

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat sehingga menuntut perusahaan untuk senantiasa berinovasi guna meningkatkan nilai perusahaan demi keberlangsungan hidup perusahaan. Perkembangan bisnis dimasa sekarang telah mengikuti tahapan global dengan dinamika perubahan yang drastis, sehingga setiap persaingan perusahaan di daerah masing-masing mempunyai sudut pandang yang beragam dan kondisi alam yang berbeda. Tujuan Perusahaan adalah untuk menerapkan prinsip *going concern* atau disebut dengan keberlangsungan usaha semakin meningkat, selain itu juga melalui oprasional perusahaan harus berusaha memperoleh keuntungan untuk menyediakan nilai perusahaan. Nilai perusahaan bagi investor dikaitkan dengan harga saham dikarenakan mencerminkan tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber perusahaan Alamsyah (2024)

Fenomena yang terjadi terlihat dari banyak perusahaan manufaktur yang mengalami penurunan laba hingga dikatakan merugi, termasuk PT Supreme Cable *Manufacturing & Commerce* Tbk yang kinerja keuangannya mengalami penurunan pada tahun 2019 hingga tahun 2022. Hal ini disebabkan oleh penurunan penjualan produk. PT Supreme Cable *Manufacturing & Commerce* Tbk mencatatkan laba sebesar Rp 238 miliar pada tahun 2020 dibandingkan tahun 2019. PT Supreme Cable *Manufacturing & Commerce* Tbk mencatat laba tahun berjalan perseroan pada tahun 2020 menjadi Rp 238 miliar jika

dibandingkan dengan tahun 2019 memperoleh laba sebesar Rp 303 miliar, sementara itu pada tahun 2021 PT Supreme Cable *Manufacturing & Commerce* Tbk mencatatkan penurunan laba tahun berjalan sebesar Rp 140 miliar atau memburuk jika dibandingkan tahun 2020 dan juga pada tahun 2022 mengalami penurunan kembali sebesar Rp 106 miliar. Penurunan laba pada perusahaan manufaktur ini jika dilihat dari fenomena yang terjadi dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2022 adalah imbas dari perang dagang AS - China dan virus corona ([www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com)).

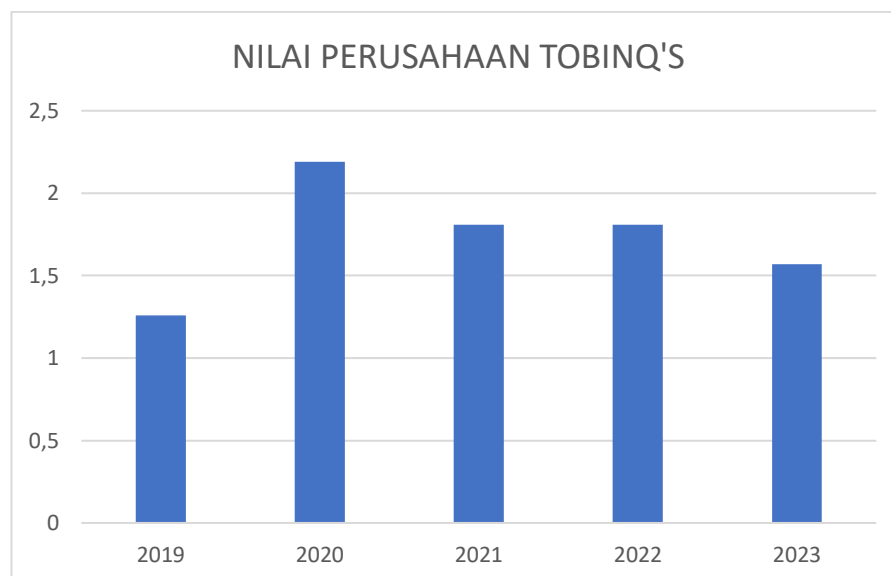
Nilai Perusahaan merupakan nilai pasar yang dapat memberi pemegang saham kemakmuran secara maksimum saat harga saham naik, semakin tinggi nilai perusahaan maka tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan juga semakin meningkat Setiawan & Susanti (2019). Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai nilai jual perusahaan atau bisnis yang sedang berproses. Nilai perusahaan akan meningkat apabila diimbangi dengan pertumbuhan ekonomi perusahaan yang baik dan mampu bersaing dalam dunia pasar modal. Tidak hanya berdampak positif terhadap nilai perusahaan saat ini tetapi juga berdampak positif pada prospek perusahaan di masa mendatang. Menurut Nengsi (2023) nilai perusahaan sangat penting bagi para pemegang saham karena nilai tersebut dapat memberikan wawasan tentang kinerja perusahaan pada periode sebelumnya dan memberikan indikasi tentang kinerja perusahaan di masa mendatang. Oleh karena itu, nilai perusahaan dipilih oleh para pemegang saham sebagai panduan dalam membuat keputusan investasi mereka.

