

BAB II

KAJIAN PUSAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kajian Pustaka

1. Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal pertama kali diungkapkan oleh Space (1973) yang mengatakan bahwa sinyal memerlukan pemberian informasi agar tidak terjadi asimetri informasi Eka Noviyanti & Linda Santioso (2022). Teori *signaling* berpendapat bahwa investor bereaksi terhadap informasi dari perusahaan dengan cara yang berbeda-beda, bisa positif atau negatif dan mempengaruhi pergerakan harga saham. Jika sinyal manajemen menunjukkan kabar baik, hal ini dapat menyebabkan kenaikan harga saham. Namun jika manajemen menunjukkan kabar buruk maka dapat menyebabkan penurunan harga saham perusahaan Sigar & Kalangi (2019). Teori sinyal atau *signaling theory* merupakan tindakan manajemen yang memberikan pedoman kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Perusahaan atau manajemen perusahaan memiliki lebih banyak informasi tentang operasional perusahaan dan prospek masa depan perusahaan dibandingkan pihak eksternal seperti investor, kreditor, penjamin emisi dan pengguna informasi lainnya.

Teori sinyal menyatakan bahwa bagaimana perusahaan menyajikan informasi mengenai aktivitas perusahaan dan laporan keuangan kepada pihak prinsipal untuk membangun hubungan yang penuh akan kepercayaan. Teori sinyal adalah teori yang mewakili gagasan bahwa agen

mengirimkan informasi kepada pelaku untuk membangun hubungan kepercayaan. Singkatnya, teori sinyal adalah teori tentang asimetri informasi. Teori sinyal mengungkapkan adanya asimetri informasi atau ketidak seimbangan data antara pemimpin bisnis dan pemangku kepentingan. Oleh karena itu, manajemen wajib menerbitkan laporan keuangan untuk memberikan informasi kepada investor Suryati et al (2021).

Alasan penggunaan teori *signaling* dalam penelitian ini didasarkan pada asumsi bahwa *green accounting*, Likuiditas dan *Corporate Social Responsibility* dapat mengirimkan sinyal kepada pemangku kepentingan mengenai kenaikan atau penurunan nilai perusahaan. Sinyal ini memberikan tanda kepada investor untuk membeli atau menjual suatu saham sehingga menyebabkan harga saham naik atau turun.

2. Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori agensi (*agency theory*) yang dikembangkan oleh Jensen & Meckling (1976). Dalam Jannah & As'ari (2023) teori agensi adalah hubungan kontrak antara pemilik (*principal*) dan manajemen (*agent*) untuk menyediakan beberapa layanan bagi pemilik. Berdasarkan wewenang pemilik kepada agen untuk membuat keputusan bisnis untuk kepentingan pemilik, suatu konflik yang muncul karena masing-masing pihak ingin memaksimalkan kepentingannya. Menurut teori keagenan, keragaman anggota dewan perusahaan akan membuat dewan yang beragam lebih mandiri dan memiliki lebih banyak kemampuan untuk

melakukan tugas kontrol. Keanekaragaman dewan dapat meningkatkan proses pengambilan keputusan dengan menambah berbagai pemikiran, keahlian, latar belakang, perspektif, dan pengetahuan bisnis. Ini juga dapat meningkatkan peluang dan hambatan di lingkungan eksternal organisasi H. Kurniawati & Henn (2021) dalam Hayati et al (2019). Hubungan antara prinsipal dan agen adalah dasar teori keagenan. Oleh karena itu, teori keagenan berfokus pada kontrak yang efektif dalam hubungan ini. Suatu kontrak dapat dianggap sah jika prinsipal dan agen menyebarkan informasi yang sama tentang bisnis. Dengan kata lain, agen sebagai manajer dan pengatur operasi bisnis dapat yakin memiliki akses tak terbatas terhadap informasi seperti prinsipal. Jadi, agen harus memberikan seluruh informasi kepada prinsipal tanpa menyembunyikannya. Sehingga ada alasan yang kuat untuk percaya bahwa agen tidak selalu bertindak demi kepentingan principal karena direksi tidak dapat ikut serta secara langsung dalam semua aktivitas operasional perusahaan, agen harus menyampaikan seluruh informasi kepada prinsipal tanpa menyembunyikan apa pun. Ada alasan yang kuat untuk percaya bahwa agen tidak selalu bertindak demi kepentingan prinsipal.

