

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kajian Pustaka

1. *Grand Theory*

a) Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi didasarkan pada kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat. Perusahaan harus dianggap sebagai entitas yang harus mendapatkan hak untuk hidup agar dapat bertahan hidup. Legitimasi mempengaruhi perilaku dan persepsi perusahaan dalam masyarakat. Perusahaan yang telah mendapatkan pengakuan sosial dipandang lebih dapat diandalkan dan dipercaya, sehingga mendorong keberlanjutannya. Perusahaan harus mendapatkan dan mengelola legitimasi untuk mengakses sumber data yang diperlukan. Agar dapat melanjutkan kegiatannya, seperti sumber daya keuangan, staf dan pelanggan, serta untuk mencegah risiko. Perusahaan harus mematuhi peraturan yang diberlakukan oleh negara jika peraturan tersebut tidak sah (Gezgin *et al.*, 2024).

Legitimasi terdiri dari mempertimbangkan suatu tindakan yang diinginkan dalam sistem norma, nilai, dan keyakinan yang ditetapkan secara sosial, untuk berkontribusi pada keselamatan semua orang. Legitimasi adalah sebuah evaluasi, ini adalah konsep yang subjektif. Hal ini mengacu pada kemampuan organisasi

untuk memenuhi janjinya melalui tindakannya. Legitimasi mengacu pada sarana yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi, dan tujuan ini sejalan dengan tujuan dan kebutuhan yang diharapkan dalam masyarakat tertentu, ini adalah sebuah *evolutioner* karena legitimasi yang diberikan para pemangku kepentingan yang terlibat didasarkan pada kemampuan organisasi untuk meyakinkan para pemangku kepentingan yang bersangkutan bahwa tindakannya sejalan dengan nilai-nilai sistem sosial (Bouhaddane *et al.*, 2023).

Perspektif kelembagaan, legitimasi perusahaan didasarkan pada bagaimana perusahaan menerima dukungan atas legitimasinya dari berbagai faktor konstituen di sekitarnya. Sedangkan perspektif strategis berfokus pada bagaimana sebuah organisasi dapat mengelola dan menggunakan legitimasinya untuk mencapai tujuannya. Singkatnya, organisasi memperoleh legitimasi ketika para pemangku kepentingan yang bersangkutan menganggap kegiatan organisasi tersebut sesuai. Perusahaan perbankan dalam teori legitimasi dapat dicapai dengan mengungkapkan informasi seperti praktik *Green Banking*, *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada laporan tahunan atau laporan keberlanjutan. Fakta bahwa lembaga perbankan mengungkapkan beberapa informasi mengenai praktik *Green Banking*, *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah

mereka tetap akan membantu meningkatkan kepercayaan publik. Sektor perbankan dalam menjalankan aktivitasnya memiliki tanggung jawab dan kepekaan terhadap lingkungan, sosial dan masyarakat (Zhang & de Vries, 2022).

b) Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*)

Teori *Stakeholder* menawarkan perspektif yang berharga tentang bagaimana perusahaan, termasuk bank, mempertimbangkan berbagai pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan. Penting bagi perusahaan untuk mempertimbangkan kepentingan semua pemangku kepentingan, mulai dari investor dan pelanggan hingga karyawan dan masyarakat secara keseluruhan. Di bidang keuangan, teori pemangku kepentingan memberikan perspektif untuk memahami bagaimana bank menyelaraskan harapan berbagai pemangku kepentingan. Dengan mempertimbangkan kepentingan para pemangku kepentingan, bank dapat mengembangkan strategi berkelanjutan yang membantu meningkatkan pendapatan jangka panjang sekaligus memberikan kontribusi positif bagi kesehatan masyarakat. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, perpaduan baru antara teori pemangku kepentingan dan teori strategis menawarkan prospek yang menjanjikan untuk munculnya konsepsi baru teori strategis yang secara simultan mengkaji aspek ekonomi dan moral dari organisasi manusia, dengan fokus pada penciptaan

dan pengabdian signifikansi (Gonzalez-ruiz *et al.*, 2024).

Teori *stakeholder* menyajikan perusahaan pada topik yang relevan dengan pemangku kepentingan utama adalah alat dalam bidang teori pemangku kepentingan utama (manajerial). Perusahaan cenderung memberikan penjelasan yang rinci mengenai analisis materialitas ketika pemangku kepentingan utama menjadi fokus utama mereka. Jika perusahaan ingin meningkatkan kualitas pelaporannya, maka sangat penting bagi para pemangku kepentingan untuk dapat dengan mudah memahami proses analisis materialitas. Analisis materialitas sejalan dengan perspektif teoritis para pemangku kepentingan yang terlibat (Meutia *et al.*, 2022).

Keberhasilan sebuah perusahaan bergantung pada cara perusahaan tersebut memenuhi kebutuhan yang berbeda dari berbagai pemangku kepentingan, menurut teori pemangku kepentingan. Pemangku kepentingan adalah perusahaan dan individu yang menderita akibat positif atau negatif dari perusahaan. Telah disebutkan bahwa pemangku kepentingan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuannya. Sebuah sarana yang dapat digunakan perusahaan untuk memuaskan pelanggannya. Kepentingan utama terletak pada kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Growth Opportunity*, seperti masyarakat, lingkungan, karyawan, dan

lainnya, daripada hanya berfokus pada keuntungan finansial bagi pemegang saham. Menerapkan *Green Banking*, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Growth Opportunity* pada suatu perusahaan, jika sejalan dengan strategi perusahaan yang berorientasi pada keinginan *stakeholder*, maka akan dapat diterima baik oleh para pemangku kepentingan yang terkait dan memberikan dampak positif bagi nilai perusahaan (Oino & Yekini, 2024).

2. Nilai Perusahaan

a. Pengertian Nilai Perusahaan

Ahmed & Kukuh (2018) pentingnya bagi perusahaan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan, karena ini juga berarti meningkatkan pendapatan pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula nilai perusahaannya. akan adanya peningkatan kepercayaan publik apabila memiliki nilai perusahaan yang tinggi, tidak hanya pada bisnisnya saat ini, tetapi juga pada prospeknya di masa depan. Pengertian nilai perusahaan mengacu pada peringkat pasarnya, karena peringkat pasar ini dapat memaksimalkan keuntungan pemegang saham jika terjadi peningkatan pada nilai perusahaan. Peringkat pasar ini jika dapat dicapai oleh pemegang saham, maka akan mempercayakan pengelolaan perusahaan kepada para ahli di bidangnya (Kusumawati & Setiawan, 2019).

Kebutuhan seorang investor jika dipenuhi, maka hal ini akan membuat dampak positif pada nilai perusahaan. Tujuannya adalah untuk mengoptimalkan nilai perusahaan, sehingga penting bagi perusahaan untuk mengambil tindakan pencegahan ketika membuat keputusan dan mempertimbangkan dampaknya terhadap harga saham. Menurut manajemen, nilai perusahaan merupakan indikator bagi investor atas efisiensi perusahaan saat ini dan prospeknya di masa depan. Nilai suatu perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Harga saham perusahaan yang ditentukan oleh pertukaran antara pemilik dan penjual dikenal dengan istilah nilai pasar perusahaan, karena dianggap mencerminkan nilai riil aset perusahaan. Ketika nilai perusahaan meningkat, hal ini dapat menghasilkan lebih banyak pemasukan untuk jurnal investor (Ahmed & Kukuh, 2018).

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Terdapat nilai perusahaan bisa dipengaruhi beberapa faktor yang salah satunya yaitu tata kelola perusahaan. Tata kelola perusahaan yang efisien terdiri dari sistem pengelolaan dan pengendalian perusahaan dengan tujuan utama yaitu memberikan dan meningkatkan nilai tambah bagi para pemegang saham. Menerapkan tata kelola perusahaan yang efektif akan berdampak pada pencapaian kepuasan pelanggan (Diana Gustiana, 2024) Faktor lain yang memengaruhi nilai perusahaan, yaitu

pertumbuhan perusahaan (*Growth Opportunity*). Usaha untuk meyakinkan investor tentang nilai perusahaan, manajer akan berusaha keras untuk mendorong pertumbuhan yang positif. *Growth Opportunity* yang baik akan membuat perusahaan dapat bertahan di tengah persaingan yang ketat di bidang ekonomi (Putri & Ayu Diantini, 2022)

Ada beberapa faktor yang menjadi pengaruh nilai perusahaan menurut Hernita (2019), antara lain :

1) Profitabilitas

Profitabilitas mengacu pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Semakin tinggi suatu perusahaan menghasilkan laba, maka semakin besar *return* yang diharapkan investor. Profitabilitas merupakan hasil dari berbagai tindakan dan keputusan manajemen, karena tingkat profitabilitas mengurangi hasil dari berbagai kebijakan dan keputusan.

2) *Leverage*

Leverage bergantung pada seberapa baik perusahaan dapat memenuhi kewajibannya di masa depan. *Leverage* digunakan oleh perusahaan untuk mempertahankan pertumbuhan berkelanjutan dalam tingkat kekayaan mereka.

3) Kemampuan perusahaan dalam membayar dividen

Tujuan investasi dari investor adalah untuk meningkatkan

kesejahteraan mereka dengan mendapatkan keuntungan dari keuntungan dana yang diinvestasikan. Investor dapat memperoleh keuntungan dari *return* berupa dividen yang dibagikan. Besarnya dividen yang dibagikan oleh perusahaan kepada para pemegang sahamnya dapat memengaruhi minat investor untuk membeli saham perusahaan tersebut dan berdampak pada harga saham.

4) Pertumbuhan penjualan perusahaan

Peningkatan penjualan menyebabkan peningkatan laba yang dihasilkan perusahaan. Informasi mengenai peningkatan penjualan perusahaan akan diterima secara positif oleh investor yang membeli saham, sehingga menyebabkan peningkatan harga saham dan peningkatan nilai perusahaan.

5) Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan adalah faktor yang dapat memengaruhi perolehan laba. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin mudah memperoleh pendanaan dari sumber internal dan eksternal.

c. Tujuan Nilai Perusahaan

Tujuan nilai perusahaan adalah untuk memberikan penjelasan mengenai situasi perusahaan saat ini kepada pihak luar (pemegang saham, masyarakat, dan calon investor) dengan menggunakan indikator harga saham. Harga saham yang tinggi

maupun rendah berdampak pada bagaimana calon investor memandang perusahaan. Nilai saham akan memungkinkan calon investor untuk menentukan apakah layak untuk melakukan investasi di perusahaan tersebut. Pengembalian yang lebih tinggi kepada investor berarti nilai saham perusahaan tinggi. Prinsip yang memungkinkan suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dalam memaksimalkan kepuasan investor melalui peringkat pasar yang tinggi (Franita, 2018).

Nilai sebuah perusahaan menjadi penting karena bisa menjadi cermin kekayaan pemegang saham. Harga saham suatu perusahaan ketika mengalami kenaikan, maka nilai perusahaan pun akan meningkat. Kemampuan dalam mengelola bisnis dan memenuhi target keuntungan dapat menjadi indikator peningkatan nilai perusahaan. Mengoptimalkan nilai perusahaan sangat penting jika perusahaan ingin bersaing dan bertahan dalam ekonomi yang terus berubah. Usaha ini akan membutuhkan pendekatan yang rasional dan penggunaan sumber daya perusahaan yang optimal (Putri Nur Fitri & Haryati, 2022).

d. Indikator Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan bisa diukur dengan beberapa pendekatan yang sebelumnya pernah dianalisis oleh Hernita (2019), diantaranya:

1) *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio (PER) ialah rasio harga saham terhadap pendapatan pemegang saham. Peningkatan PER mengarah pada peningkatan pertumbuhan, yang pada gilirannya mengarah pada peningkatan nilai perusahaan. PER bisa dihitung dengan memakai rumus sebagai berikut :

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

2) *Price to Book Value* (PBV)

Price to Book Value (PBV) ialah perbandingan antara harga saham dan nilai pasarnya. Nilai buku adalah sumber daya bersih perusahaan. PBV dapat dihitung dengan menggunakan rumus, sebagai berikut :

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

3) Rasio Tobin's Q

Secara umum rasio Tobin's Q difungsikan untuk mengukur nilai perusahaan. Rasio ini memungkinkan untuk memperkirakan nilai perusahaan dari segi eksistensi dan kelangsungan hidupnya. Tobin's Q juga dapat merepresentasikan efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan seluruh asetnya. Rasio Tobin's Q mengacu pada rasio antara nilai perusahaan dan nilai asetnya. Rasio Tobin's Q, jika angka yang diperoleh lebih tinggi dari angka

sebelumnya, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mengelola aset mereka dengan lebih baik dan dengan demikian meningkatkan profitabilitas mereka (Dzahabiyya *et al.*, 2020). Rasio Tobin's Q dianalisis untuk perusahaan keuangan atau perusahaan di sektor jasa, dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$Q = \frac{MVS + D}{TA}$$

Keterangan :

MVS atau Nilai Pasar Ekuitas diperoleh dari :

Nilai pasar ekuitas : Harga saham penutupan akhir tahun x
jumlah saham yang beredar akhir
tahun

Debt diperoleh dari :

$$\text{Debt} = (\text{AVCL} - \text{AVCA}) + \text{AVLTD}$$

AVCL : Kewajiban lancar perusahaan

AVCA : Aktiva lancar

AVLTD : Kewajiban jangka panjang

Menurut Dzahaabiyya *et al.*, (2020) skors dari Tobin's Q rasio antara lain :

- a) Jika hasil Tobin's $Q > 1$ berarti manajemen perusahaan berhasil dalam mengelola aktiva atau aset perusahaan, *Overvalued*
- b) Jika hasil Tobin's $Q < 1$ berarti manajemen perusahaan telah gagal dalam mengelola aktiva atau aset perusahaan, *Undervalued*
- c) Jika hasil Tobin's $Q = 1$ berarti manajemen perusahaan *Stagnan* dalam pengelolaan aset perusahaan, *Average*

3. Green Banking

a. Pengertian Green Banking

Green Banking adalah pendekatan perbankan yang berfokus pada pelestarian lingkungan dalam kegiatan pembiayaan atau pemberian kredit operasionalnya. Pertumbuhan berkelanjutan didefinisikan sebagai pertumbuhan yang mencegah penurunan kapasitas produksi di masa depan. Ketersediaan sumber daya, baik sumber daya alam, manusia, teknologi, maupun sumber daya lainnya, sangat penting bagi kapasitas produksi. Tujuannya untuk memenuhi kebutuhan saat ini sambil menjaga kapasitas generasi mendatang untuk melakukan tindakan yang sama. Hal ini disebut juga dengan pembangunan berkelanjutan (Pratiwi *et al.*, (2023)

Konsep *Green Banking* memiliki dua aspek, yaitu penyaluran kredit dan kegiatan operasional. Penyaluran kredit oleh bank kepada para pengusaha, dengan mempertimbangkan

dampaknya terhadap lingkungan. Kegiatan operasional bank untuk menerapkan praktik *Green Banking* dalam bekerja sehari-hari. Satu diantara banyaknya bentuk *Green Banking* ialah dengan menggunakan *Online Banking* daripada *Branch Banking* (cabang perbankan). Hal ini dapat menjadi upaya pengurangan sampah kertas, yang dapat mengurangi *deforestation* atau kulit kayu (Nurmalia, 2021).

Peningkatan kinerja yang berkelanjutan memiliki dampak yang menguntungkan bagi pembangunan ekonomi. Pengembangan strategi pembiayaan ramah lingkungan, inovasi dan alokasi dana bertujuan untuk mengurangi risiko yang terkait dengan perekonomian berkelanjutan. Pencarian terus menerus akan dampak positif dari pembiayaan lingkungan hidup terhadap pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi ekologis diperkuat oleh peningkatan konsumsi sumber daya alam. Untuk memastikan keberlanjutan jangka panjang, pihak berwenang perlu mengembangkan strategi keuangan dan tindakan untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang tersedia (Norocel, 2024).

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Green Banking*

Faktor-faktor yang mempengaruhi *Green Banking*, yaitu aspek lingkungan. Upaya dalam rangka meminimalkan dampak negatif terhadap aspek lingkungan dalam pengambilan keputusan,

bank dapat mengurangi dampak negatifnya. Cara penerapannya yaitu dengan perbankan hijau yang sudah pernah jadi sebuah tantangan bagi beberapa bank komersial, hal tersebut disebabkan oleh keadaan dimana mereka khawatir hal ini akan meningkatkan pengeluaran dan mengganggu operasi normal mereka (Nurmalia, 2021).

Menurut Nurmalia (2021) beberapa faktor yang menjadi pengaruh *Green Banking*, sebagai berikut :

1) Alam (*Nature*)

Alam memainkan peran penting karena jika lingkungan dilestarikan bisnis dapat terus berkembang dan tumbuh. Contohnya komitmen sektor perbankan terhadap undang-undang perlindungan lingkungan adalah pengenalan langkah-langkah “*go green*” yang melarang penggunaan bahan bakar fosil dan produk yang menimbulkan polusi selain minyak atsiri.

2) Kesejahteraan (*Well-Being*)

Kesejahteraan berarti kedamaian, keamanan, dan ketenangan. Reputasi perusahaan akan ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas hidup penduduk setempat. Hal ini membuat kesejahteraan menjadi isu yang krusial, karena hal tersebut dapat memberikan dampak positif bagi pelaku ekonomi, sosial, masyarakat, dan sosial.

3) Ekonomi (*Economy*)

Ekonomi memainkan peran penting dalam membantu menciptakan sistem produksi, konsumsi, investasi, pembelanjaan, ekspor dan impor yang lebih ramah lingkungan. Ekonomi lokal pada posisi menguat, maka pembangunan dapat berjalan tanpa hambatan, karena pelanggan, posisi dan reputasi perusahaan cenderung meningkat.

4) Masyarakat (*Society*)

Sekelompok orang yang relatif mandiri yang hidup bersama dalam jangka waktu yang cukup lama, mengembangkan wilayah mereka sendiri menggunakan bahasa yang sama, dan melakukan sebagian besar kegiatan mereka di dalam komunitas. Hal ini dapat dicapai oleh sektor perbankan, yang terlibat dalam *Green Banking* dengan mendorong masyarakat untuk mengadopsi perilaku yang lebih ramah lingkungan.

c. Tujuan *Green Banking*

Kegiatan perbankan selain membantu dan mengembangkan kegiatan yang lebih ramah lingkungan, *Green Banking* juga bertujuan untuk membantu mengurangi *carbon footprint* dari kegiatan perbankan. *Carbon footprint* juga dikenal sebagai jejak karbon yang mewakili dampak dari kegiatan operasional terhadap

lingkungan. Hal ini berkaitan dengan jumlah gas rumah kaca yang dihasilkan dalam aktivitas bisnis tertentu, seperti penggunaan bahan bakar fosil untuk menghasilkan listrik, pemanas, transportasi, dan sebagainya. Selain memberikan dampak positif bagi lingkungan, konsep ini juga akan memberikan manfaat bagi perusahaan perbankan dengan meningkatkan efisiensi operasi, mengurangi kesalahan manual, dan mencegah penipuan (Asfahaliza & Anggraeni, 2022)

d. Indikator *Green Banking*

Menurut Nurmalia (2021) terdapat indikator *Green Banking* yang berfokus *Green Coin Rating* (GCR) atau peringkat koin hijau tersebut mempunyai enam poin, yaitu :

1) *Carbon Emisi*

Carbon Emisi merupakan residu pembakaran bensin dalam sistem pembakaran internal, eksternal, dan mesin jet yang dievakuasi oleh sistem pembuangan mesin, termasuk bahan bakar, penggunaan listrik, dan lainnya.

2) *Green Reward*

Green Reward adalah sebuah perusahaan yang beretika dan ramah lingkungan yang diciptakan untuk memberikan penghargaan kepada individu atau perusahaan atas komitmen mereka terhadap keberlanjutan.

3) *Green Building*

Green Building merupakan tempat tinggal dan ruang kerja yang sehat dan nyaman, sekaligus ekologis dalam desain, konstruksi, dan penggunaannya dengan dampak minimal terhadap lingkungan.