Menurut Jennifer et al (2023) Nilai perusahaan merupakan ukuran penting bagi investor dan pemilik saham dalam menentukan keputusan investasi. Perusahaan yang memiliki nilai tinggi cenderung lebih diminati oleh investor dan pemilik saham. Praktik CSR yang baik dapat memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dalam jangka panjang, perusahaan yang melakukan praktik CSR yang baik dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar dengan membangun citra positif di mata konsumen, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan menarik investor yang lebih bertanggung jawab. Selain itu, kegiatan CSR juga dapat membantu meningkatkan kinerja operasional perusahaan. Misalnya, perusahaan yang mengadopsi praktik ramah lingkungan dapat mengurangi biaya operasional dan meningkatkan efisiensi dalam jangka panjang. Hal ini dapat berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan dan tingginya nilai perusahaan juga akan berdampak pada kemakmuran yang tinggi bagi pemegang saham. Dengan meningkatnya harga saham, nilai perusahaan juga akan meningkat, dan ini menjadi sesuatu yang diharapkan pemilik perusahaan karena suatu nilai yang tinggi mencerminkan tingkat kemakmuran yang tinggi bagi pemegang saham. Hikmah et al (2023).

Menurut Iriyanti (2022) pengertian nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham. Berdasarkan ketiga pendapat di atas 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. Menurut Carolin & Susilawati (2024) Baik manajer maupun investor perusahaan sangat memperhatikan nilai perusahaan untuk melakukan penanaman modal, investor biasanya melihat nilai perusahaan. Harga saham perusahaan naik karena investor tertarik untuk berinvestasi karena nilainya yang tinggi. Untuk saat ini, nilai perusahaan harus menjadi dasar untuk menilai kinerja seorang manajer. Melalui pembuatan kebijakan dan pengambilan keputusan, manajer juga bertanggung jawab untuk mencapai tujuan perusahaan. Salah satu tujuan utama perusahaan, terutama perusahaan go public yang bergantung pada pergerakan harga pasar saham, adalah memaksimalkan nilainya.

Penjelasan yang diberikan tentang nilai perusahaan berikut disajikan total *market value* dan total aset dengan tobinq's pada sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama kurun waktu 5 tahun mulai tahun 2019 sampai tahun 2023:



### **Gambar 1.1 Grafik Rata-rata Tobin's Perusahaan Manufaktur Tahun 2019-2023**

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), data diolah, 2024

Berdasarkan grafik 1.1 diatas merupakan hasil observasi laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019-2023. Pada tahun 2019 mengalami penurunan 1% sebesar 1,26 jika dibandingkan dengan tahun 2020. Pada tahun 2020 justru berbanding terbalik dengan 2019 yang mengalami kenaikan 1% sebesar 2,19. Pada tahun 2021 mengalami penurunan 0,57 sebesar 1,81. Pada tahun 2022 tidak mengalami perubahan atau sebesar 1,81. Pada tahun 2023 mengalami penurunan 0,24 sebesar 1,57. Setiap tahunnya total aset pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2023 mengalami fluktuasi dikarenakan tidak kestabilan harga saham pada setiap perusahaan. Hal tersebut bisa dilihat pada tahun 2019 yang menunjukkan dengan total aset sebesar Rp. 33.085.094.989.611, tahun 2022 sampai 2023 mengalami peningkatan kerna harga saham yang beredar dan harga saham di perusahaan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa ketidak stabilan saham yang beredar dan total aset yang dimiliki perusahaan manufaktur menyebabkan nilai perusahaan mengalami fluktuasi yang sangat signifikan terutama mengalami penurunan hampir di setiap periode atau tahunnya. Menurut laporan Purchasing Managers Index (PMI), penurunan utilitas industri menyebabkan penurunan aktivitas industri. Perlambatan permintaan dan produksi perusahaan menyebabkan penurunan PMI manufaktur Indonesia hingga 6,68% dibandingkan tahun sebelumnya. Adanya peningkatan biaya akibat inflasi menyebabkan penurunan permintaan.

Karena kenaikan harga, perusahaan industri di Indonesia harus mengurangi stok produksi mereka. Selain itu, karena permintaan yang menurun dan pertumbuhan produksi yang lambat, persediaan pada saat produksi mengalami penurunan yang berkepanjangan. Secara keseluruhan, tahun mendatang diproyeksi berhasil bagi perusahaan manufaktur. Namun, kekhawatiran tentang perkiraan ekonomi perusahaan menyebabkan kepercayaan investor menurun.