Dalam teori keagenan, harga saham perusahaan menunjukkan nilainya. Harga saham ini menunjukkan bagaimana masyarakat menilai kinerja perusahaan. Akibatnya, peningkatan harga saham akan meningkatkan nilai perusahaan dan menguntungkan pemegang saham karena kesejahteraan pemilik perusahaan akan meningkat seiring dengan

nilai perusahaan yang tercermin dalam harga sahamnya. Nilai pasar perusahaan adalah harga pasar saham suatu perusahaan yang dihasilkan oleh transaksi antara pembeli dan penjual. Ini karena harga pasar saham dianggap mencerminkan nilai aset perusahaan yang sebenarnya.

Green accounting diharapkan dapat menjadi alat untuk meningkatkan kepercayaan investor bahwa perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan tetapi juga peduli terhadap lingkungan. Rephrase *green accounting* berkaitan dengan bagaimana investor mempercayai suatu perusahaan, apakah perusahaan menghormati lingkungan dan mengakui keterbatasan sumber daya yang tersedia. Praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga terkait dengan teori keagenan yang menjelaskan kesepakatan dan metode antar manajer untuk meningkatkan kinerja sosial perusahaan. Hubungan antara teori keagenan dan dampak likuiditas terhadap kualitas laba menunjukkan bahwa pada perusahaan yang sangat likuid, agen (CEO) mengambil keputusan yang terbaik bagi prinsipal (pemegang saham) rasio likuiditas aset lancar yang digunakan.

3. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan mencerminkan kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan sejak didirikan hingga saat ini. Nilai perusahaan ditentukan oleh harga saham. Harga saham yang tinggi mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi. Keinginan pemegang saham adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan, dan seiring dengan meningkatnya nilai

perusahaan maka kekayaan pemegang saham pun meningkat, Novandalina et al (2022).

Investor sangat tertarik pada nilai perusahaan. Kekayaan para pemegang saham atau investor tersebut tercermin dari nilai perusahaan. Dengan kata lain, nilai perusahaan merupakan ukuran kinerja manajer keuangan. Nilai perusahaan adalah proses yang telah dilalui oleh suatu perusahaan untuk pandangan dari kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menandakan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan prospek masa depannya dapat dipercaya oleh investor Iqbal (2022). Dapat kita simpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan nilai pasar seluruh elemen keuangan perusahaan yang bersedia dibayar oleh calon pembeli pada saat perusahaan tersebut dijual, yang tercermin dalam harga saham. Dengan kata lain, nilai perusahaan adalah persepsi suatu perusahaan oleh investor dan masyarakat umum, dan sering dikaitkan dengan harga saham.

Pengukuran nilai perusahaan dalam penelitian ini didasarkan pada rasio penilaian perusahaan terhadap Tobin's Q mencakup seluruh elemen hutang dan ekuitas perusahaan, tidak hanya saham biasa, tidak hanya ekuitas perusahaan, tetapi juga seluruh aset perusahaan, sehingga rasio ini dianggap sebagai informasi. Dengan memasukkan seluruh aset perusahaan, berarti perusahaan tidak hanya fokus pada satu jenis investor, yakni investor berbentuk saham, tetapi juga kreditur. Tidak hanya berasal dari modal, tetapi juga berasal dari pinjaman kreditur. Dapat disimpulkan

bahwa Tobin's Q dapat digunakan sebagai alat ukur untuk menentukan nilai perusahaan.

Menurut penelitian Robiyanto et al (2020) rumus yang digunakan untuk mengukur *Tobin's Q* adalah sebagai berikut:

$$\text{Tobin's } Q = \frac{\text{MVE} + \text{D}}{\text{TA}}$$

4. *Green Accounting*

Green Accounting merupakan konsep akuntansi modern yang mendukung upaya ramah lingkungan perusahaan dalam berbagai cara Wenni Anggita et al (2022). Akuntansi ramah lingkungan didefinisikan sebagai bagian dari suatu proses pengakuan, sertifikasi, pengukuran, pengumpulan, pengikhtisaran, dan pelaporan. Pengungkapan informasi mengenai pos, transaksi dan dampak sosial yang timbul dari kegiatan ekonomi, sosial dan lingkungan suatu perusahaan.

Andi Yuliana (2018) menyatakan bahwa dampak negatif dari aktivitas operasi perusahaan memerlukan sistem akuntansi lingkungan yang digunakan untuk mengelola tanggung jawab lingkungan. Untuk itu dalam pengelolaan limbah yang dilakukan oleh perusahaan perlu dilakukan pengungkapan dan pelaporan mengenai pengukuran dan evaluasi biaya pengolahan limbah yang dilakukan melalui aktivitas perusahaan yang tercantum dalam *green accounting*.

Jadi, *Green Accounting* adalah cara untuk memasukkan dampak lingkungan dalam laporan keuangan di perusahaan yang mengutamakan pemanfaatan sumber daya secara efektif dan berkelanjutan selama proses produksi, mengutamakan keberlanjutan lingkungan. Dengan demikian, *green accounting* adalah ide yang membantu perusahaan memahami dan mengelola potensinya untuk mencapai tujuan ekonomi konvensional sambil mempertahankan lingkungan dan masyarakat Endina et al (2020). Dalam kasus ini, perusahaan bertanggung jawab untuk mengurangi dan menangani setiap masalah lingkungan yang disebabkan oleh operasinya Nengsih et al (2022).

Menurut penelitian Wijaya & Yasa (2022) menyatakan bahwa terdapat beberapa informasi mengenai pengungkapan yang dapat dijadikan pengukuran dalam penerapan *Green Accounting*, yaitu sebagai berikut:

- 1) Pengolahan Lingkungan:
 - a. Informasi mengenai penggunaan energi dan udara yang efisien
 - b. Manajemen sumber daya
 - c. Pengelolaan mutu udara
 - d. Monitoring kondisi lingkungan
 - e. Upaya pendampingan dan pemberdayaan lingkungan

- 2) Perlindungan dan Pelestarian Lingkungan:
 - a. Pemanfaatan sumber daya
 - b. Upaya untuk mengurangi pencemaran udara

- c. Upaya pelestarian lingkungan
 - d. Upaya konservasi alam dan energi
 - e. Pelestarian keanekaragaman flora dan fauna
 - f. Pengurangan atau pengendalian emisi, biaya pengendalian erosi dan masa depan
- 3) Pengelolaan dan Pengolahan Limbah:
- a) Upaya mencegah dan mengontrol limbah
 - b) Menyediakan informasi mengenai manajemen limbah
 - c) Menyediakan informasi tentang daur ulang limbah
 - d) Informasi mengenai kompensasi
 - e) lingkungan akibat pencemaran limbah
- 4) Rehabilitasi Lingkungan:
- a) Pelestarian area perkebunan
 - b) Upaya pembersihan lingkungan dari polusi
 - c) Reboisasi atau penanaman ulang pohon
- 5) Hubungan Masyarakat:
- a) Studi lingkungan
 - b) Biaya pengobatan bagi penduduk yang terkena dampak operasional perusahaan.
 - c) Tanggung jawab lingkungan bagi masyarakat yang terpengaruh
 - d) Pengaduan lingkungan

5. Likuiditas

Menurut Iman et al (2021), likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajibannya atau membayar utang jangka pendek. Dengan kata lain, rasio likuiditas merupakan rasio yang dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo. Jika suatu perusahaan mampu melunasi hutang jangka pendeknya tepat waktu, maka perusahaan tersebut likuid dan sebaliknya. Untuk memenuhi kewajiban jangka pendek, perusahaan harus mempunyai akses yang cukup terhadap uang tunai atau aset jangka pendek lainnya yang siap dikonversi atau diubah menjadi uang tunai.

Rasio Lancar adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang akan segera jatuh tempo dengan menggunakan total aset lancar yang dimilikinya. Rasio lancar menunjukkan kecukupan aset lancar suatu perusahaan untuk membayar utangnya pada saat jatuh tempo. Menurut penelitian Hutabarat (2022) Rasio lancar dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$CR = \frac{Aset Lancar Lancar}{Kewajiban Lancar}$$

6. *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility merupakan bentuk tanggung jawab pada suatu perusahaan terhadap investornya sehubungan dengan kepentingannya, yang meliputi aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup dalam bentuk kegiatan yang dilakukan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengacu pada tindakan perusahaan untuk mengatasi dampak negatif yang disebabkan oleh kegiatan operasionalnya dan mencakup tanggung jawab ekonomi, sosial, dan lingkungan Baranova et al (2021).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah cara perusahaan mengkomunikasikan kegiatan CSR-nya kepada publik dan pemangku kepentingan dalam laporan tahunannya. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan penyajian suatu perusahaan dalam bentuk laporan tahunan. Ada dua jenis pengungkapan informasi CSR yang bersifat wajib bagi perusahaan dan berdasarkan aturan atau standar yang telah ditetapkan, dan pengungkapan sukarela, atau pengungkapan tambahan perusahaan.

UU No. 40 tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Perseroan Terbatas adalah inisiatif perusahaan untuk berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup dan meningkatkan lingkungan yang menguntungkan baik bagi dirinya sendiri maupun masyarakat setempat. Menurut Uy & Hendrawati (2020). pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan membuktikan bahwa

tanggung jawab sosial perusahaan secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut penelitian Rahayu (2019) adapun rumus untuk mengukur CSR adalah sebagai berikut:

$$CSRDI = \frac{\sum X_{ij}}{n_j} \times 100\%$$

Keterangan :

CSRDI: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*

Nj: jumlah item pengungkapan, $n_j \leq 91$

Xij: Total dari perolehan pengungkapan, 1= jika item diungkapkan, 0= jika item tidak diungkapkan.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan untuk melakukan penelitian ini, dan temuan penelitian tersebut menjadi teori yang dapat digunakan sebagai data pendukung untuk melengkapi penelitian. Hasil dari beberapa penelitian terdahulu dengan temuan yang relevan dapat dilihat di tabel berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Judul, Tahun, Sumber Artikel	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Adamu Pantamee <i>Impact of Green Accounting on Company Value: Evidence from the Nigerian Companies</i> (2019)	<i>Green Accounting</i>	Kuantitatif	<i>Based on the results obtained above and the findings of this study, it can be validated that there is a significant relation between green accounting and company value.</i>
2.	Firlana Akbar dan irham Fahmi Pengaruh Ukuran Perusahaan, profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Kebijakan Dividen Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (2019)	Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Likuiditas	Kuantitatif	Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kebijakan dividen. Artinya, semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin besar dividend payout ratio yang dibagikan perusahaan, namun tidak signifikan.
3.	Gusti dan Putu (2019) Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman	Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Likuiditas	Kuantitatif	Profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur modal, dan likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman di bursa efek indonesia periode 2014-2017.
4.	Windya Sheryn UY dan Erna Hendrawati, (2020) Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan	<i>Corporate Social Responsibility</i> , Kinerja Lingkungan	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya biaya <i>Corporate Social Responsibility</i> yang dikeluarkan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
5.	Valentina Sinta Dewi & Agustin Ekadjaja, (2020) Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap	Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan	Kuantitatif	Hasil pengujian regresi linear berganda terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap semua

	Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur			variabel independen yang berupa profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan.
6.	Purbawangsa et al (2020) <i>Corporate Governance, Corporate Profitability Ty toward Social Responsibility Disclosure And Corporate Value (Comparative Study In Indonesia, China, And India Stock Exchange In 2013-2016)</i>	<i>Corporate Governance, Profitabilitas and Corporate Social Responsibility</i>	Kuantitatif	Profitability companies have significant influence and positive towards disclosure Corporate Social Responsibility
7.	Sulbahri, (2021) Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	<i>Corporate Social Responsibility</i>	Kuantitatif	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan. <i>Corporate Social Responsibility</i> kurang dari nilai probabilitas kritis ($\alpha = 5\%$) sebesar $0.027 < 0,05$, sehingga <i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
8.	Choirul Iman, Fitri Nurfatma Sari, Nanik Pujjati (2021) Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Likuiditas dan Profitabilitas	Kuantitatif	Variabel likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan begitupula variabel profitabilitas terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
9.	Rifani Akbar Sulbahri (2021) Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	<i>Corporate Social Responsibility</i>	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan pengaruh pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan di Indonesia.

10.	Choirul Iman, Fitri Nurfatma Sari, dan Nanik Pujiati (2021) Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Likuiditas dan Profitabilitas	Kuantitatif	Penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan begitu pula variabel profitabilitas terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
11.	I Gst. Bgs (2021) <i>The Effect of Liquidity and Profitability on Firm Value Mediated by Dividend Policy (American Journal)</i>	<i>Likuidity and Profitability</i>	Kuantitatif	The results of this study indicate a significant effect of liquidity and profitability as well as dividend policy on firm value with a determination coefficient of 0.75, thus the research model can explain the variable firm value by 75 percent and 25 percent of which is explained by other factors outside the model.
12.	Sakthi Mahenthiran (2022) <i>Impact of dividend payouts and corporate social responsibility on firm Value (Department of Finance, Copenhagen Business School)</i>	<i>Dividend payouts and corporate social responsibility</i>	Kuantitatif	<i>The results of this study confirm that together with dividends, CSR is a strategic signal used by the ILC board to convince institutional investors regarding the sustainability of the company's performance in the future.</i>
13.	Hadi Pramono, Iwan Fakhruddin, Ira Hapsari, (2022) Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan	<i>Corporate Social Responsibility</i> dan Kinerja Keuangan	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan. CSR berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, ketika kinerja sosial dan lingkungan itu naik, maka harga saham

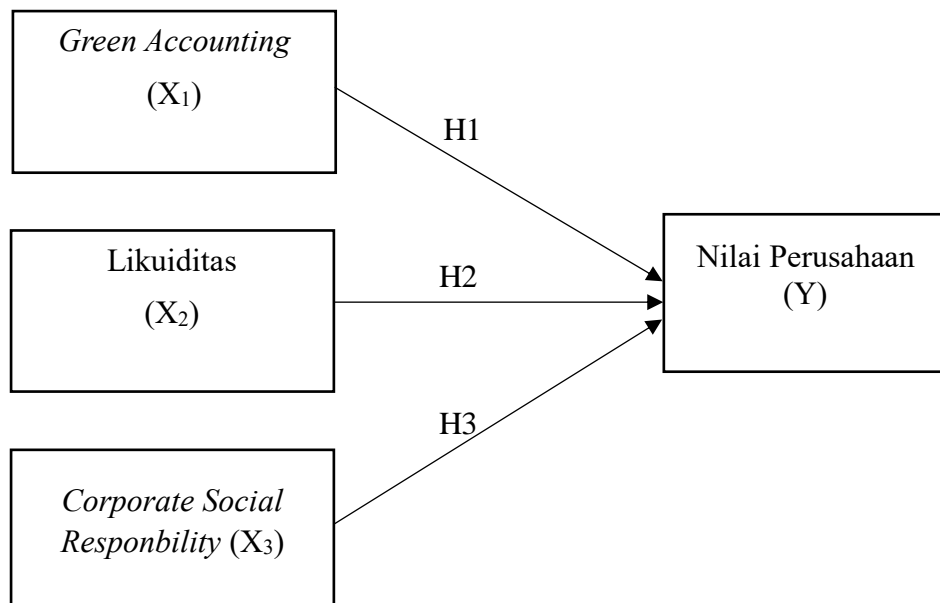
				perusahaan juga meningkat, yang berarti nilai perusahaan juga meningkat
14.	Ari Irawan, Debbi Chyntia Ovami, Argo Putra Prima, dan Arie Pratania Putri (2023) Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> , terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI	<i>Corporate Social Responsibility</i> ,	Kuantitatif	Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. hal tersebut dapat dikatakan bahwa perusahaan-perusahaan tersebut kurang memperhatikan penerapan <i>corporate social responsibility</i> agar citra perusahaan dan nilai perusahaan meningkat.
15.	Wilberforce Island <i>Liquidity and Firm Value</i> (2023) Faculty of Management Sciences	<i>Liquidity and Firm Value</i>	Kuantitatif	<i>The price-to-earnings ratio (P/E ratio) reflects market expectations and the amount of money investors are</i>
16.	Hung ngoc Dang, Thi Thu Cuc Nguyen, Dung Manh Tran <i>The Impact of Earnings Quality on Firm Value</i> (2023) <i>The Case of Vietnam. Jurnal of Asian Finance, Economics and Business</i>	<i>Firm value (Y)</i>	Kuantitatif	<i>The study investigated the impact level of earnings quality on firm value. The results show that EQ is measured in terms of earnings management, the persistence of earnings and the timeliness of earnings information that positively influence firm value.</i>
17.	Satria Galih Pambudi, Zumratul Meini <i>The effects of profitability, liquidity and firm size on firm value, with sustainability report as the moderating variable</i> (2023) <i>Economic Journal</i>	<i>Profitability (X1), liquidity (X2) firm size (X3) firm value(Y)</i>	Kuantitatif	<i>The results of this study indicate that profitability and liquidity have a significant effect on firm value while firm size has no effect on firm value profitability, liquidity,</i>
18.	Refika Nadia	<i>Profitability (X1)</i>	Kuantitatif	<i>The research results</i>

	<i>The Effect of Profitability, Liquidity, Leverage, Dividend Policy and Foreign Ownership on Firm Value (2023)</i> <i>Iomata International Journal of Management</i>	<i>Liquidity (X2) Leverage(X3) Dividend Policy (X4) Foreign Ownership (X5) Firm Value (Y)</i>	<i>provide empirical evidence that leverage and foreign ownership have a positive and significant effect on firm value. Meanwhile, profitability, liquidity and dividend policy have a negative effect on firm value.</i>
19.	Adhista Setyarin <i>The effect of liquidity, leverage and profitability on firm value (2023)</i> <i>Economic Journal</i>		<i>Liquidity has a positive and significant effect on firm value in sub-sector companies food and beverage listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2017-2021 period.</i>
20.	Mudzakkir Farij and Laila Wardani <i>The Effect of Profitability, Leverage and Liquidity on Firm Value (2024)</i>		<i>profitability has a positive influence on firm value. leverage also shows a positive influence on firm value, although liquidity has a positive influence on firm value, the effect is not significant.</i>
21.	Siera Fini (2024) Pengaruh <i>Green Accounting</i> terhadap nilai Perusahaan	<i>Green Accounting</i> Kuantitatif	Penerapan akuntansi hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

C. Kerangka Konseptual

Kerangka berpikir merupakan model konseptual yang menunjukkan bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang didefinisikan sebagai masalah penting (Sugiono, 2018). Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah *Green Accounting* (X₁), Likuiditas (X₂), *Corporate Social*

Responsibility (X_3) sebagai variabel bebas dan Nilai Perusahaan (Y). Berikut ini adalah gambaran kerangka konseptual dalam penelitian ini.



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

Sumber: Suryati et al (2021).

Kerangka pikir pada gambar di atas, H_1 menunjukkan bahwa *green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan hal ini didukung oleh penelitian Adamu (2019) dan Siera (2024) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *green accounting* dan nilai perusahaan di Indonesia. Di pasar Indonesia, tren *green accounting* menunjukkan semakin meningkat dan negara ini berupaya untuk lebih mengintegrasikan, dengan pengungkapan penerapan akuntansi hijau dapat juga meningkatkan nilai perusahaan dan H_2 menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang didukung oleh penelitian Choirul at.al (2021) yang

menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan H₃ menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu dengan menambahkan *green accounting* sebagai variabel bebas, pembaruan tahun penelitian 5 tahun terhitung mulai tahun 2019-2023, dan populasi penelitian meliputi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu asumsi atau pernyataan sementara yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang harus diuji kebenarannya secara empiris. Sedangkan menurut Sugiono (2018), mengungkapkan bahwa hipotesis merupakan pernyataan penelitian sementara yang menyajikan masalah penelitian sebagai suatu pernyataan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *Green Accounting* terhadap nilai perusahaan

Green Accounting merupakan konsep akuntansi modern yang mendukung upaya ramah lingkungan perusahaan dalam berbagai cara Wenni Anggita et al (2022). Akuntansi ramah lingkungan didefinisikan sebagai bagian dari suatu proses pengakuan, sertifikasi, pengukuran, pengumpulan, pengikhtisaran, dan pelaporan. Pengungkapan informasi mengenai pos, transaksi dan dampak sosial yang timbul dari kegiatan ekonomi, sosial dan lingkungan suatu perusahaan.

Menurut Suri et al (2023), akuntansi hijau atau akuntansi lingkungan diartikan sebagai gaya akuntansi yang mencakup biaya dan manfaat tidak langsung dari aktivitas ekonomi. Artinya akuntansi lingkungan adalah jenis akuntansi yang mencakup biaya dan manfaat tidak langsung dari kegiatan ekonomi seperti lingkungan dan kesehatan mempengaruhi perencanaan bisnis dan pengambilan keputusan.

Didukung penelitian sebelumnya oleh Abdurrahman (2019), Lestari et al (2020), Kusuma & Dosinta (2023), Fini & Astuti (2024) (Wijaya & Yasa, 2022) Sukmadilaga et al. (2023) menyatakan bahwa menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *green accounting* dan nilai perusahaan di Indonesia. Di pasar Indonesia, tren *green accounting* semakin meningkat dan negara ini berupaya untuk lebih mengintegrasikan, dengan pengungkapan penerapan akuntansi hijau dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian peneliti terdahulu, maka hipotesis pertama yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

H1: *Green Accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2. Pengaruh Likuiditas terhadap nilai perusahaan

Menurut Hery (2019), likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajibannya atau membayar utang jangka pendek. Dengan kata lain, rasio likuiditas merupakan rasio yang dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo. Jika suatu perusahaan mampu melunasi hutang jangka pendeknya tepat waktu, maka perusahaan tersebut

likuid dan sebaliknya. Untuk memenuhi kewajiban jangka pendek, perusahaan harus mempunyai akses yang cukup terhadap uang tunai atau aset jangka pendek lainnya yang siap dikonversi atau diubah menjadi uang tunai.

Didukung penelitian sebelumnya oleh Herlin Tundjung (2020), Agustin Ekadjaja (2021), Sofia Prima Dewi (2021), Iman et al (2021), Hutabarat (2022), L Erdian Sandi Wiranata et al (2023), Alamsyah (2024) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian peneliti terdahulu, maka hipotesis kedua yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

H2: Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan

Corporate Social Responsibility merupakan konsep organisasi yang mencakup baik bentuk tanggung jawab perusahaan maupun sikap kepedulian perusahaan terhadap pemangku kepentingan seperti karyawan, konsumen, pemegang saham, komunitas lokal, lingkungan dalam tiga bentuk operasional perusahaan yang meliputi aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* adalah pandangan yang menyebabkan perusahaan Mereka bertanggung jawab tidak hanya dalam urusan keuangan tetapi juga masalah ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan (Yosi, 2019).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memberikan sinyal kepada pihak eksternal, termasuk investor, meningkatkan citra perusahaan dan meningkatkan nilai pemegang saham. Hal ini diatur dalam UU Nomor . 40 dari terkait dengan perseroan terbatas pada tahun 2007. Dunia usaha mempunyai tanggung jawab tidak hanya terhadap pemegang saham dan pemiliknya, namun juga terhadap pemangku kepentingannya, termasuk pelanggan, karyawan, komunitas lokal, pemerintah, pemasok, dan bahkan pesaing.

Didukung penelitian sebelumnya oleh Uy & Hendrawati (2020) (Pramono et al (2022), Kusuma & Dosinta (2023), L Erdian Sandi Wiranata et al (2023), Irawan et al (2023), Wijaya & Yasa (2022) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* terdapat pengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan. Berdasarkan uraian peneliti terdahulu, maka hipotesis ketiga yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

H3: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan