masalah hak asasi manusia	<b>G4-HR12</b> Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
<b>Masyarakat:</b>			
35	Aspek masyarakat lokal	<b>G4-SO1</b> Persentasi operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan <b>G4-SO2</b> Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal.	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
36	Aspek antikorupsi	<b>G4-SO3</b> Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi <b>G4-SO4</b> Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi <b>G4-SO5</b> Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
37	Aspek kebijakan publik	<b>G4-SO6</b> Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan

			diberi nilai 0.
38	Aspek praktik monopoli dan hasilnya	<b>G4-SO7</b> Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti turst serta praktik monopoli dan hasilnya.	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
39	Aspek kepatuhan	<b>G-SO8</b> Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
40	Aspek asesmen pemasok atas dampak terhadap masyarakat	<b>G4-SO9</b> Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria dampak terhadap masyarakat. <b>G4-S10</b> Dampak negative aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
41	Aspek mekanisme pengaduan dampak terhadap masyarakat	<b>G4-S11</b> Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
<b>Tanggungjawab atas Produk:</b>			
42	Aspek Kesehatan dan keselamatan karyawan	<b>G4-PR1</b> Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan yang dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan <b>G4-PR2</b> Total jumlah insiden ketidakpuasan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
43	Aspek pelabelan produk dan jasa	<b>G4-PR3</b> Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis <b>G4-PR4</b> Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil <b>G4-PR5</b> Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
44	Aspek komunikasi pemasaran	<b>G4-PR6</b> Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan <b>G4-PR7</b> Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan terhadap peraturan dan koda	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak

		sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor menurut jenis hasil	diungkapkan diberi nilai 0.
45	Aspek privasi pelanggan	<b>G4-PR8</b> Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.
46	Aspek kepatuhan	<b>G4-PR9</b> Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa	Apabila diungkapkan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.

Sumber: *Global Reporting Initiative, 2016*

## Lampiran 2

### Hasil Data Tabulasi *Green Accounting*, Profitabilitas, *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan Nilai Perusahaan

No	Kode Perusahaan	Tahun	Nilai Perusahaan	<i>Green Accounting</i>	Profitabilitas	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>
1	DVLA-17	2017	1.6575	0.0051	0.1453	2.6765
	DVLA-18	2018	0.6563	0.0034	0.1672	2.1163
	DVLA-19	2019	1.6634	0.0025	0.1698	2.1667
	DVLA-20	2020	1.6967	0.0495	0.1222	1.9362
2	INAF-17	2017	12.6083	0.0050	0.0879	1.6545
	INAF-18	2018	14.6289	0.0887	0.0659	1.4000
	INAF-19	2019	2.5835	0.5489	0.0158	1.3788
	INAF-20	2020	1.4180	0.1731	0.0698	1.3188
3	KAEF-17	2017	3.0379	0.0294	0.1259	1.7170
	KAEF-18	2018	2.1716	0.0161	0.2311	1.5965
	KAEF-19	2019	0.4379	0.6748	0.0021	1.3788
	KAEF-20	2020	1.9394	0.4086	0.0029	1.2817
4	KLBF-17	2017	4.9314	0.0408	0.1766	1.5167
	KLBF-18	2018	4.0836	0.0368	0.1633	1.5424
	KLBF-19	2019	3.9229	0.0370	0.1519	1.5424
	KLBF-20	2020	3.2438	0.0186	0.1532	1.4444
5	MERK-17	2017	4.7692	0.0498	0.2351	2.3947
	MERK-18	2018	2.1148	0.0034	2.2446	1.5690
	MERK-19	2019	1.7578	0.0071	0.1317	1.5167
	MERK-20	2020	1.9213	0.0115	0.1174	1.4918
6	PEHA-17	2017	0.5018	0.0310	0.2640	1.7170
	PEHA-18	2018	1.8405	0.0339	0.1688	1.5965
	PEHA-19	2019	1.0388	0.0469	0.1245	1.3382
	PEHA-20	2020	1.3564	0.0847	0.0657	1.3188

7	PYFA-17	2017	0.9315	0.0322	0.0157	3.7917
	PYFA-18	2018	0.9049	0.0089	0.0764	3.7917
	PYFA-19	2019	0.9016	0.0086	0.0749	3.5000
	PYFA-20	2020	2.5928	0.0123	0.1402	2.3333
8	SCPI-17	2017	0.3967	0.0498	0.2351	2.3947
	SCPI-18	2018	0.6723	0.0034	2.2446	1.5690
	SCPI-19	2019	0.4566	0.0071	0.1317	1.5167
	SCPI-20	2020	1.9213	0.0115	0.1174	1.4918
9	SIDO-17	2017	2.6716	0.0067	0.1843	1.8571
	SIDO-18	2018	3.9055	0.0105	0.2287	1.7500
	SIDO-19	2019	5.5408	0.0146	0.2635	1.5424
	SIDO-20	2020	6.3481	0.0119	0.2899	1.5424
10	TSPC-17	2017	1.4059	0.0021	0.1097	4.5500
	TSPC-18	2018	1.1045	0.0111	0.0995	4.5500
	TSPC-19	2019	1.0581	0.0252	0.1028	4.5500
	TSPC-20	2020	0.9915	0.0227	0.1308	1.8200



### Lampiran 3

#### Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Green Accounting	40	.6727	.0021	.6748	.066130	.1445455
Profitabilitas	40	2.2445	.0001	2.2446	.239455	.4715833
Corporate Social Responsibility	40	.5604	.2198	.7802	.558245	.1662154
Nilai Perusahaan	40	14.2322	.3967	14.6289	2.694635	2.9431399
Valid N (listwise)	40					

**Lampiran 4**  
**Uji Asumsi Klasik**

**1. Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.65035928
Most Extreme Differences	Absolute	.125
	Positive	.125
	Negative	-.083
Test Statistic		.125
Asymp. Sig. (2-tailed)		.114 <sup>c</sup>
<p>a. Test distribution is Normal.</p> <p>b. Calculated from data.</p> <p>c. Lilliefors Significance Correction.</p>		

**2. Uji Multikolinearitas**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.118	.678		.174	.863		
Green Accounting	-1.238	.787	-.310	-1.573	.124	.612	1.634
Profitabilitas	-.491	.449	-.199	-1.094	.281	.721	1.388
Corporate Social Responsibility	2.443	1.007	.426	2.426	.020	.768	1.301
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan							

**3. Uji Autokorelasi**

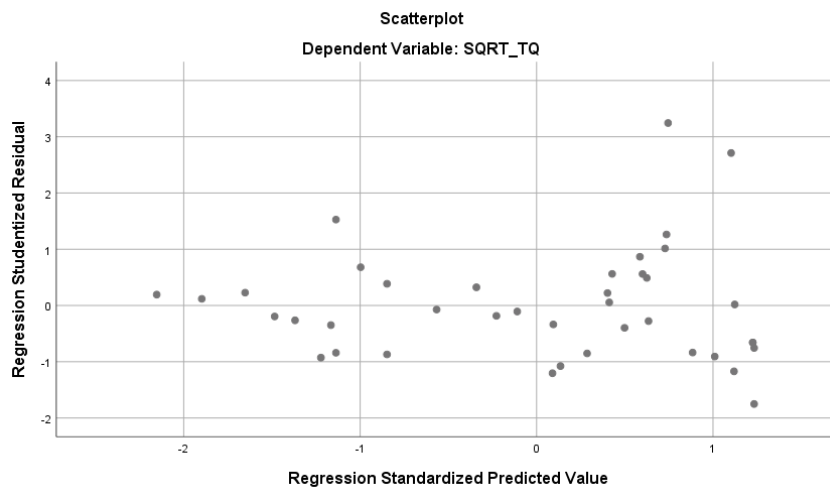
<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
Model	R Square	Adjusted R	Std. Error of the	Change Statistics	Durbin-

1	R	Square	Estimate	R Square	Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	Watson
		.382 <sup>a</sup>	.146	.075	.6769154	.146	2.047	3	36	.125

a. Predictors: (Constant), Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Green Accounting  
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

##### a. Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot



##### b. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Coefficients <sup>a</sup>								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	.118	.678		.174	.863		
	Green Accounting	-1.238	.787	-.310	-1.573	.124	.612	1.634
	Profitabilitas	-.491	.449	-.199	-1.094	.281	.721	1.388
	Corporate Social Responsibility	2.443	1.007	.426	2.426	.020	.768	1.301

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

##### c. Hasil Pengobatan Uji Glejser Heteroskedastisitas Tahap 1

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	
	B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	-.092	.245		-.374	.711
	Green Accounting	-.617	.521	-.201	-1.183	.245
	Profitabilitas	-.141	.149	-.149	-.942	.352

Corporate Social Responsibility	1.138	.448	.426	2.541	.016
a. Dependent Variable: ABS_RES2					

d. Hasil Pengobatan Uji *Glejser* Heteroskedastisitas Tahap 2

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.391	.466		-.841	.406
Green Accounting	-1.928	.992	-.326	-1.943	.060
Profitabilitas	-.346	.284	-.191	-1.219	.231
Corporate Social Responsibility	2.167	.852	.421	2.542	.015
a. Dependent Variable: LN_TQ					

e. Hasil Pengobatan Uji *Glejser* Heteroskedastisitas Tahap 3

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.154	.379		3.043	.004
LN_GA	.042	.077	.124	.552	.585
LN_ROE	.053	.059	.188	.899	.375
LN_CSR	.412	.218	.322	1.887	.067
a. Dependent Variable: ABS_RES3					

## 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.118	.678		.174	.863		
Green Accounting	-1.238	.787	-.310	-1.573	.124	.612	1.634
Profitabilitas	-.491	.449	-.199	-1.094	.281	.721	1.388
Corporate Social Responsibility	2.443	1.007	.426	2.426	.020	.768	1.301
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan							

## Lampiran 5

### Uji Hipotesis

#### 1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>										
Model	Change Statistics									
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	Durbin-Watson
1	.382 <sup>a</sup>	.146	.075	.6769154	.146	2.047	3	36	.125	.969

a. Predictors: (Constant), CSR, Profitabilitas, Green Accounting  
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

#### 2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.814	3	.938	2.047	.125 <sup>b</sup>
	Residual	16.496	36	.458		
	Total	19.310	39			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan  
b. Predictors: (Constant), CSR, Profitabilitas, Green Accounting

#### 3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.118	.678		.174	.863		
	Green Accounting	-1.238	.787	-.310	-1.573	.124	.612	1.634
	Profitabilitas	-.491	.449	-.199	-1.094	.281	.721	1.388
	Corporate Social Responsibility	2.443	1.007	.426	2.426	.020	.768	1.301

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

## LAMPIRAN 6

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

#### 1. DATA PRIBADI

Nama : Safina Tunnajah  
Tempat, Tanggal Lahir : Klaten, 26 Juli 1999  
Agama : Islam  
JenisKelamin : Perempuan  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Kadirejo RT 08 RW 04, Kadirejo, Karangnom, Klaten,  
Kode Pos 57475  
No. HP : 081227894962  
E-mail : safinaafina26@gmail.com

#### 2. RIWAYAT PENDIDIKAN

TK	TK ABA Kadirejo	2004 – 2005
SD	SD Negeri 1 Kadirejo	2005 – 2011
SMP	SMP AL-ISLAM Ngawen	2011 – 2014
SMA	MAN Negeri 2 Klaten	2014 – 2017
Ma`had	Al-Jami`ahWalisongo Semarang	2017 - 2018
S1	UIN Walisongo Semarang	2017 – 2021