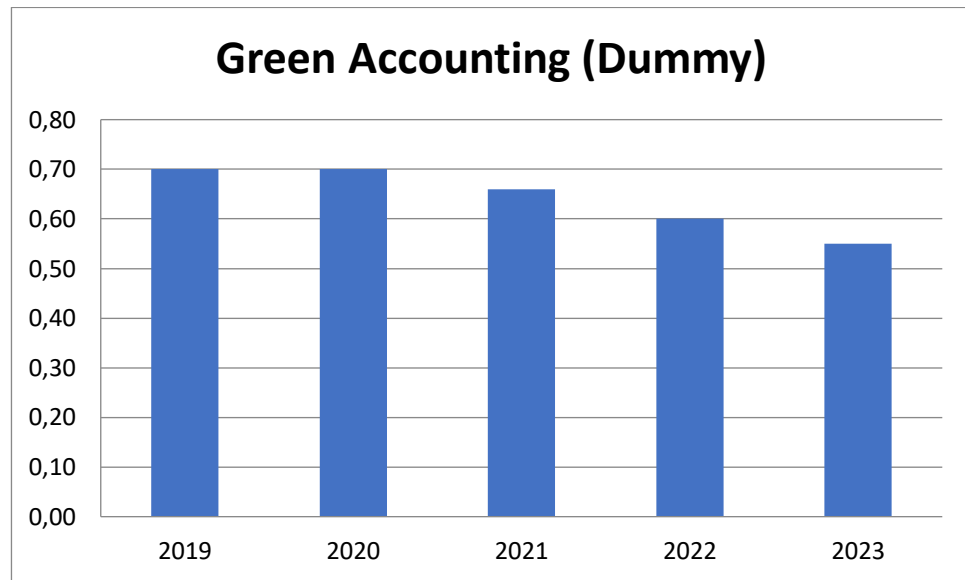
*Green accounting* adalah sebagai proses pengenalan, pengukuran nilai, pencatatan, pengikhtisaran, pelaporan dan pengungkapan secara terpadu atas obyek dan transaksi atau suatu kesatuan yang lengkap dan terpadu yang berguna bagi pengguna dalam pengambilan keputusan ekonomi dan non-ekonomi serta pengendalian peristiwa keuangan, sosial dan lingkungan hidup dalam proses akuntansi untuk menghasilkan informasi akuntansi keuangan, sosial dan lingkungan yang relevan. Lako (2018). *Green Accounting* juga merupakan gagasan bahwa perusahaan dalam proses produksi mengutamakan efisiensi dan efektivitas dalam menggunakan sumber daya secara berkelanjutan, sehingga mampu menyelaraskan perkembangan perusahaan dengan fungsi lingkungan hidup dan memberikan manfaat. Menurut Mega Pertiwi et al (2023) Perusahaan mengutamakan penggunaan sumber daya yang efisien selama proses produksi sehingga mereka dapat mengharmonisasikan pertumbuhan dan pembangunan mereka dengan tindakan lingkungan dan memberi manfaat bagi masyarakat, yang dikenal sebagai *green accounting*. Akuntansi lingkungan mempertimbangkan konsep penghematan secara menyeluruh, terutama dalam hal menghemat lahan, bahan, dan energi.

Menurut Dianty & Nurrahim (2022) Perusahaan sangat penting untuk menerapkan *green accounting* karena ini adalah cara organisasi atau entitas menunjukkan kepeduliannya terhadap lingkungan sekitar. Perolehan nilai dari laporan keuangan perusahaan akan bersifat holistik jika *green accounting* diterapkan. Dengan demikian, tiga bottom line kriteria lingkungan, keuangan, dan sosial mampu memastikan bahwa suatu perusahaan dapat berkembang secara konsisten. Kriteria lingkungan sekarang menjadi fokus utama karena banyaknya masalah lingkungan yang muncul, sebagian besar disebabkan oleh perusahaan. Tujuan utama *green accounting* adalah untuk melengkapi data akuntansi konvensional dengan informasi tentang kegiatan lingkungan.

Faktanya, beberapa definisi *green accounting* telah disusun oleh beberapa peneliti, yang mendefinisikan akuntansi lingkungan sebagai bidang yang mencakup tiga konteks berbeda yaitu akuntansi keuangan, akuntansi manajemen, dan akuntansi pendapatan nasional. Ini berlaku untuk lini produk, fasilitas, aktivitas, atau sistem. Tema *green accounting* telah familiar dibahas dalam literatur sebelumnya. Namun, dalam konteks negara berkembang seperti Indonesia, literatur yang ada kurang memiliki bukti mengenai bagaimana akuntansi ramah lingkungan dapat berdampak pada nilai perusahaan. Oleh karena itu, peneliti ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dampak *green accounting* terhadap perusahaan yang beroperasi di Indonesia. *Green accounting* memiliki peran penting dalam mengatasi masalah sosial dan lingkungan serta mempengaruhi perilaku perusahaan untuk mengatasi masalah tanggung jawab sosial dan lingkungan Lako, 2018.

Dapat disimpulkan bahwa green akuntansi merupakan suatu metode pencatatan hasil peristiwa yang berkaitan dengan lingkungan dalam laporan keuangan. Akuntansi hijau adalah sebuah konsep di mana perusahaan fokus pada kelestarian lingkungan dan penggunaan sumber daya secara efisien dan efektif dalam proses produksi. *Green accounting* dapat diukur dengan metode dummy dengan menggunakan indikator biaya lingkungan dengan kata lain dilakukan dengan memeriksa apakah suatu perusahaan mempunyai elemen biaya lingkungan seperti biaya daur ulang (*recycle*), biaya kegiatan lingkungan, biaya pengembangan, penelitian lingkungan. Jika perusahaan memiliki salah satu komponen biaya lingkungan maka akan diberi skor satu, sedangkan jika tidak memiliki salah satu komponen biaya lingkungan maka akan diberi skor nol. Menurut penelitian Kinerja et al (2022) pengukuran dummy menggunakan lima aspek pengungkapan informasi lingkungan yaitu pengelolaan lingkungan, perlindungan dan pelestarian lingkungan, pengelolaan dan pengolahan limbah, rehabilitas lingkungan, dan hubungan Masyarakat. Penjelasan yang telah diuraikan mengenai *green accounting* berikut disajikan metode dummy Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama kurun waktu 5 tahun mulai tahun 2019 sampai tahun 2023:





**Gambar 1.2 Grafik Rata-rata Green Accounting (Dummy) Perusahaan Manufaktur Tahun 2019-2023**

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), data diolah, 2024

Berdasarkan grafik 1.2 di atas nilai *green accounting* pada tahun 2019 dengan menggunakan metode dummy sebesar 0,70. Kemudian tahun 2020 tidak mengalami perubahan atau sebesar 0,70. Mengalami penurunan di tahun 2021 0,04% sebesar 0,66. Mengalami penurunan kembali di tahun 2022 0,06% sebesar 0,60. Mengalami penurunan kembali 0,05 sebesar 0,55. Penyebab biaya lingkungan menurun dikarenakan setiap tahunnya perusahaan manufaktur tidak konsisten menerapkan biaya lingkungan tersebut dilihat dari tabel tahun 2019 sebesar 0,70 turun 0,15% di tahun 2023 sebesar 0,55. Biaya lingkungan menurun disebabkan adanya beberapa perusahaan mengabaikan biaya ini, karena mereka pikir itu hanyalah biaya yang mendukung aktivitas operasional dan mengurangi laba sedangkan mengalami kenaikan dikarenakan perusahaan sadar bahwa pentingnya biaya lingkungan bagi perusahaan, jika

tidak diterapkan menimbulkan pencemaran dan kerusakan yang lebih parah bahkan dapat mengakibatkan kerugian bagi masyarakat sekitar.

Saat ini, semakin banyak orang yang menyadari dampak kegiatan perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Karena kesadaran ini semakin meningkat, perusahaan mulai memperhatikan tanggung jawab sosial. Hal ini terutama karena masyarakat menjadi lebih cerdas dalam memilih barang yang mereka beli. Sebagian besar pembeli meninggalkan produk dengan reputasi atau berita negatif, menurut penelitian oleh Booth Harris et al (2020). Dengan demikian penerapan *green accounting* dapat meningkatkan citra perusahaan, meningkatkan efisiensi pengelolaan lingkungan perusahaan dengan mengevaluasi aktivitas lingkungan dari perspektif efektivitas biaya. Manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dengan menerapkan akuntansi ramah lingkungan adalah dengan menerapkan akuntansi hijau, perusahaan dapat meningkatkan tanggung jawab sosial, dapat membantu perusahaan mengembangkan strategi untuk mencapai hal ini dan mengatasi masalah terkait lingkungan, menciptakan citra perusahaan yang lebih baik di mata masyarakat sehingga perusahaan dapat memperoleh dukungan dari masyarakat, perusahaan mempunyai keunggulan pemasaran karena dapat memproduksi lebih banyak produk perusahaan dapat menarik konsumen karena menggunakan produk ramah lingkungan, menunjukkan komitmen dan peran perusahaan terhadap lingkungan Wara et al (2023).

Penelitian terdahulu mengenai *green accounting* terhadap nilai perusahaan yang dilakukan Abdurrahman (2019). Berdasarkan hasil yang diperoleh yaitu

dapat dipastikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *green accounting* dengan nilai perusahaan di Indonesia. Tren lingkungan hidup yang ramah lingkungan semakin meningkat di pasar Indonesia, dan Indonesia berupaya untuk lebih mengintegrasikan praktik-praktik ini guna meningkatkan praktik ramah lingkungan. Hubungan yang signifikan antara akuntansi keuangan lingkungan, akuntansi siklus hidup, akuntansi biaya lingkungan, akuntansi pengelolaan lingkungan, dan akuntansi sumber daya alam dan nilai perusahaan menunjukkan bahwa upaya lebih lanjut dapat dilakukan di bidang ini untuk meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan.

Penelitian terdahulu menurut Kusuma & Dosinta (2023) justru berbanding terbalik dengan penelitian sebelumnya, dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan atau ditolak. Dengan alasan belum banyak perusahaan yang menerapkannya akuntansi ramah lingkungan di perusahaannya, sehingga belum mampu meningkatkan reputasi baiknya dalam menjalankan kebijakan ramah lingkungan akuntansi.

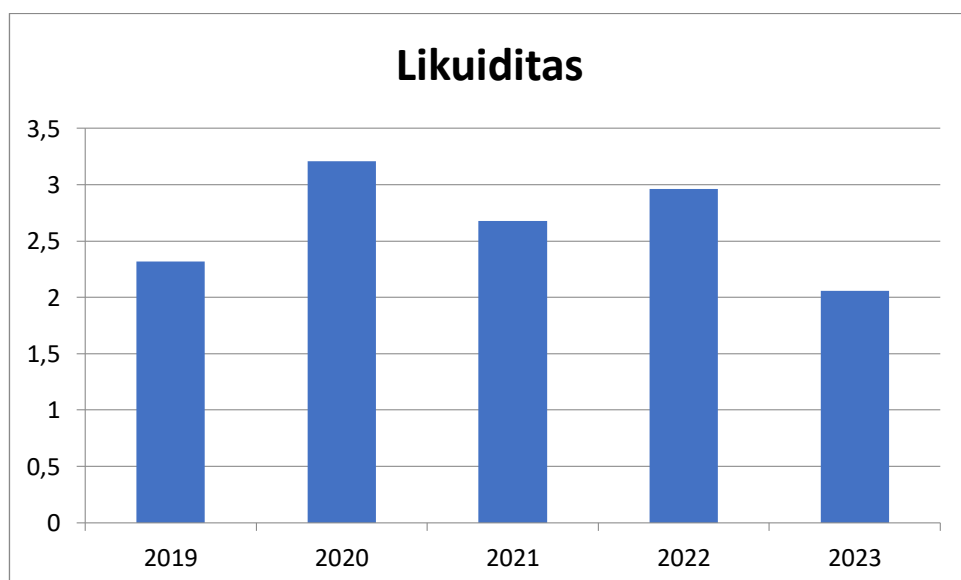
Likuiditas adalah kemampuan suatu organisasi untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aset lancarnya Iman et al (2021). Menurut Denny & Abdullah Rakhman (2023) likuiditas adalah kemampuan untuk memenuhi seluruh kewajiban yang harus dibayar segera didefinisikan sebagai likuiditas. Pajak, usaha utang, dividen, dan lainnya adalah beberapa contoh utang jangka pendek perusahaan. Menurut Dalam (2020) mendefinisikan likuiditas sebagai kemampuan suatu organisasi untuk

memenuhi semua kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aset lancarnya sebagai jaminan. Perusahaan ini memiliki kewajiban jangka pendek baik eksternal maupun internal. Likuiditas menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kesanggupan untuk membayar hutang jangka pendeknya tepat waktu. Kesanggupan ini membuat perusahaan kurang menggunakan hutang jangka panjang. Sejalan dengan teori sinyal, menurunkan tingkat struktur modal perusahaan akan membuatnya tidak perlu memikirkan pembayaran bunga hutang dan orang luar yang membaca laporan keuangan akan melihat bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik, membuat investor tetap berinvestasi Uli et al (2020).

Menurut beberapa definisi likuiditas yang disebutkan di atas, likuiditas dapat didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk melunasi utangnya yang akan jatuh tempo dalam waktu dekat. Penulis menentukan tingkat likuiditas suatu perusahaan dengan menggunakan *Current Ratio* (CR). Kemampuan untuk membayar hutang yang harus segera dipenuhi dengan aktivitas lancar disebut *current ratio*, menurut Rusnaeni (2023). *Current ratio* adalah alat ukur yang dapat digunakan untuk menentukan apakah aset perusahaan saat ini cukup untuk memenuhi utang. Selain itu, manajemen memanfaatkan *current ratio* untuk mengevaluasi kemampuan bisnis dalam hal hutang jangka pendeknya. Untuk perencanaan kas dan kewajiban, *current ratio* juga digunakan. Mengingat bagian-bagian sumber daya dan kewajiban saat ini, rasio saat ini harus digunakan untuk menunjukkan kelemahan organisasi Elfira & Yudiantoro (2024). Menurut Wilianti Dalam (2020), beberapa faktor yang

perlu dipertimbangkan sebelum menganalisis rasio aktual adalah proposi atau distribusi aktiva lancar, syarat kreditor antara kreditor dengan perusahaan saat membeli barang atau syarat kredit yang diberikan perusahaan saat menjual barang, nilai sekarang aktif lancar, kemungkinan nilai aktiva lancar perusahaan, dan perubahan persediaan yang terkait dengan volume penjualan perusahaan, jenis perusahaan.

Penjelasan yang telah diuraikan mengenai likuiditas berikut disajikan aset lancar dan kewajiban lancar dengan hasil rata-rata *current ratio* (CR) perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama kurun waktu 5 tahun mulai tahun 2019 sampai 2023:



**Gambar 1. 3 Grafik Rata-rata Current Ratio (CR) Perusahaan Manufaktur Tahun 2019-2023**

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), data diolah, 2024

Berdasarkan grafik 1.3 diatas rata-rata *current ratio* perusahaan manufaktur 2019-2023. Pada tahun 2019. Berdasarkan grafik 1.3 diatas rata-rata *current*

*ratio* perusahaan manufaktur 2019-2023. Kewajiban lancarnya setiap tahun mengalami peningkatan hal ini yang membuat likuiditas atau ukuran rasio pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) mengalami penurunan dengan rata-rata tahun 2019 kewajiban lancar sebesar 702.242 sehingga membuat likuiditas atau ukuran rasio sebesar 2,32. Tahun 2020 rata-rata kewajiban lancarnya sebesar 743.154 dengan likuiditas sebesar 3,21. Tahun 2021 rata-rata kewajiban lancarnya sebesar 850.753 dengan likuiditas sebesar 2,68. Tahun 2022 rata-rata kewajiban lancarnya sebesar 1.038.046 dengan likuiditas sebesar 2,98. Tahun 2023 rata-rata kewajiban lancarnya sebesar 937.894 dengan likuiditas sebesar 2,06. Meskipun selama empat tahun terakhir, manufaktur telah berhasil mempercepat penagihan pembayaran, piutang usaha akan turun pada tahun 2023 sebagian besar karena penurunan penjualan. Dalam angka absolut, piutang usaha rata-rata perusahaan manufaktur mencapai \$8,2 miliar pada tahun 2023, naik 42 persen dari tahun 2020 dan turun sekitar 2 persen dari nilai tahun 2022. Dalam empat tahun terakhir, perusahaan manufaktur mengalami penyisihan kerugian kredit tertinggi sebesar \$197 juta pada tahun 2022 dan 2020. Selama periode 2020–2023, rata-rata penyisihan kerugian kredit industri mencapai \$191 juta, dan kerugian ini terutama disebabkan oleh tantangan penagihan piutang yang disebabkan oleh COVID-19 dan perang Rusia-Ukraina.

Selain *green accounting*, likuiditas menjadi faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Likuiditas mengacu pada kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangannya yang harus dibayar dalam jangka

pendek atau sudah jatuh tempo menurut Kasmir (2019). Rasio likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu Uli et al (2020). Rasio likuiditas merupakan indikator kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. Kewajibannya pada waktu yang tepat perusahaan perlu memanfaatkan aset jangka pendek yang tersedia untuk memenuhi kewajiban keuangan pada saat jatuh tempo Pratomo & Sundoro (2022).

Secara umum, rasio likuiditas ini sering digunakan oleh para pemilik usaha dan investor untuk melihat apakah perusahaan yang bermitra atau berinvestasi memiliki kemampuan untuk melunasi hutang atau kewajiban jangka pendek pada saat tanggal yang ditentukan oleh kedua belah pihak. Kewajibannya antara lain membayar pinjaman bank, membayar upah atau gaji pegawai, membayar tugas kantor, dan lain-lain (Arsita 2021).

Penelitian terdahulu mengenai hubungan likuiditas dengan nilai perusahaan yang dilakukan oleh Agustin Ekadjaja (2021) mengungkapkan bahwa likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menggunakan aset lancarnya untuk membayar utang jangka pendek. Likuiditas yang rendah akan berdampak pada turunnya harga saham suatu perusahaan, namun likuiditas yang terlalu tinggi akan menurunkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan keuntungan Perusahaan karena akan terlalu banyak modal yang tidak dimanfaatkan secara efektif. Rasio lancar yang terlalu tinggi berdampak buruk karena menunjukkan banyak dana yang tidak dimanfaatkan secara efektif, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi

kemampuan perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Penelitian menyimpulkan bahwa likuiditas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian terdahulu menurut Iman et al (2021) likuiditas terdapat pengaruh positif dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa variabel likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. likuiditas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek atau kewajiban yang telah jatuh tempo. Likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* pertama kali dikenal di Amerika Serikat pada tahun 1900-an dan mulai digunakan di seluruh dunia pada tahun 1980-an. CSR adalah prinsip kemanusiaan atau kepedulian perusahaan terhadap stakeholdernya atau lingkungan sosialnya, di mana etika perusahaan dinilai dari cara perusahaan memperlakukan stakeholdernya. *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah komitmen bisnis untuk mendukung pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dengan bekerja sama dengan karyawan, komunitas lokal, dan masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang menguntungkan bisnis sendiri dan pembangunannya. Konsep pembangunan berkelanjutan, atau pembangunan berkelanjutan, sangat terkait dengan program CSR. Kegiatan tanggung jawab sosial (CSR) didasarkan pada tiga bottom line: ekonomi, sosial, dan lingkungan. Sinergi tiga komponen ini sangat penting untuk konsep pembangunan berkelanjutan. Menurut Rafika and



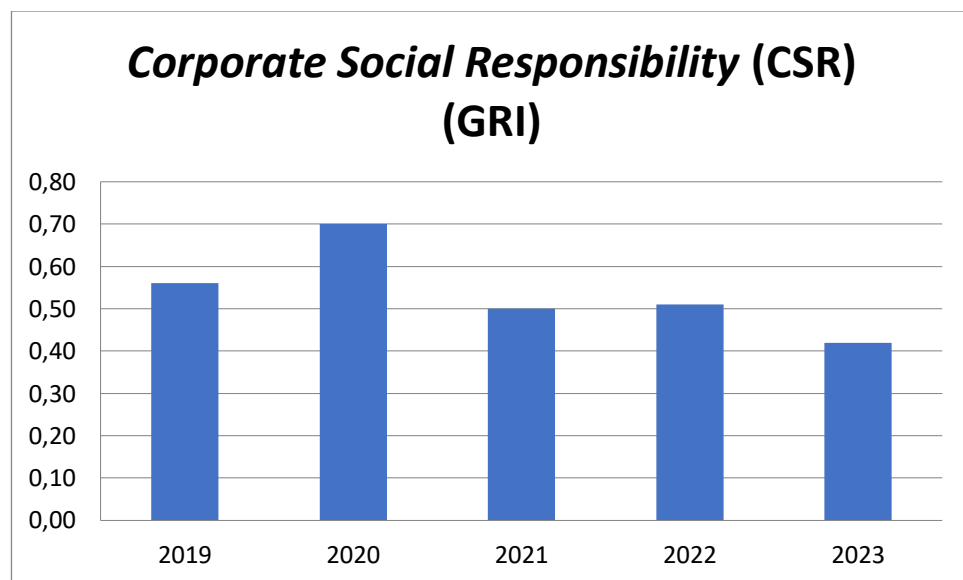
Maharani (2021), pelaksanaan program CSR berkelanjutan akan meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat serta manfaat bagi perusahaan dan para stakeholder.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) pada dasarnya adalah komitmen perusahaan terhadap kepentingan para stakeholder, bukan hanya kepentingan perusahaan balaka. Meskipun mengejar keuntungan adalah sesuatu yang moral, bukan berarti perusahaan harus melakukannya dengan mengorbankan kepentingan pihak lain. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus bertanggung jawab atas tindakan dan kegiatan yang dilakukan oleh usahanya, yang berdampak baik langsung maupun tidak langsung terhadap stakeholdernya maupun lingkungan di mana perusahaan melakukan aktivitasnya. Secara positif, hal ini menunjukkan bahwa setiap perusahaan, dalam menjalankan aktivitasnya sedemikian rupa, pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan para stakeholdernya dengan meningkatkan kualitas lingkungan secara keseluruhan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sudah banyak diterapkan perusahaan-perusahaan go public di Indonesia. Sama halnya dengan suatu sektor perbankan yang sudah menyebutkan aspek pertanggungjawaban sosial didalam laporan tahunannya. Tanggungjawab sosial di industri perbankan lebih kepada sebuah prinsip keperdulianya pada perekonomian negara, kependudukan, kehidupan masyarakat, dan masalah-masalah lingkungan. Sebagian besar bank dalam negeri dimiliki oleh pemerintah pusat, sedangkan bank asing dimiliki oleh investor asing (bukan warga negara Indonesia).

Bank-bank umum di Indonesia juga menyadari bahwa keberlanjutan perusahaan tidak lepas dari faktor eksternal seperti lingkungan dan masyarakat. Praktik *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan Bank diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Nomor Tahun 2007 Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

Penjelasan yang telah diuraikan mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) berikut disajikan dengan metode dummy dan hasil rata-rata *Global Reporting Initiative* (GRI) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama kurun waktu 5 tahun mulai tahun 2019 sampai 2023:



**Gambar 1.4 Grafik Rata-rata Global Reporting Initiative (GRI) Perusahaan Manufaktur Tahun 2019-2023**

Sumber: [ww.idx.co.id](http://ww.idx.co.id), data diolah, 2024

Berdasarkan grafik 1.4 di atas rata-rata *Global Reporting Initiative* (GRI) perusahaan manufaktur pada tahun 2019-2023. Tahun 2019 sebesar 0,56. Tahun 2020 mengalami kenaikan 0,14% sebesar 0,70. Tahun 2021 mengalami penurunan 0,20% sebesar 0,50. Tahun 2022 mengalami kenaikan 0,01% sebesar 0,51. Tahun 2023 penurunan kembali 0,09% sebesar 0,42. Penyebab terjadinya penurunan di karenakan perusahaan manufaktur tidak konsisten menerapkan *Global Reporting Initiative* (GRI) tiap tahunnya dilihat dari tahun 2019 ke 2020 meningkat namun, di tahun 2020 sampai 3 tahun selanjutnya menurun.

Nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh likuiditas. *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu faktor keuangan yang sekarang ini perlu dipertimbangkan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan. Melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan meningkatkan legitimasi masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Seiring dengan persaingan bisnis, banyak Perusahaan yang melakukan kegiatan produksi semata-mata untuk mencapai keuntungan sebesar-besarnya tanpa memperhatikan *corporate social responsibility* perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan guna meningkatkan nilai Perusahaan sering kali tidak disertai dengan pelestarian sumber daya alam yang ada. Menurut Natasha (2021) konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) berfokus pada bagaimana suatu perusahaan bertanggung jawab terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Jika perusahaan tidak diterima dalam lingkungan yang akan mengganggu aktivitas operasionalnya, potensinya dapat berkurang, menurut

praktik program CSR. Jika perusahaan menerapkan banyak program CSR, nilainya akan meningkat karena pasar memberikan reaksi yang baik pada perusahaan yang juga menerapkan CSR untuk meningkatkan harga saham mereka.

Semakin berkembang suatu perusahaan, maka masalah sosial dan lingkungan yang melingkupinya juga semakin meningkat. Semakin ketat untuk mencapai kondisi yang stabil dan berkembang dengan baik dari tahun ke tahun. Investor perlu lebih selektif terhadap Perusahaan tempat mereka berinvestasi dan bertujuan untuk memberikan nilai tambah yang tinggi kepada perusahaan tersebut. Apabila nilai suatu perusahaan tinggi maka kemungkinan besar akan mampu menghasilkan keuntungan bagi para pemegang sahamnya. Di sisi lain, penurunan nilai perusahaan atau memburuknya kondisi bisnis dapat merugikan Perusahaan.

Penelitian sebelumnya diungkapkan oleh Irawan et al (2023) bahwa dalam penelitiannya menunjukan hasil pada hipotesis pertama (H1) tidak diterima yang menyatakan *Coporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menjelaskan bahwa pengungkapan *Coporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan tidak memiliki pengaruh dalam meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan rendahnya pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan. Investor lebih mementingkan profit yang dihasilkan perusahaan dalam pertimbangan pengambilan keputusan untuk berinvestasi. Sehingga pengungkapan *Coporate Social Responsibility* hanya akan menimbulkan biaya tambahan bagi perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Jayati et al (2021) hasil tersebut menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan manufaktur periode 2017-2019. CSR berdampak negatif pada nilai perusahaan, karena nilai signya lebih besar dari 0,05, yaitu 0,947, dan nilai hitungnya lebih rendah dari t yaitu 0,067. Perusahaan harus melakukan CSR dengan meningkatkan kesadaran, kinerja, selain fungsi, wewenang, dan tanggung jawab perusahaan, pedoman juga harus diterapkan.

Penelitian yang dilakukan Pramono et al (2022) berbanding terbalik dengan penelitian sebelumnya, dari hasil penelitiannya menjelaskan bahwa yang telah menghasilkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berdampak positif terhadap nilai perusahaan, jadi ketika kinerja sosial dan lingkungan meningkat, nilai perusahaan juga meningkat. Penelitian ini menunjukkan bahwa CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan dan meningkatkan kepercayaan investor, meningkatkan harga saham perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Green Accounting*, Likuiditas Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2019-2023”**

## **B. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka batasan masalah penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Periode penelitian yang digunakan adalah data tahun 2019-2023
2. Objek dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
3. Pada pembahasan penelitian ini dibatasi Pengaruh *Green Accounting*, Likuiditas, dan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *Green Accounting* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023?
2. Apakah terdapat pengaruh Likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023?
3. Apakah terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Green Accounting* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023?
2. Untuk menganalisis pengaruh pengaruh Likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023?
3. Untuk menganalisis *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023?

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Dalam penelitian ini di harapkan akan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

##### **1. Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, berguna sebagai bahan masukan dan kontribusi terhadap pengembangan pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh *Green Accounting*, Likuiditas, *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019-2023.

##### **2. Kegunaan Praktis**

Secara kegunaan praktis di harapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat diantaranya:

1) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai Perusahaan dan pemahaman mengenai metode penelitian yang berhubungan dengan bagaimana Pengaruh *Green Accounting*, Likuiditas, *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian ini menjadi salah satu sarana bagi peneliti untuk mengaplikasikan dan mengembangkan ilmu yang selama ini peneliti dapatkan selama mengikuti perkuliahan.

2) Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam dalam pengaplikasian variabel-variabel penelitian ini untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan emiten untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja manajemen di masa yang akan datang.

3) Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dibidang manajemen sehingga dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya mengenai topik yang sama yaitu bagaimana Pengaruh *Green Accounting*, Likuiditas dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.