4) *Reuse*

Reuse merupakan konsep menggunakan dan mengubah limbah menjadi benda atau produk baru yang bermanfaat.

5) *Paper Work atau Paperless*

Paper Work atau Paperless merupakan langkah yang bertujuan untuk mengurangi penggunaan kertas dalam tugas-tugas administratif khususnya di sektor perbankan.

6) *Green Investment*

Green Investment terdiri dari investasi pada perusahaan atau proyek investasi yang berfokus pada pelestarian sumber daya alam, produksi dan penelitian Energi Baru dan Terbarukan (EBT), pelaksanaan proyek air dan udara bersih, dan juga segala kegiatan yang berkaitan dengan investasi tetapi lebih ramah terhadap lingkungan.

Menganalisis informasi *Green Banking* dapat menggunakan *Green Banking Disclosure Indeks* (GBDI) yang dikembangkan oleh (Bose *et al.*, 2018). Terdapat 21 item

pengungkapan *Green Banking* oleh perbankan, yang dipaparkan sebagai berikut :

Tabel 2.1 Item *Green Banking Disclosure Indeks* (GBDI)

ITEM	
GBDI-1	Kebijakan bank terhadap pelestarian lingkungan alam, maupun kepedulian serta kesadaran bank terhadap pelestarian lingkungan alam dan/atau kebijakan penanganan perubahan iklim.
GBDI-2	Pembiayaan proyek klien juga berdasarkan isu-isu lingkungan, tidak hanya berdasarkan kriteria keuangan. Informasi berkaitan proyek ramah lingkungan (proyek energi terbarukan, pabrik biogas, pembangunan stasiun gas alam terkompresi (CNG), lapangan batu bata, dll) dan kegiatan pemantauan inisiatif lingkungan klien (instalasi pengolahan limbah, fasilitas daur ulang, dan unit penahan asap dan gas).
GBDI-3	Pengurangan penggunaan kertas atau <i>paperless</i> , komunikasi internal menggunakan email, cetakan dua sisi dan kertas daur ulang.
GBDI-4	Adopsi kebijakan dan teknologi untuk mengurangi penggunaan dan pemborosan air dan gas dalam operasi internal bank <i>electronic office</i> (menggunakan keran hemat air).
GBDI-5	Penggunaan material ramah lingkungan seperti kertas daur ulang, penggunaan sistem tenaga surya.
GBDI-6	Konservasi energi dari operasi bisnis seperti penghematan listrik melalui penerapan lampu hemat energi.
GBDI-7	Upaya mengurangi dampak perubahan iklim dan emisi oleh karyawan, semisal dengan memangkas perjalanan bisnis karyawan.
GBDI-8	Informasi tentang <i>green product</i> bank untuk mengurangi emisi karbon seperti perbankan online, Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dan <i>mobile banking</i> .
GBDI-9	Pelaporan mengenai inisiatif dan keterlibatan bank dalam mengoperasikan jejaring pada masalah lingkungan, misalnya keanggotaan atau hubungan dengan kelompok “hijau” dan badan pemerintah, LSM, dll.
GBDI-10	Evaluasi secara kompeten terhadap dampak , yang ditimbulkan oleh bisnis klien terhadap lingkungan sebelum memberi sanksi kepada fasilitas pembiayaan

GBDI-11	Pengorganisasian kegiatan untuk ,meningkatkan kesadaran lingkungan bagi masyarakat, seperti seminar, lokakarya atau pelatihan.
GBDI-12	Informasi penghargaan yang diberikan kepada bank atas peran sebagai bank yang ramah lingkungan, kontribusi terhadap perbaikan lingkungan, dan keunggulan dalam praktik pelaporan lingkungan
GBDI-13	Informasi klien atau mitra bank yang menerima penghargaan atas inisiatif pelestarian lingkungan.
GBDI-14	Keterlibatan bank dalam mendukung fasilitas yang sejalan dengan program lingkungan, seperti memulihkan dan melestarikan bangunan/cagar budaya, dan kontribusi tunai atau non-tunai untuk mempercantik kota dengan penanaman pohon.
GBDI-15	Informasi tentang pembentukan dana, perubahan iklim
GBDI-16	Pengaturan <i>green branch</i> , untuk tujuan efisiensi operasional.
GBDI-17	Internalisasi <i>green marketing</i> pada media komunikasi internal, seperti “Tanam Pohon, Selamatkan Lingkungan” pada kop surat atau media komunikasi lainnya.
GBDI-18	Prakarsa dan keterlibatan bank untuk mendorong dan melatih karyawannya mengenai <i>green movement</i> dengan memberikan program pendidikan dan mendorong karyawan untuk aktif mengambil bagian dalam “ <i>green operation</i> ”.
GBDI-19	Jumlah anggaran yang dialokasikan setiap tahun untuk praktik <i>green banking</i> .
GBDI-20	Jumlah aktual yang dibelanjakan untuk berbagai, program <i>green banking</i> .
GBDI-21	Penggunaan halaman terpisah untuk pelaporan <i>green banking</i> dalam laporan tahunan.

Sumber : Bose *et al.*, (2018)

Tabel 2.1 diatas menjelaskan bahwa *Green Banking Disclosure Indeks* dengan menghitung 21 (dua puluh satu) item. Ketentuannya meliputi ketentuan skor 1 apabila menyebutkan dan skor 0 jika tidak menyebutkan. *Green Banking Disclosure Indeks* dapat dilihat di laporan keberlanjutan dan laporan tahunan perusahaan. Analisis dilakukan dengan menggunakan *content analysis* dan mendeskripsikan berbagai aspek pengungkapan *Green*

Banking berdasarkan indikator *Green Banking Disclosure Indeks*. Item *Green Banking Disclosure Indeks* diatas sudah mencakup keenam indikator dari *Green Banking* (Winarto *et al.*, 2021). Indikator-indikator *Green Banking* yang disebutkan dalam laporan tahunan perusahaan disusun dengan menggunakan pendekatan yang sama dengan yang dipakai di dalam penelitian ini. Rumus *Green Banking* sebagai berikut :

$$GBD = \sum_{i=1}^n di$$

Keterangan :

GBD : Pengungkapan *Green Banking* bank i tahun t

di : 1 jika melaporkan, 0 jika tidak melaporkan

n : Jumlah pengungkapan indikator *Green Banking* yang diharapkan

4. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

a. *Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) mencakup tanggung jawab ekonomi kepada pemegang saham serta tanggung jawab kepada pemangku kepentingan lainnya. CSR mengacu pada komitmen perusahaan untuk berperilaku yang lebih baik, mematuhi hukum, dan berpartisipasi atau ikut serta untuk

meningkatkan ekonomi sekaligus mengusahakan sejahteranya kualitas hidup karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal, dan masyarakat secara keseluruhan. Melalui CSR, perusahaan tidak hanya berfokus pada sisi finansial, yaitu mencari keuntungan, tetapi juga pada kelestarian lingkungan dan masyarakat sekitar. Sebagian dari masyarakat menganggap bahwa perusahaan tidak memperhitungkan aspek kualitas hidup terbaik bagi masyarakat sekitar, melainkan justru mengalami konsekuensi negatif, maka hal ini akan menimbulkan citra negatif perusahaan di mata masyarakat. Hal ini akan menimbulkan resistensi di kalangan penduduk, yang akan berdampak pada kualitas hubungan antara perusahaan dan masyarakat (Tarmadi Putri & Mardenia, 2019).

CSR ialah tanggung jawab dan tanggung jawab sosial perusahaan untuk memberikan bantuan untuk memperbaiki situasi sosial. *Corporate Social Responsibility* (CSR) ialah tanggung jawab perusahaan untuk mengurangi kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh aktivitas mereka. Perusahaan mengambil lebih banyak tanggung jawab terhadap lingkungan mereka, sebab dapat meningkatkan citra mereka. Tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban bisnis untuk berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dengan bekerja sama dengan karyawan perusahaan, keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan untuk

meningkatkan kualitas hidup. Pendekatan ini harus diperhitungkan oleh perusahaan dalam upaya mereka untuk mencapai pertumbuhan ekonomi (Anggi & Rita, 2018).

Tanggung jawab sosial perusahaan sangat penting untuk menjaga keselarasan antara perusahaan dan lingkungannya. Menurut Bank Dunia, CSR merujuk pada komitmen perusahaan untuk berkontribusi bagi pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, dengan bekerja sama dengan karyawan dan perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat pada umumnya, untuk meningkatkan kualitas hidup, dengan cara yang bermanfaat bagi bisnis dan pembangunan. Sejalan dengan praktik CSR dalam budaya Asia (Istianingsih *et al.*, 2020).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah konsep tanggung jawab perusahaan yang menjanjikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, dengan memperhatikan keseimbangan antara aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan kolaborasi antara perusahaan dan bukan hanya perseroan terbatas dengan seluruh pemangku kepentingan yang terlibat, baik secara individu maupun kolektif yang berinteraksi dengan perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memastikan kelangsungan hidup dan keberlanjutan kegiatannya. Idenya serupa dengan komitmen sosial dan lingkungan yang terdiri dari

keterlibatan dalam membangun ekonomi yang berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan bagi perusahaan, komunitas lokal, dan masyarakat setempat (Sulistiyowati *et al.*, 2022).

b. Faktor-Faktor Yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Faktor yang menjadi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu *triple bottom lines*. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan untuk menghasilkan keuntungan, akan tetapi juga membantu dengan kontribusi kepada masyarakat dan berperan aktif untuk melestarikan lingkungan, yang membutuhkan pendekatan yang seimbang antara aspek lingkungan, aspek ekonomi, dan aspek sosial (Putri Nur Fitri & Haryati, 2022).

Menurut Herawati (2019) faktor yang mempengaruhi CSR, antara lain :

1) Usia Perusahaan

Lamanya perusahaan berdiri menentukan seberapa lama perusahaan tersebut telah berkecimpung di dunia bisnis, yang berdampak pada tingkat pengalamannya dalam menghadapi persaingan. Perusahaan dengan sejarah yang lebih panjang cenderung menyediakan informasi bisnis yang lebih luas dan lebih dalam daripada perusahaan yang baru berdiri.

2) Jenis Industri

Jenis industri merupakan perbedaan kegiatan usaha perusahaan. Sebagian besar jenis industri perusahaan masuk ke dalam dua kategori utama : yang pertama adalah industri keuangan, yang meliputi bank, lembaga pembiayaan, perusahaan sekuritas dan bursa, dan perusahaan asuransi. Kedua, perusahaan-perusahaan di industri non-keuangan termasuk perusahaan-perusahaan di industri tekstil, konsumen, industri dasar dan kimia.

3) Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan ialah suatu bagian yang mengklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan menurut berbagai kriteria, seperti pendapatan, total aktiva dan total modal. Besar kecilnya pendapatan, total aset dan modal sendiri merupakan penegasan dari solidaritas perusahaan.

4) Permintaan Karyawan

Permintaan karyawan merupakan proses dimana perusahaan mencari individu dengan keterampilan, pengetahuan, dan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan organisasi.

5) Kebijakan Pemerintah

Implementasi kebijakan pemerintah tidak terbatas pada

kelompok tertentu, tetapi akan memberikan dampak yang cukup besar bagi kehidupan masyarakat. Kebijakan pemerintah disusun dengan baik, maka akan membantu tercapainya tujuan pendidikan yang telah ditetapkan. Kebijakan pemerintah disusun tanpa mengikuti prosedur, maka akan berdampak pada kualitas pendidikan.

6) Budaya Organisasi

Budaya organisasi dapat didefinisikan sebagai seperangkat nilai, kepercayaan, asumsi atau standar yang telah ditetapkan dalam jangka waktu yang lama dan diterima serta diikuti oleh anggota organisasi. Nilai-nilai ini digunakan sebagai panduan untuk berperilaku dan memecahkan masalah organisasi.

7) Permintaan Pelanggan

Pengelolaan bisnis dalam perusahaan, manajemen stok dianggap sebagai perhatian utama oleh para manajer, karena sulit untuk mengelola dan mengontrol stok setelah penjualan. Hal ini karena sulit untuk menentukan kapan suku cadang perlu dipesan dan berapa volumenya, karena ketidakpastian dalam permintaan pelanggan, terutama sebagai akibat dari perubahan pesanan dan keadaan yang tidak terduga.

c. Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ialah untuk menciptakan masyarakat yang berkapasitas tinggi. Semua tindakan CSR sangat penting yang berfokus pada peningkatan partisipasi masyarakat. Meskipun perusahaan sudah mulai melakukan penerapan CSR, tampaknya masih sulit untuk memberikan bentuk konkret pada pertimbangan demokrasi sosial. Hal yang sama juga terjadi pada model CSR yang masih lebih banyak berfokus pada kegiatan amal daripada menciptakan kegiatan yang bersifat produktif. Sebagian orang masih cenderung membatasi diri mereka untuk mendapatkan keterampilan atau keahlian, karena sering kali seseorang diberikan uang dan bantuan, bukan keterampilan atau *skill* (Saleh & Sihite, 2020).

Tujuan sebuah perusahaan dalam menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR), diantaranya adalah meningkatkan reputasi perusahaan di mata publik, memperkuat *brand* mereka di mata publik, dan membedakan perusahaan dengan kompetitor. Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk masyarakat antara lain untuk meningkatkan kesehatan warga sekitar dan melestarikan lingkungan, serta menciptakan struktur sosial yang bermanfaat bagi masyarakat (Putri Nur Fitri & Haryati, 2022).

d. Indikator *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) ialah komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam meningkatkan kualitas hidup melalui kerja sama dengan perusahaan-perusahaan yang sukses, keluarga mereka, komunitas lokal, dan masyarakat secara keseluruhan. Menurut GRI G4, indikator kinerja ekonomi terdiri dari 9 item, indikator kinerja lingkungan 34 item, dan indikator kinerja sosial 48 item. Penerapan standar GRI G4 diharapkan dapat membantu perbankan untuk memahami dan mengkomunikasikan implikasi ekonomi dari isu-isu keberlanjutan perbankan. Melalui penerapan GRI G4 oleh perbankan, diharapkan perusahaan dapat menghasilkan laporan keberlanjutan yang terstandarisasi yang dihasilkan dapat berguna dan dapat diandalkan oleh para pemangku kepentingan (Hadyarti & Mahsin, 2020). Indikator *Corporate Social Responsibility* (CSR) ialah konsep yang sangat penting bagi perusahaan. tujuannya adalah untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, memenuhi perjanjian pinjaman dan memenuhi harapan publik terhadap perusahaan (Nawang Sari & Ika Nugroho, 2019). Ketiga indikator tersebut memiliki arti penting yang berbeda, yaitu :

1) Kinerja Ekonomi

Indikator kinerja ekonomi adalah indikator kinerja ekonomi perusahaan yang relatif berubah setiap tahunnya. Indikator

efisiensi ekonomi akan disajikan dalam laporan tahunan perusahaan yang menyajikan tingkat pengembalian atau tingkat profitabilitas perusahaan, serta kondisi ekonomi yang menguntungkan dan yang menghasilkan keuntungan bagi perusahaan, baik secara lokal maupun internasional. Hal ini mencakup berbagai item aspek ekonomi, keberadaan pasar, dan konsekuensi ekonomi dari pasar. Item dari perolehan dan distribusi ekonomi langsung meliputi pendapatan, pengeluaran, donasi, dan *stakeholder* (Nawang Sari & Ika Nugroho, 2019).

2) Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan adalah mendorong perusahaan untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan ke dalam operasi dan interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan, dengan demikian melampaui tanggung jawab hukum mereka. Melalui kinerja lingkungan, perusahaan dapat menjamin keselarasan lingkungan dalam semua aktivitas, produk dan layanannya, sehingga dapat mencapai kinerja yang tinggi. Penerapan indikator kinerja lingkungan dimaksudkan untuk mengurangi jumlah limbah atau mengantisipasi pencemaran yang diakibatkan oleh kegiatan operasional perusahaan, sekaligus meningkatkan profitabilitas perusahaan (Nawang Sari & Ika Nugroho, 2019).

3) Kinerja Sosial

Indikator kinerja sosial adalah indikator yang mengevaluasi kinerja sosial. Kinerja sosial mencakup berbagai topik seperti tenaga kerja, hak asasi manusia, tanggung jawab produk dan perusahaan. Komitmen sosial dapat meningkatkan keuntungan dengan membangun hubungan dengan karyawan dalam kegiatan operasional perusahaan (Nawang Sari & Ika Nugroho, 2019).

Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks (CSRDI) menurut GRI G4 terdapat 91 item pengungkapan yang masing-masing mencakup ketiga indikator CSR.

Tabel 2.2 Item Pengungkapan *Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks* (CSRDI)

KATEGORI EKONOMI		
a. Kinerja ekonomi	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan
	EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang
	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program
	EC4	Bantuan financial yang diterima dari
b. Keberadaan pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (<i>entry level</i>) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
	EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan
c. Dampak ekonomi tidak langsung	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
	EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
d. Praktik pengadaan	EC9	Perbandingan dari pembelian pemasok lokal di operasional yang signifikan

KATEGORI LINGKUNGAN		
a. Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau Volume
	EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
b. Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
	EN4	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN5	Intensitas energi
	EN6	Pengurangan konsumsi energi
c. Air	EN7	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
	EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
	EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
d. Keanekaragaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola di dalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar
	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
	EN14	Jumlah total spesies dalam <i>iucn red list</i> dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
e. Emisi	EN15	Emisi Gas Rumah Kaca (GRK) langsung (cakupan 1)
	EN16	Emisi Gas Rumah Kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2)
	EN17	Emisi Gas Rumah Kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3)
	EN18	Intensitas emisi Gas Rumah Kaca (GRK)
	EN19	Pengurangan emisi Gas Rumah Kaca (GRK)
	EN20	Emisi Bahan Perusak Ozon (BPO)
	EN21	NOX, SOX, dan emisi udara signifikan lainnya
f. Efluen dan Limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan

	EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	EN24	Jumlah dan volume total tambahan signifikan
	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi basel 2 lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkait dampak dari pembuangan dan air limpasan dari organisasi
g. Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap lingkungan produk dan jasa
	EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori
h. Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpastian terhadap UU dan peraturan lingkungan
i. Transportasi	EN30	Dampak terhadap lingkungan sangat signifikan untuk pengangkutan barang dan komoditas serta bahan baku untuk organisasi operasi dan pengangkutan tenaga kerja
j. Lain – lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi untuk langkah-langkah perlindungan untuk lingkungan hidup berdasarkan jenisnya
k. Lingkungan sekitar pemasok assesmen	EN32	Persentase penapisan pemasok pendatang baru yang menggunakan kriteria lingkungan
	EN33	Dampak negatif terhadap lingkungan cukup signifikan baik di area rantai pasokan saat ini maupun di area potensial dan kegiatannya
l. Mekanisme untuk menangani masalah di lingkungan	EN34	Berbagai pertanyaan mengenai dampak lingkungan diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui metode pengaduan resmi

KATEGORI SOSIAL		
SUB-KATEGORI : PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
a. Kepegawaian	LA1	Secara keseluruhan dan dalam kaitannya dengan perekrutan karyawan baru dan pergantian karyawan berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin, dan wilayah
	LA2	Tunjangan untuk karyawan purna minggu tidak diberikan kepada karyawan sementara atau karyawan paru minggu berdasarkan operasi lokal yang signifikan
	LA3	Tingkat aktivitas dan tingkat retensi setelah melahirkan tergantung pada jenis kelamin
b. Hubungan Industrial	LA4	Setidaknya satu tenggat waktu untuk pemberitahuan perubahan prosedur operasional termasuk apakah hal ini disetujui dalam perjanjian
c. Kesehatan dan keselamatan kerja	LA5	Persentase jumlah karyawan yang diwakili dalam komite bersama dengan manajer formal yang membantu memantau dan memberikan saran tentang program kesehatan dan keselamatan
	LA6	Jenis dan tingkat cedera penyakit akibat kerja kehilangan hari kerja, dan jumlah total kematian akibat berdasarkan wilayah dan jenis kelamin
	LA7	Karyawan yang sering menderita atau beresiko tinggi menderita penyakit yang berhubungan dengan pekerjaan
	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
d. Pelatihan dan pendidikan	LA9	Tingkat jam pelatihan per tahun berdasarkan jenis kelamin dan kategori karyawan
	LA10	Program “Keterampilan Manajemen dan Pembelajaran Sepanjang Hayat” mendukung pekerjaan jangka panjang para karyawan dan membantu mereka untuk mengelola masa depan mereka
	LA11	Persentase karyawan yang menerima tinjauan kinerja dan pengembangan karier secara berkala berdasarkan jenis kelamin dan kategori
e. Keberagaman dan	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan berdasarkan

kesetaraan peluang		kategori: karyawan berdasarkan jenis kelamin, kelompok usia, kelompok minoritas, dan indikator keragaman lainnya
f. Kesetaraan remunerasi perempuan dan laki-laki	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi untuk perempuan dibandingkan dengan laki-laki dalam kategori karyawan, berdasarkan situasi operasi setempat adalah signifikan
g. Asesmen pemasok terkait praktik ketenagakerjaan	LA14	Persentase penapisan pemasok baru dengan kriteria praktik yang berlaku di industri pembatalan
	LA15	Terdapat dampak negatif aktual dan potensial pada praktik pembatalan pekerjaan di bawah rantai pemasok dan tindakan
	LA16	Jumlah pengaduan yang diajukan ditangani dan diselesaikan terkait praktik pemecatan dan refundasi
SUB-KATEGORI : HAK ASASI MANUSIA		
a. Investasi	HR1	Jumlah dan persentase dari perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang masing-masing dicantumkan dalam klausul berdasarkan hak rakyat dan penapisan berdasarkan hak rakyat
	HR2	Durasi pelatihan staf tentang kebijakan atau proses Hak Asasi Manusia yang terkait dengan aspek Hak Asasi Manusia yang relevan dengan operasi termasuk jumlah staff yang telah dilatih
b. Non-diskriminasi	HR3	Diskriminasi internal total dan tindakan korektif
c. Kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama	HR4	Operasi pemasok mengidentifikasi potensi atau pelanggaran beresiko tinggi terhadap hak untuk menjalankan kebebasan berekspresi dan kerja keras kontrak serta langkah-langkah untuk mempromosikan hak-hak ini
d. Pekerja anak	HR5	Operasi dan pemasok yang tidak diidentifikasi memiliki risiko tinggi terhadap eksploitasi karyawan. Selain itu, langkah-langkah sedang diambil untuk berkontribusi pada pemindahan karyawan secara efektif
e. Pekerja paksa atau wajib kerja	HR6	Operasi dan pemasok dengan risiko tinggi melakukan kerja paksa atau kerja wajib dan langkah-langkah untuk berpartisipasi

		dalam penghapusan segala bentuk kerja paksa atau kerja wajib
f. Praktik pengamanan	HR7	Persentase orang yang dilatih dalam proses pengorganisasian kebijakan atau hak-hak asasi manusia yang relevan dengan operasi
g. Hak adat	HR8	Sejumlah tindakan ilegal yang mencakup hak warga negara dan tindakan yang diperlukan
h. Asesmen	HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah dilakukan (tinjauan atau assesmen dampak hak asasi manusia)
i. Asesmen pemasok atas hak asasi manusia	HR10	Persentase penapisan pemasok pendatang baru yang melakukan kriteria orang hak asasi
	HR11	Ada dampak negatif dan berpotensi signifikan terhadap hak-hak asasi manusia di bawah rantai pemasok dan tindakan-tindakannya
j. Mekanisme pengaduan masalah hak asasi manusia	HR12	Jumlah pertanyaan yang diajukan, diproses, dan diselesaikan terkait dampak terhadap hak atas keberadaan manusia melalui metode penyelidikan formal
SUB-KATEGORI : MASYARAKAT		
a. Masyarakat lokal	SO1	Persentase operasi dilakukan melalui partisipasi penduduk setempat sementara program pengembangan juga dilaksanakan
	SO2	Operasi dengan dampak negatif saat ini dan berpotensi memberikan dampak yang signifikan terhadap penduduk setempat
b. Anti korupsi	SO3	Jumlah dan persentase operasi yang terkait dengan risiko yang berhubungan dengan korupsi dan risiko dengan materialitas yang signifikan
	SO4	Komunikasi dan pelatihan tentang kebijakan dan proses anti-korupsi
	SO5	Bagian dalam korupsi yang terdeteksi dan tindakan yang diambil
c. Kebijakan publik	SO6	Nilai total kebijakan ekonomi berdasarkan negara dan penerima manfaat/penerima
d. Anti persaingan	SO7	Total tindakan hukum sehubungan dengan anti persaingan, anti monopoli dan praktik monopoli dan konsekuensinya
e. Kepatuhan	SO8	Nilai denda moneter yang signifikan serta jumlah total pembayaran kompensasi non-moneter dalam hal ilegalitas

f. Asesmen pemasok atas dampak terhadap masyarakat	SO9	Persentase penapisan pemasok pendatang baru dengan menggunakan kriteria pengaruh terhadap masyarakat
	SO10	Persentase dampak negatif saat ini dan berpotensi signifikan terhadap populasi dalam konteks rantai pasokan dan tindakan
g. Mekanisme pengaduan dampak terhadap masyarakat	SO11	Jumlah pertanyaan yang diajukan, ditangani, dan diproses terkait dampak pandemi terhadap mereka yang terkena dampak di masyarakat di hitung dengan menggunakan metode pandemi resmi
SUB-KATEGORI : TANGGUNGJAWAB ATAS PRODUK		
a. Kesehatan keselamatan pelanggan	PR1	Persentase produk dan jasa yang memiliki dampak signifikan terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai dapat meningkatkan efisiensi
	PR2	Jumlah total ketidak konsisten internal dalam hal peraturan dan kode sukarela yang memengaruhi dampak kesehatan dan sanitasi produk dan masa pakai berdasarkan <i>genre</i>
b. Pelabelan produk dan jasa	PR3	Jenis informasi tertentu tentang produk dan layanan yang harus diwajibkan oleh praktik organisasi dan kategori persentase tertentu dari produk dan layanan yang signifikan harus memenuhi persyaratan pemisahan informasi
	PR4	Jumlah total ketidaksesuaian terkait dengan peraturan dan koda sukarela sehubungan dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa sesuai dengan hasil
	PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
c. Komunikasi pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau diharamkan
	PR7	Jumlah insiden ketidaksesuaian yang berkaitan dengan peraturan dan koda sukarela sehubungan dengan komunikasi pemasaran termasuk iklan, promosi, dan <i>sponsorship</i> menurut jenisnya
d. Privasi pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti mengenai pelanggaran privasi dan data pelanggan yang hilang

e. Kepatuhan	PR9	Nilai denda moneter yang berdampak signifikan terhadap ketidakpatuhan terhadap peraturan dan ketentuan yang berlaku
--------------	-----	---

Sumber : GRI G4

Tabel 2.2 diatas menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks* dengan menghitung 91 (sembilan puluh satu) item. Ketentuannya dengan memberikan skor 1 jika mengungkapkan dan skor 0 diberikan jika tidak mengungkapkan. *Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks (CSRDI)* dapat dilihat di laporan keberlanjutan dan laporan tahunan perusahaan. Pedoman manajemen keberlanjutan berdasarkan GRI, ditinjau secara berkala memberikan pedoman terbaik dan terkini untuk manajemen keberlanjutan yang baik dan efektif. GRI G4 memiliki fitur-fitur yang membuat panduan ini menjadi lebih populer, baik bagi pembuat laporan yang sudah berpengalaman maupun bagi mereka yang baru mengenal manajemen keberlanjutan (Faiqoh & Mauludy, 2019). Rumus *Corporate Sociaal Responsibility (CSR)* sebagai berikut :

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

Keterangan :

CSRj : *Corporate Social Responsibility Indeks* Perusahaan

n_j : Jumlah item untuk perusahaan

X_{ij} : 1 jika item diungkapkan dan 0 : jika item tidak diungkapkan

5. *Growth Opportunity*

a. *Pengertian Growth Opportunity*

Pertumbuhan perusahaan terkait dengan perkembangan total aset (peningkatan atau penurunan) perusahaan. Peningkatan pertumbuhan perusahaan menyebabkan peningkatan permintaan pembiayaan untuk pengembangannya, yang berarti peningkatan pertumbuhan berdampak positif pada keberlanjutan perusahaan (Kartolo & Tanusdjaja, 2019). Tingkat pertumbuhan perusahaan mencerminkan sejauh mana perusahaan menggunakan hutang sebagai sarana pembiayaan. Pertumbuhan perusahaan sangat ditunggu-tunggu oleh pihak internal maupun eksternal, karena merupakan indikator perkembangan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan bagi investor merupakan indikator pertumbuhan perusahaan, dan mereka berharap bahwa tingkat pengembalian atas investasi yang dilakukan merupakan pertanda kemajuan yang positif (Suastra *et al.*, 2023).

b. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Growth Opportunity*

Growth Opportunity merupakan faktor yang bisa memengaruhi nilai perusahaan. Pertumbuhan perusahaan yang pesat membutuhkan sumber daya keuangan yang cukup besar untuk memastikan pembiayaannya. Pertumbuhan mengarah pada peningkatan atau penurunan total aset perusahaan. Adanya informasi mengenai perkembangan menyebabkan kenaikan harga

saham, yang pada akhirnya berdampak pada nilai perusahaan. Pertumbuhan sebuah perusahaan memiliki dampak positif pada nilainya. Artinya, jika sebuah perusahaan berekspansi lebih cepat nilai perusahaannya akan meningkat (Fajriah *et al.*, 2022)

Pertumbuhan perusahaan menimbulkan resiko pada nilai perusahaan. tingkat pertumbuhan perusahaan yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut berkembang dengan cepat. Perusahaan jika berinvestasi dengan cara yang tepat, maka ekspansi bisnis akan menghasilkan keuntungan di masa depan. Ekspansi suatu perusahaan diharapkan akan berhubungan langsung dengan fluktuasi nilai perusahaan (Indriawati *et al.*, 2018).

c. Tujuan *Growth Opportunity*

Growth opportunity mencerminkan peningkatan aset yang terkait dengan bisnis tersebut, yang diukur dari selisih total aset setiap tahunnya. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja operasional perusahaan. Berkat peluang perusahaan yang tinggi, diharapkan perusahaan dapat menghasilkan laba yang tinggi di masa depan. *Growth opportunity* akan meningkatkan harga saham perusahaan yang merupakan indikator nilai perusahaan. Perusahaan dengan pertumbuhan aset yang tinggi dapat dianggap sebagai perusahaan yang sedang berkembang dengan pesat (Zidane & Suwarti, 2022).

Peluang pertumbuhan sangat dihargai oleh banyak pemangku kepentingan baik secara internal maupun eksternal karena peluang pertumbuhan dapat memberikan sinyal positif bagi perusahaan. Tingkat pertumbuhan bisnis yang tinggi membuat kebutuhan pendanaan meningkat, sehingga memaksa perusahaan untuk mencari pendanaan eksternal untuk membiayai ekspansinya. Seiring *Growth opportunity*, perusahaan akan mengeluarkan lebih banyak dana untuk memperkuat asetnya. Peningkatan pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk meningkatkan asetnya, maka akan terjadi penurunan dana yang akan didistribusikan kepada pemegang saham. Pertumbuhan perusahaan yang meningkat dapat menjadi indikator prospek masa depannya (Suastra *et al.*, 2023).

d. Indikator *Growth Opportunity*

Indikator dari *Growth Opportunity* adalah pertumbuhan aktiva (*assets growth*). Pertumbuhan aktiva berhubungan dengan peningkatan atau penurunan aset setiap tahun, sedangkan pertumbuhan penjualan berhubungan dengan peningkatan atau penurunan penjualan setiap tahun. Pengukuran pertumbuhan perusahaan menggunakan persentase kenaikan atau penurunan penjualan antara dua periode sebelumnya. Pertumbuhan perusahaan dinilai dengan menggunakan total perusahaan aset (Wardita & Astakoni, 2018). Menurut Fajriah *et al.*, (2022)

pertumbuhan perusahaan (*growth opportunity*) dapat dihitung sebagai berikut :

$$\text{Growth Opportunity} = \frac{TA - TAt-1}{TAt-1} \times 100\%$$

Keterangan :

TA = Pertumbuhan Aset pada tahun ke t

TAt-1 = Pertumbuhan aset pada periode sebelumnya

B. Penelitian Terdahulu

Tujuan dari penelitian terdahulu adalah untuk menemukan perbandingan dan ide-ide baru untuk penelitian di masa depan. Penelitian dari masa lalu juga membantu mempromosikan para ilmuwan dan menunjukkan objektivitas mereka. Penelitian terdahulu berkaitan dengan *Green Banking*, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Growth Opportunity*, dan nilai perusahaan. Berikut ini penelitian terdahulu terdahulu yang memiliki kaitannya dengan penelitian ini.

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/ Tahun/ Judul	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Wahid Wachyu Adi Winarto, Tri Nurhidayah, Sukirno (2021) Pengaruh <i>Green</i>	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari <i>Green Banking Disclosure</i>	X: Pengungkapan <i>Green Banking</i> Y: Nilai Perusahaan	Analisis regresi dengan melakukan pengujian statistik	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh <i>Green Banking Disclosure</i> yang positif signifikan terhadap nilai

No	Peneliti/ Tahun/ Judul	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
	<i>Banking Disclosure</i> terhadap Nilai Perusahaan pada Bank Umum Syariah di Indonesia	terhadap nilai perusahaan.			perusahaan pada Perbankan Syariah.
2.	Devi Malinto, dan Kurnadus Kampo (2019) Pengaruh Moderasi <i>Green Banking</i> dalam hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Going Concern</i>	Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap <i>Going Concern</i> dan pengaruh moderasi <i>Green Banking</i> dalam hubungan antara <i>corporate social responsibility</i> dan <i>going concern</i> .	X1: <i>Corporate Social Responsibility</i> X2: <i>Going Concern</i> Z: <i>Green Banking</i>	Pengambilan data menggunakan data kuantitatif dan pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi dimana pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari data perbankan yang bersangkutan untuk diteliti.	Penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh <i>corporate social responsibility</i> dalam perbankan dapat meningkatkan <i>going concern</i> . Hasil temuan juga mengindikasikan <i>green banking</i> mampu memoderasi antara <i>corporate social responsibility</i> terhadap <i>going concern</i> , namun tidak memiliki pengaruh yang kuat. Temuan ini menyiratkan bahwa <i>going</i>

No	Peneliti/ Tahun/ Judul	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
					<i>concern</i> bank tidak hanya dinilai dari aspek keuangan tapi juga dinilai dari dampak yang diberikan perusahaan terhadap lingkungan sosialnya.
3.	Elyana Putri, dan Tantina Haryati (2022) Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan	Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.	X1: Profitabilitas X2: Ukuran Perusahaan X3: <i>Leverage</i> X4: Pengungkapan CSR Y: Nilai Perusahaan	Teknik analisis data yang digunakan adalah <i>partial least square</i> dengan menggunakan program SmartPLS.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, <i>leverage</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, CSR berpengaruh positif dan tidak signifikan

No	Peneliti/ Tahun/ Judul	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
					terhadap nilai perusahaan.
4.	Cania Anggita, Muhammad Iqbal, Suharto, Adib Fachri (2022) Inovasi <i>Green Banking</i> Pada Layanan Perbankan Syariah	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara perbankan elektronik sebagai pendukung operasional dan peningkatan layanan pelanggan.	X: <i>Green Banking</i> Y: Layanan Perbankan	Teknik analisis menggunakan metode deskriptif dan analisisnya berdasarkan studi literatur dengan menggunakan penelitian kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa bagi pihak perbankan yang ingin mengimplementasikan atau telah mengimplementasikan <i>green banking</i> , dimana pengetahuan tentang <i>green banking</i> ini diyakini akan meningkatkan kualitas layanan.
5.	Wina Ayu, Suryo Budi, Erny Rachmawati, Selamat Eko (2021) Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal	Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, dan struktur modal terhadap nilai	X1: Profitabilitas X2: Pertumbuhan Perusahaan X3: Ukuran Perusahaan X4: Struktur Modal Y: Nilai Perusahaan	Teknik analisis regresi linier berganda. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah purposive sampling, dengan uji statistik	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran

No	Peneliti/ Tahun/ Judul	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
	Terhadap Nilai Perusahaan	perusahaan yang diproksikan dengan EPS (<i>Earning Per Share</i>) pada perusahaan bank umum syariah yang terdaftar di OJK periode 2015-2019.		deskriptif.	perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
6.	<p>Indah Shafiragh, Dwi Risma (2022)</p> <p>Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap <i>Institutional Ownership</i> Pada Perusahaan <i>High-Profile</i> Yang Listing di Bursa Efek Indonesia</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan CSR terhadap <i>Institutional ownership</i>.</p>	<p>X1: Pengungkapan CSR dimensi hubungan karyawan</p> <p>X2: Pengungkapan CSR dimensi hubungan masyarakat</p> <p>X3: Pengungkapan CSR dimensi produk</p> <p>X4: Pengungkapan CSR dimensi lingkungan</p>	<p>Teknik analisis data menggunakan SPSS versi 24 dengan analisis regresi linear berganda.</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya pengungkapan CSR dimensi hubungan karyawan yang berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Institutional ownership</i> Pengungkapan CSR dimensi hubungan masyarakat berpengaruh negatif signifikan terhadap <i>Institutional ownership</i></p>

No	Peneliti/ Tahun/ Judul	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
			Y: <i>Institutional Ownership</i>		Sedangkan CSR dimensi produk dan lingkungan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap <i>Institutional ownership</i>
7.	Filbert, Jonnardi (2020) Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan	Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan.	X1: Pertumbuhan Perusahaan X2: Profitabilitas X3: Struktur Modal Y: Nilai Perusahaan	Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program <i>ExIEWS</i> version 10.0.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen pertumbuhan perusahaan dan struktur modal memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
8.	Candra Nur, Ni Nyoman (2022) Pengaruh Asimetri	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh asimetri	X1: Asimetri Informasi X2: Pertumbuhan	Teknik analisis regresi berganda dengan teknik pengamb	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa asimetri informasi dan pertumbuhan

No	Peneliti/ Tahun/ Judul	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
	Informasi, Pertumbuhan Perusahaan dan <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan	informasi, pertumbuhan perusahaan, dan <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan.	n Perusahaan X3: <i>Leverage</i> Y:Nilai Perusahaan	ilan sampel menggunk akan <i>purposive sampling</i> .	perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
9.	Chintia Syaninda, Chaerul (2020) Penerapan <i>Stakeholder Engagement</i> dalam <i>Corporate Social Responsibility</i> : Studi Kasus Pada Rumah sakit Mata X	Penelitian ini bertujuan untuk memberikan desain program tanggung jawab sosial berdasarkan analisis <i>stakeholder</i> di Rumah Sakit Mata X, sehingga program tersebut sesuai dengan strategi rumah sakit dan terwujud rumah sakit yang berkelanjuta n.	X1: <i>Stakeholder Engagement</i> Y: <i>Corporate Social Responsibility</i>	Penelitian ini menggunk akan data primer berupa data yang bersifat langsung yang didapat oleh peneliti dari pihak yang bersangkutan dan data sekunder . Metode pengumpul ulan data dilakuka n dengan wawanca ra, observasi , dan studi dokumen	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa program tanggung jawab sosial dan tindakan <i>engagement</i> yang d disesuaikan dengan beberapa kategori <i>stakeholder</i> rumah sakit yaitu <i>key player,</i> <i>context setter,</i> dan <i>the crowd.</i>

No	Peneliti/ Tahun/ Judul	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
				tasi.	
10.	Nurus Shobah, Puji Handayati (2023) Pengukuran <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Dengan Menggunakan Profitabilitas, Reputasi, dan <i>Good Corporate Governance</i> Sebagai Variabel Prediktor	Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji profitabilitas, reputasi, dan <i>good corporate governance</i> yang diprosikan komisaris independen dan komite audit terhadap CSR <i>Disclosure</i> .	X1: Profitabilitas X2: Reputasi X3: Komisaris Independen X4: Komite Audit Y: CSR	Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda. Data sekunder berupa laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan diperoleh dari website BEI dan perusahaan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi dan komite audit berpengaruh positif signifikan terhadap CSR <i>disclosure</i> , sedangkan profitabilitas dan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap CSR <i>disclosure</i> .
11.	Etikah Karyani, Vangi Vinanda Obrien (2020) <i>Green Banking and Performance: The Role of Foreign and Public Ownership</i>	Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh praktik perbankan hijau terhadap kinerja bank dan peran kepemilikan asing dan publik sebagai	X: Pengaruh penerapan <i>Green Banking</i> Y: Kinerja bank Z: Peran kepemilikan asing dan publik	Penelitian ini menggunakan metode <i>Ordinary Least Square (OLS)</i> . Data dikumpulkan dari laporan keuangan 14 bank di	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan <i>Green Banking</i> berpengaruh negatif terhadap profitabilitas bank, sebaliknya berpengaruh positif terhadap nilai

No	Peneliti/ Tahun/ Judul	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
		variabel moderasi.		Indonesia atau 98 observasi . sampel bank pada penelitian ini adalah bank yang berpartisipasi dalam proyek percontohan perbankan hijau dan indeks investasi hijau untuk periode 2012-2018.	bank. Kepemilikan publik memperkuat efek negatif penerapan <i>Green Banking</i> terhadap profitabilitas. Sementara itu, kepemilikan asing mencakup pengaruh positif <i>Green Banking</i> terhadap nilai perusahaan
12.	Dian Kurniawati (2022) <i>The Effect of Implementati on of Integrated Reporting on Company Value</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh penerapan unsur pelaporan integrasi pada pelaporan perusahaan LQ45 yang	X: Pelaporan Terintegrasi Y: Nilai perusahaan	Penelitian ini menggunakan elemen konten yang dikembangkan oleh <i>International Integrated Reportin</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerpaan unsur pelaporan perusahaan berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan pada periode setelah

No	Peneliti/ Tahun/ Judul	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
		terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018 terhadap nilai perusahaan pada periode setelah penerapan unsur pelaporan terintegrasi ya.		g <i>Comitte</i> pada tahun 2013. Teknik analisis menggunakan metode <i>purposive sampling</i> .	penerapan pelaporan terintegrasi.
13.	Dwi Ermayanti Susilo, Grahita Chandrarin, Boge Triatmanto (2019) <i>The Importance of Corporate Social Responsibility and Financial Performance for the Value of Banking Companies in Indonesia</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan perbankan di Indonesia.	X1: Tanggung jawab sosial perusahaan X2: Kinerja keuangan Y: Nilai perusahaan	Penelitian ini dilakukan terhadap 30 perusahaan yang bergerak di bidang Perbankan di Indonesia yang listing di BEJ tahun 2010-2016.	Hasil penelitian ini secara simultan menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan di Indonesia.
14.	Adelia Kintan Kusuma, Diyah Santi Hariyani, Liliek Nur	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui	X1: Peluang Investasi	Metode analisis yang digunakan adalah	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa IOS yang

No	Peneliti/ Tahun/ Judul	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
	Sulistiyowati (2022) <i>Investment Opportunity Set and Corporate Social Responsibility on Company Value</i>	pengaruh peluang investasi yang mapan dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan	X2: Tanggung jawab Sosial Perusahaan Y:Nilai Perusahaan	uji t (parsial). Data yang diperoleh kemudian diolah dengan bantuan software SPSS 21.	diterapkan oleh perusahaan infrastruktur pada tahun 2017 hingga 2021 dapat memengaruhi nilai perusahaan. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya, hipotesis kedua ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan infrastruktur pada tahun 2017 hingga 2021 tidak dapat memengaruhi nilai perusahaan.
15.	Sely Megawati Wahyudi (2020)	Penelitian bertujuan untuk menguji dan menguji pengaruh <i>Corporate</i>	X1: <i>Corporate Social Responsibility</i>	Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i>

No	Peneliti/ Tahun/ Judul	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
	<i>The Effect of Corporate Social Responsibility, Investment Opportunity Set, Leverage, And Size of Companies on Corporate Value</i>	<i>Social Responsibility, Investment Opportunity Set, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.</i>	X2: <i>Investment Opportunity Set</i> X3: <i>Leverage</i> Y:Nilai Perusahaan	linier berganda . Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan keuangan masing-masing perusahaan Property dan Real Estate yang dilaporkan ke BEI pada tahun 2016 – 2018 yang bersumber dari website Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.co. Id.	dan <i>Investment Opportunity Set</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan <i>Leverage</i> serta Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

No	Peneliti/ Tahun/ Judul	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
16.	Yuqi deng, Yan Zhou (2018) <i>Research About The Effect of Company Name on Investor Recognition and Company Value</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari pengaruh nama perusahaan terhadap pengakuan investor dan nilai perusahaan.	X1:Nama Perusahaan Y1: Pengakuan investor Y2:Nilai Perusahaan	Teknik analisis regresi panel efek tetap.	Hasil penelitian ini menunjukkan jika nama perusahaan ringkas, mudah diucapkan, mudah diingat dan mempunyai moral yang baik, maka perusahaan akan semakin tinggi pengakuan investor dan nilai perusahaan.
17.	Kuo Jung Lee (2019) <i>The Effects of Social Responsibility on Company Value: a Real Options Prespective of Taiwan Companies</i>	Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah komitmen CSR suatu perusahaan cenderung meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Majalah <i>Common Wealth Taiwan</i> , penelitian ini membedakan	X1: <i>Corporate Social Responsibility</i> Y:Nilai Perusahaan	Teknik analisis regresi data panel	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingginya persentase nilai perusahaan yang diatribusikan ke opsi nyata. Dibandingkan dengan perusahaan non-CSR, perusahaan CSR mempunyai nilai lebih tinggi nilai opsi nyata. Perusahaan

No	Peneliti/ Tahun/ Judul	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
		perusahaan CSR dan Non-CSR. penelitian ini memperkirakan dan membandingkan nilai opsi riil perusahaan CSR dan Non-CSR dan menunjukkan bahwa persentase nilai perusahaan yang tinggi disebabkan oleh opsi riil.			yang memenuhi CSR akan meningkatkan opini investor perusahaan, nilai opsi riil perusahaan dan pasar perusahaan nilai.
18.	Asti Pratiwi, Abdul Basyith, Ervita Safitri (2023) <i>Disclosure of Green Banking, Profitability and Company Size on Company Value in Banking in Indonesia</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh <i>green banking</i> pengungkapan, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.	X1: <i>Green Banking Disclosure</i> X2: Profitabilitas X3: Ukuran Perusahaan Y:Nilai Perusahaan	Teknik analisis regresi linier berganda . Data yang digunakan adalah data sekunder , dengan metode pengumpulan data menggunakan analisis	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan <i>green banking</i> , profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan <i>green banking</i> berpengaruh

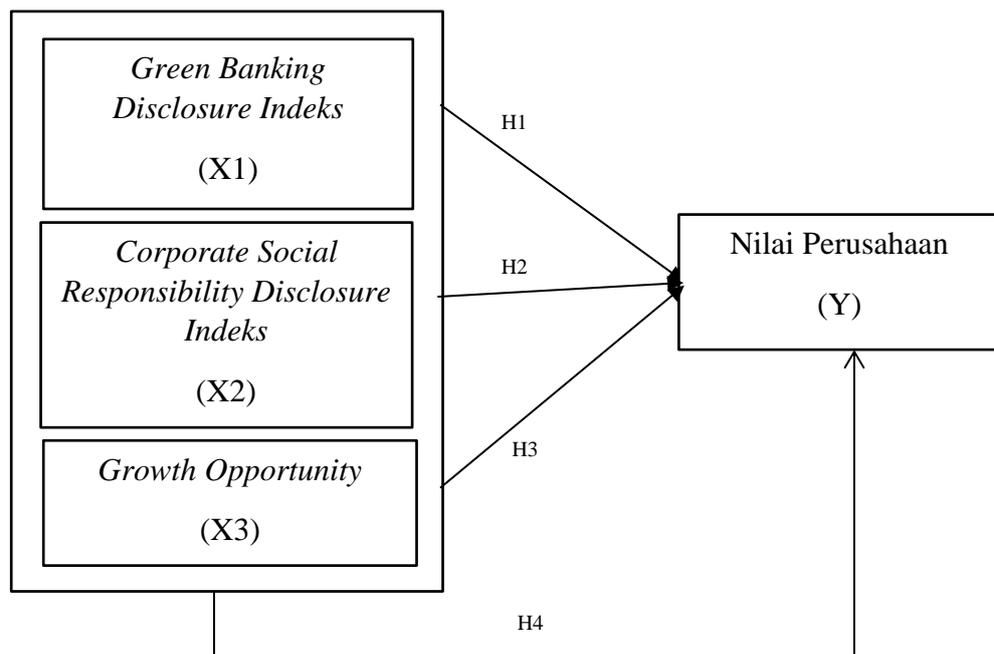
No	Peneliti/ Tahun/ Judul	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
				isi.	negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
19.	Nurul Ismiyatun, Erma Setiawati (2023) <i>Effect of Capital Structure, Company Size, Company Age, and Profitability on Company Value</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.	X1: Struktur Modal X2: Ukuran Perusahaan X3: Umur Perusahaan X4: Profitabilitas Y: Nilai Perusahaan	Teknik analisis regresi linier berganda, pengolahan datanya menggunakan aplikasi <i>software Statistic Package for the Social Sciences (SPSS)</i> versi 26.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur modal, umur perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

No	Peneliti/ Tahun/ Judul	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
20.	Fitri Yeni, Zerni Melmusi, Esti Wulandari, Desi Ilona (2019) <i>The Effect of the Board of Directors Characteristics on Company Value</i>	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik dewan direksi terhadap nilai perusahaan.	X1: Ukuran Dewan Direksi X2 : Umur Dewan Direksi X3: Aktivitas Dewan Direksi Y:Nilai Perusahaan	Analisis penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik, dengan melakukan uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran dewan direksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Umur dan aktivitas dewan direksi serta pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. sedangkan <i>leverage</i> perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sumber : Data diolah (2024)

C. Kerangka Konseptual

Berdasarkan kajian pustaka dan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan diatas, maka variabel yang terikat dalam penelitian ini dapat dirumuskan melalui kerangka konseptual sebagai berikut :



Sumber : (Romli & Ali, 2021), (Michelle & Viriany, 2022)

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

D. Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh Antara *Green Banking* Terhadap Nilai Perusahaan

Konsep *Green Banking* saat ini sejalan dengan teori diatas yang sedang berkembang pesat di seluruh dunia, dan ada permintaan yang kuat untuk penelitian lebih lanjut mengenai praktik-praktik *Green Banking*. Pengungkapan *Green Banking* dan nilai perusahaan sangat erat hubungannya. Tanggung jawab lingkungan telah mengambil peran penting dalam masyarakat saat ini, dan banyak *stakeholder* yang

menyadari ekspektasi ini. Penelitian ini mencakup pembahasan hasil dengan kesimpulan yang berfokus pada komitmen keuangan untuk penjualan semua aset, seperti menciptakan lingkungan yang menguntungkan untuk operasi, meningkatkan akses ke sumber daya dan mengurangi pergantian personel. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang memuaskan dapat memperoleh manfaat dari peningkatan permintaan akan produk dan jasa yang ramah lingkungan, yang membuka peluang pasar baru (Hoque *et al.*, 2022).

Terdapat hubungan antara *Green Banking* dengan nilai perusahaan. Pentingnya *Green Banking* memungkinkan terciptanya informasi publik mengenai operasional perusahaan yang ramah lingkungan. Suatu perusahaan akan dikatakan baik tata kelolanya, jika penerapan *Green Banking* juga baik dan telah memenuhi Peraturan Otoritas Jasa Keuangan. Konsep perbankan ekologis memungkinkan untuk memenuhi permintaan nasabah dan mengelola isu-isu perlindungan lingkungan (Bose *et al.*, 2021).

Penerapan *Green Banking* yang telah baik maka nilai perusahaan akan baik juga. Praktik-praktik *Green Banking* memperhitungkan dampak lingkungan hidup bank, namun hanya sedikit yang diketahui tentang dampak positif *Green Banking* terhadap nasabah (Rai *et al.*, 2019). Penelitian ini didukung oleh Diana (2024) *Green Banking* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sistem tata kelola perusahaan yang baik mempunyai pengaruh yang

signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Winarto *et al.*, (2021) terdapat pengaruh positif signifikan *Green Banking* terhadap nilai perusahaan. Menurut Khan *et al.*, (2021) *Green Banking* pengungkapan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan secara keseluruhan.

H1 : *Green Banking* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan kajian pustaka diatas, *Corporate Social Responsibility* (CSR) mencakup tanggung jawab terhadap karyawan, baik di dalam perusahaan (*internal*) maupun di luar perusahaan (*eksternal*), karena perusahaan merupakan bagian dari lingkungannya. Tujuan pengungkapan informasi tentang kegiatan perusahaan dalam kaitannya dengan masyarakat dan lingkungan adalah untuk memperkuat kepercayaan publik terhadap kemampuan perusahaan dalam menunjukkan tanggung jawab dan memperhitungkan dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks* (CSRDI) terdiri dari pengungkapan informasi yang berkaitan dengan ekonomi, lingkungan dan masyarakat dalam laporan tahunan atau laporan keberlanjutan perusahaan. Penilaian dan pengungkapan CSR akan memungkinkan para pemangku kepentingan untuk mengevaluasi pelaksanaan CSR dan memberikan penghargaan atau sanksi kepada perusahaan berdasarkan hasil evaluasi

mereka. Peningkatan transparansi CSR mengindikasikan adanya pertumbuhan aktivitas operasional perusahaan, yang berarti efisiensi keuangan perusahaan semakin baik, yang berdampak pada jumlah dividen yang dibagikan dan nilai perusahaan (Astuti, 2020).

Terdapat pengaruh antara CSR dengan nilai perusahaan. Kinerja sosial yang kuat mengarah pada hasil keuangan yang lebih kuat. Meningkatkan reputasi perusahaan, hal ini dapat mengurangi risiko bisnis dan mendapatkan lebih banyak dukungan dari regulator. Hal ini akan berujung pada peningkatan investasi untuk memenuhi kebutuhan berbagai kelompok kepentingan dan meningkatkan nilai perusahaan. Tujuan dari penggunaan CSR adalah untuk meningkatkan atau memperkuat partisipasi penduduk lokal (Afifah *et al.*, 2021).

CSR juga dapat digunakan sebagai bentuk investasi bagi perusahaan untuk mendorong pertumbuhan dan ekspansi yang berkelanjutan. Hal ini menjadikan nilai perusahaan akan baik di publik. Tata kelola CSR yang baik menunjukkan perusahaan itu dapat menjalankan kewajiban-kewajiban keberlanjutannya dengan baik (Rival *et al.*, 2021). Penelitian ini didukung oleh Karina & Setiadi (2020) CSR secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Menurut Suidah & Purbowati (2019) CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Menurut Susilo *et al.*, (2019) semakin tinggi CSR perusahaan yang dikeluarkan oleh perusahaan, maka semakin baik pula kinerja perusahaan tersebut, sehingga semakin baik

pula nilai perusahaan yang dihasilkan oleh perusahaan Perbankan Indonesia. Penjelasan diatas menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H2 : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh Antara *Growth Opportunity* Terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan mengacu pada fenomena pertumbuhan atau penurunan aset bisnis selama periode waktu tertentu. Aset digunakan oleh perusahaan untuk menjalankan usahanya (Fauziah & Sudiyatno, 2020). Perusahaan yang mengalami peningkatan aset agar dapat menghasilkan keuntungan bagi investor dan mencapai tingkat pengembalian yang tinggi (Suryandani, 2018). Ukuran kesuksesan sebuah perusahaan dapat ditentukan oleh perkembangannya. Perusahaan ketika sedang menunjukkan kemajuan yang signifikan, ini mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut tumbuh lebih cepat (Dian *et al.*, 2022)

Terdapat pengaruh antara *Growth Opportunity* dengan nilai perusahaan. *Growth Opportunity* adalah total perubahan aset, baik naik maupun turun selama periode tahun tersebut. Perusahaan yang bertumbuh memiliki peluang untuk meningkatkan nilai perusahaan mereka. *Growth Opportunity* adalah bisnis yang mengalami pertumbuhan tinggi. Selama pertumbuhan, investasi yang tepat akan

menghasilkan profitabilitas di masa depan (Supami, 2018). Pertumbuhan suatu bisnis akan mengarah pada peningkatan tingkat profitabilitas yang tinggi, karena pertumbuhan ini memiliki keuntungan bagi investor. Sebagai contoh, bisnis yang berkembang akan menunjukkan peningkatan nilai perusahaan (Putri & Ayu Diantini, 2022). Penelitian ini didukung oleh Fajriah *et al.*, (2022) *Growth Opportunity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Aeni & Asyik (2019) *Growth Opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Menurut Isnawati & Widjajanti (2019) *Growth Opportunity* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

H3 : *Growth Opportunity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

4. Pengaruh Antara *Green Banking*, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan *Growth Opportunity* Terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan yang mempertimbangkan perlindungan lingkungan adalah cara untuk meningkatkan kinerja mereka, karena hal ini memperkuat kepercayaan publik terhadap perusahaan, seperti halnya memperkuat kepercayaan bank terhadap pentingnya hal tersebut. Penyebaran praktik *Green Banking* secara luas mengungkapkan dan menyediakan informasi tentang praktik *Green Banking* di sektor perbankan bertujuan untuk memperkuat legitimasi perusahaan di mata

pemilik atau investor, dengan tetap mempertimbangkan lingkungan sekitar (Khan *et al.*, 2021).

Sebuah perusahaan dapat dikatakan memiliki tanggung jawab sosial jika perusahaan tersebut memiliki visi untuk meningkatkan efisiensi operasinya, yang bertujuan untuk meningkatkan kesehatan penduduk atau lingkungan sosial. Tanggung jawab sosial perusahaan adalah program yang memberikan nilai tambah bagi semua pihak yang terlibat, termasuk peningkatan efisiensi dan pendapatan jangka panjang perusahaan (Karina & Setiadi, 2020).

Perusahaan yang mengantisipasi pertumbuhan yang tinggi di masa depan lebih suka menggunakan saham untuk membiayai kegiatan perusahaannya. Peluang investasi dapat memberikan sinyal positif kepada investor mengenai pertumbuhan perusahaan di masa depan. Sinyal positif dari investor dapat berdampak pada nilai perusahaan. Peluang pertumbuhan yang tinggi dapat dilihat sebagai peluang untuk meningkatkan laba di masa depan (Syafira & Mia, 2021).

Suatu perusahaan jika ingin dipandang dengan baik, maka persepsi investor dan masyarakat umum haruslah positif. Sangat penting bagi perusahaan untuk mempertimbangkan hal ini, agar mendapatkan perspektif positif dari *stakeholder* yang bersangkutan. Secara simultan *Green Banking*, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan *Growth Opportunity* berpengaruh terhadap nilai

perusahaan. Penelitian ini didukung oleh Diana (2024), Winarto *et al.*, (2021), Karina & Setiadi (2020), Suidah & Purbowati (2019), Fajriah *et al.*, (2022), Aeni & Asyik (2019) menyatakan bahwa *Green Banking*, *Corporate Social Responsibility*, dan *Growth Opportunity* bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H4 : *Green Banking*, *Corporate Social Responsibility*, dan *Growth Opportunity* bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan.