

BAB II

TEORI SINYAL, TEORI LEGITIMASI, TEORI *STAKEHOLDER* DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal atau *signaling theory* merupakan informasi yang dapat memberikan sinyal atau isyarat dalam bentuk informasi tentang kondisi perusahaan kepada investor (Spence, 1978). Investor akan menerima informasi dari perusahaan terlebih dahulu untuk menentukan apakah sinyal positif atau negatif (Lestari & Khomsiyah, 2023). Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan memberikan informasi kepada pihak eksternal yang digunakan untuk menunjukkan kualitas kinerja perusahaan. Dalam hal ini *green accounting* dapat menjadi sinyal positif atas komitmen perusahaan terhadap lingkungan dan keberlanjutan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor. Profitabilitas yang tinggi juga dapat menjadi sinyal kinerja yang baik, begitu pula *leverage* dapat mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola pendanaan perusahaan.

2.1.2 Teori Legitimasi

Legitimasi organisasi atau biasa yang dikenal sebagai teori legitimasi, memiliki dasar dari sudut pandang ekonomi politik. Walaupun hubungan antara bisnis dan masyarakat sering dijelaskan melalui konsep kontra sosial, teori legitimasi digunakan untuk memahami bagaimana kontrak sosial tersebut dipertahankan. Teori ini menekankan bahwa keberlangsungan suatu organisasi bergantung pada pengakuan masyarakat bahwa organisasi tersebut beroperasi sesuai dengan sistem

nilai yang sejalan dengan nilai Masyarakat (Grey et al, 1996). Dengan kata lain, organisasi harus menunjukkan kepedulian terhadap kepentingan masyarakat luas, bukan hanya kepentingan pemegang saham. Legitimasi yang kuat dari Masyarakat dapat meningkatkan nilai perusahaan, memperkuat hubungan dengan berbagai pihak, serta mendukung keberlanjutan lingkungan dan sosial. Melalui pengungkapan legitimasi, perusahaan memperoleh kepercayaan lebih besar dari pihak eksternal seperti investor maupun Masyarakat. Dengan demikian, teori legitimasi penting bagi pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan.

Sejalan dengan hal tersebut penerapan teori legitimasi dalam perusahaan dapat dijelaskan melalui berbagai aspek kinerja dan pengungkapan yang tercermin dalam aktivitas perusahaan. Teori legitimasi dapat mencerminkan upaya perusahaan dalam memperoleh dan mempertahankan legitimasi dari masyarakat. Dalam kaitannya dengan *green accounting*, teori legitimasi menjadi dasar pemikiran bahwa pengungkapan informasi lingkungan oleh perusahaan bukan semata-mata bentuk transparansi keuangan, melainkan juga merupakan strategi untuk memperoleh, mempertahankan atau memulihkan legitimasi sosial perusahaan di mata masyarakat. Perusahaan yang beroperasi pada industri dengan dampak lingkungan tinggi cenderung memiliki dorongan yang lebih besar untuk melakukan pengungkapan *green accounting* secara lebih luas, sebagai upaya menunjukkan bahwa perusahaan telah bertindak secara bertanggung jawab terhadap lingkungan dan telah memenuhi ekspektasi sosial yang berlaku. Dengan demikian, semakin tinggi penerapan *green accounting* maka semakin besar pula upaya perusahaan

dalam menutup *legitimacy gap* dan menjaga keberlangsungan izin operasionalnya ditengah masyarakat.

2.1.3 Teori Stakeholder

Teori pemangku kepentingan atau teori *stakeholder* menegaskan bahwa organisasi memiliki tanggung jawab untuk memperhatikan dampak aktivitasnya terhadap para pemangku kepentingan, bukan hanya berfokus pada masyarakat (Freeman, 1984).

Teori ini menjelaskan bahwa keberhasilan perusahaan dalam memenuhi kepentingan para *stakeholder* akan mempengaruhi persepsi dan dukungan mereka, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Teori *stakeholder* menegaskan pentingnya tanggung jawab perusahaan terhadap seluruh pemangku kepentingan, dan hal ini tercermin dalam praktik *green accounting*, pencapaian profitabilitas, serta pengelolaan *leverage* secara bersama-sama menunjukkan komitmen perusahaan dalam memenuhi ekspektasi *stakeholder*.

Dalam hal ini, *green accounting* menunjukkan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sehingga meningkatkan kepercayaan *stakeholder*. Kepercayaan tersebut diperkuat oleh profitabilitas yang tinggi, karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sesuai harapan investor. Di sisi lain *leverage* menggambarkan tingkat risiko keuangan perusahaan, pengelolaan utang yang tepat akan menjaga kepercayaan stakeholder, sedangkan penggunaan yang berlebihan dapat menurunkannya. Sehingga ketiga variabel tersebut saling berkaitan dalam menunjukkan bagaimana perusahaan memenuhi ekspekstasi *stakeholder*.

2.2 *Green Accounting*

2.2.1 *Definisi Green accounting*

Green accounting atau akuntansi hijau merupakan paradigma baru akuntansi yang menekankan bahwa fokus dari proses akuntansi yaitu pengakuan, pengukuran nilai, pencatatan, peringkasan, penyajian dan pelaporan serta pengungkapan informasi akuntansi yang tidak hanya berfokus pada objek, transaksi, atau peristiwa keuangan atau yang bersifat keuangan, tetapi juga pada objek-objek, transaksi-transaksi atau peristiwa sosial (*people*) dan lingkungan (*planet*) (Lako, 2021). Dengan tujuan yaitu untuk menciptakan kerja sama, kedamaian dan kemakmuran. *Green accounting* adalah akuntansi yang menilai serta membagi pengeluaran yang timbul akibat aktivitas perusahaan yang mempengaruhi, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap komunitas dan ekosistem. Akuntansi hijau juga digunakan untuk memeriksa bagaimana anggaran lingkungan perusahaan berkorelasi dengan dana yang digunakan untuk operasi (Lestari & Khomsiyah, 2023). Penerapan *green accounting* mendorong perusahaan untuk memberikan transparansi dalam pengelolaan dampak lingkungan, memperkuat reputasi, menekan risiko, serta menarik para investor yang ingin berinvestasi dalam jangka panjang. Penerapan *green accounting* yang konsisten oleh perusahaan diyakini dapat berdampak positif bagi peningkatan nilai perusahaan, mengingat praktik tersebut mampu menarik minat berbagai pihak eksternal, khususnya investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan yang bersangkutan.

2.2.2 Penerapan *Green Accounting*

Dalam penerapan *green accounting* perusahaan dapat melalui berbagai cara seperti penilaian siklus hidup atau *life cycle assessment* yaitu perusahaan melakukan analisis terhadap dampak lingkungan suatu produk atau jasa dari tahap awal produksi hingga akhir masa pakainya. Selanjutnya ada akuntansi biaya lingkungan yaitu perusahaan menghitung biaya-biaya yang terkait dengan aktivitas lingkungan seperti biaya pengelolaan limbah, biaya restorasi lingkungan, dan biaya emisi karbon. Selanjutnya pelaporan kinerja lingkungan yaitu perusahaan Menyusun laporan yang secara transparan mengungkapkan kinerja lingkungan perusahaan, termasuk target dan pencapaian keberlanjutan. Dan terakhir integrasi dengan sistem akuntansi eksisting yaitu perusahaan menggabungkan *green accounting* dengan sistem akuntansi keuangan yang sudah ada untuk mendapatkan gambaran yang lebih utuh mengenai kinerja perusahaan

2.2.3 Pengukuran *Green Accounting*

Suatu perusahaan yang menerapkan *green accounting* dapat diukur dengan menggunakan penilaian PROPER yang dikeluarkan oleh KLHK atau juga dapat menggunakan variabel *dummy* yang disesuaikan dengan standar tertentu. Pada penelitian ini perhitungan *green accounting* menggunakan variabel *dummy* dengan ketentuan berikut:

1. Nilai 0, digunakan jika perusahaan tidak mengungkapkan *scope 1*, *scope 2*, *scope 3*, dengan penjelasan sebagai berikut: *scope 1* merupakan gas rumah kaca yang dikeluarkan langsung oleh perusahaan, *scope 2* merupakan emisi yang dihasilkan perusahaan secara tidak langsung melalui pembelian dan

penggunaan (listrik, uap, panas, dan pendingin) dan *scope* 3 merupakan emisi yang menjadi tanggung jawab perusahaan.

2. Nilai 1, digunakan jika perusahaan mengungkapkan *scope* 1 dan/atau *scope* 2 dan/atau *scope* 3, dengan penjelasan sebagai berikut di mana *scope* 1 merupakan gas rumah kaca yang dikeluarkan langsung oleh perusahaan, *scope* 2 merupakan emisi yang dihasilkan perusahaan secara tidak langsung melalui pembelian dan penggunaan (listrik, uap, panas, dan pendingin) dan *scope* 3 merupakan emisi yang menjadi tanggung jawab perusahaan.

Green accounting merupakan konsep akuntansi yang mencakup beberapa pilar penerapan salah satunya adalah pelaporan kinerja. Di mana pengungkapan emisi gas rumah kaca (GRK) merupakan bentuk terstandarisasi dari pilar tersebut, karena mengikuti kerangka kerja internasional seperti (GHG) *protocol* atau *Greenhouse Gas* yang merupakan sebuah standar yang diakui global untuk mengukur dan mengelola emisi gas rumah kaca. Perusahaan tidak dapat mengungkapkan emisi GRK jika belum memiliki sistem akuntansi lingkungan internal untuk mengukur emisi tersebut terlebih dahulu, sehingga pengungkapan emisi GRK dapat dipandang sebagai output atau bukti nyata sejauh mana *green accounting* telah diterapkan oleh perusahaan. *Green accounting* memiliki cakupan yang lebih luas, yaitu dimensi biaya dan pengakuan akuntansi lingkungan. Penelitian ini memfokuskan pengukuran pada dimensi pengungkapan dikarenakan keterbatasan ketersediaan data biaya lingkungan yang eksplisit pada laporan keuangan perusahaan. Oleh karena itu, pengungkapan emisi GRK dapat diposisikan sebagai indikator operasional dari salah satu penerapan dari *green accounting*, yaitu pelaporan kinerja

lingkungan dan bukan sebagai representasi *green accounting* secara keseluruhan melainkan sebagai *proxy* yang terukur dan sesuai standar internasional untuk menangkap sejauh mana perusahaan menerapkan tanggung jawab lingkungan.

2.3 Profitabilitas

2.3.1 Definisi Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio pengukuran yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan serta menilai tingkat pengambilan dari investasi yang dilakukan (Sukamulja, 2022). Rasio ini juga menjadi indikator kinerja manajemen dalam menjaga efektivitas operasional perusahaan. Rasio profitabilitas memungkinkan para pemangku kepentingan untuk mengetahui dan mengevaluasi tingkat keuntungan suatu perusahaan dalam kegiatan penjualan, pengelolaan aset atau investasi yang telah dilakukan. Tanpa keuntungan bisnis, perusahaan tidak dapat menarik banyak modal dari luar. Selain itu tingkat keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan dipasar juga sangat diperhatikan oleh manajemen, investor, kreditur dan pemilik perusahaan (Santoso & Junaeni, 2022). Dengan begitu semakin tinggi profitabilitas yang dihasilkan maka perusahaan semakin baik kinerja keuangan yang ditunjukkan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor. Hal ini akan mendorong kenaikan permintaan saham yang pada akhirnya meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan

2.3.2 Pengukuran Profitabilitas

Pada praktiknya rasio profitabilitas dapat dihitung dengan beberapa macam cara atau pengukuran. Terdapat empat pengukuran yang digunakan dalam mengukur profitabilitas antara lain sebagai berikut:

1. *Gross Profit Margin*

Gross profit margin adalah ukuran dari laba kotor perusahaan dibandingkan dengan pendapatan bersih atau penjualan. Semakin tinggi rasio ini, semakin rendah beban penjualan perusahaan, tetapi semakin efektif kinerja operasionalnya (Sukamulja, 2022).

2. *Net Profit Margin*

Net profit margin adalah metrik yang menunjukkan seberapa baik sebuah bisnis dapat menghasilkan laba bersih dari penjualan (Sukamulja, 2022).

3. *Return on Asset*

Return on asset adalah metrik yang mengukur tingkat pengembalian investasi perusahaan dan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari aset yang dimilikinya (Sukamulja, 2022).

4. *Return on Equity*

Return on equity merupakan rasio yang menggambarkan sejauh mana sebuah perusahaan dapat menghasilkan laba bersih dan ekuitas. Rasio ini juga penting bagi pemegang saham karena rasio ini dapat menunjukkan seberapa banyak pengembalian atas saham perusahaan yang mereka beli (Sukamulja, 2022).

2.4 *Leverage*

2.4.1 *Definisi Leverage*

Rasio solvabilitas atau juga bisa disebut dengan *leverage ratio*, menunjukkan bahwa proporsi utang suatu perusahaan pendanaan asetnya. Semakin tinggi proporsi utang terhadap pendanaan asetnya, semakin berisiko suatu bisnis

(Sukamulja, 2022). Namun beberapa perusahaan yang memiliki pendanaan dari utang yang sangat tinggi, karena kondisi sektor bisnis yang berisiko dan berdampak pada masa dewasa bisnis, yang dimana semakin dewasa suatu bisnis maka rasio solvabilitasnya akan meningkat. *Leverage* adalah ukuran jumlah hutang yang dapat digunakan perusahaan untuk membiayai semua asetnya. Namun demikian, *leverage* yang tinggi dapat menunjukkan adanya kecenderungan perusahaan untuk menggunakan *leverage* menjadi struktur modalnya, yang berdampak negatif terhadap nilai perusahaan (Novita et al., 2022). Jika *leverage* digunakan secara optimal untuk mendanai investasi yang menguntungkan, maka dapat meningkatkan laba dan meningkatkan nilai perusahaan. Namun bila penggunaan utang terlalu tinggi maka Risiko keuangan meningkat sehingga dapat menurunkan kepercayaan investor dan akhirnya menurunkan nilai perusahaan.

2.4.2 Pengukuran *Leverage*

Pengukuran *leverage* adalah cara untuk mengetahui tingkat penggunaan utang dalam struktur pendanaan perusahaan. *Leverage* biasanya dapat diukur dengan menggunakan beberapa rasio sebagai berikut:

1. *Debt to Asset Ratio* (DAR)

Debt to asset ratio merupakan pengukuran yang mengukur presentase liabilitas terhadap kumpulan perusahaan secara keseluruhan. Rasio ini penting karena dapat mengukur risiko bisnis, karena semakin tinggi rasio semakin tinggi risiko karena peningkatan pendanaan aset dengan liabilitas (Sukamulja, 2022).

2. *Debt to Equity Ratio* (DER)

Debt to equity ratio merupakan salah satu ukuran yang dapat dipakai untuk menilai tingkat kepercayaan yang dimiliki perusahaan, semakin besar rasio yang dimiliki maka akan semakin tinggi risiko yang harus dihadapi oleh pemilik usaha (Sukamulja, 2022).

3. *Equity Multiplier*

Equity multiplier merupakan pengukuran yang mengukur seberapa besar asset perusahaan yang didanai ekuitas. Semakin tinggi rasio ini, semakin besar risiko bisnis karena sebagian besar pendanaan perusahaan berasal dari liabilitas (Sukamulja, 2022).

4. *Long Term Debt Ratio*

Long term debt ratio merupakan ukuran seberapa baik perusahaan dapat melunasi utang jangka panjangnya. Pengukuran ini digunakan sebagai pertimbangan manajer dalam membuat kebijakan utang jangka Panjang (Sukamulja, 2022).

5. *Time Interest Earned Ratio*

Time interest earned ratio adalah metrik yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk melunasi beban bunga dengan menggunakan keuntungan yang dihasilkan dari kegiatan operasinya. Semakin tinggi rasio, semakin besar kemampuan perusahaan untuk melunasi bunga yang timbul dari liabilitasnya (Sukamulja, 2022).

6. *Cash Coverage*

Cash coverage adalah ukuran yang digunakan untuk menilai kapasitas perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek atau jangka Panjang

menggunakan kas yang ada. Dengan anggapan bahwa uang tunai yang diterima oleh perusahaan berasal dari aktivitas operasional perusahaan (Sukamulja, 2022).

2.5 Nilai Perusahaan

2.5.1 Definisi Nilai perusahaan

Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai cerminan kondisi dan pencapaian kinerja perusahaan sekaligus sebagai refleksi penilaian masyarakat terhadap berbagai aspek yang akan mempengaruhi perusahaan (Harmono, 2022). Nilai ini menjadi faktor penting bagi investor maupun kreditur dalam menilai prospek perusahaan. Secara langsung, nilai perusahaan berkaitan dengan harga saham, dimana investor menilai tingkat keberhasilan perusahaan melalui performa yang ditunjukkan.

2.5.2 Pengukuran Nilai perusahaan

Pengukuran nilai perusahaan dilakukan dengan menggunakan rasio nilai pasar. Rasio ini berfungsi untuk membandingkan persepsi investor terhadap nilai perusahaan dengan nilai yang tercatat dalam laporan keuangan. Pada rasio nilai pasar terdapat empat pengukuran (Sukamulja, 2022) :

a. *Earning per Share (EPS):*

Investor dapat memanfaatkan rasio EPS untuk mengukur seberapa banyak keuntungan bersih yang dialokasikan pada setiap unit saham yang beredar. Rasio ini merupakan salah satu tolok ukur utama bagi investor untuk menilai sejauh mana profitabilitas sebuah perusahaan (Sukamulja, 2022).

b. *Price to Earning Ratio (PER):*

Rasio PER digunakan untuk menilai evaluasi harga saham dengan cara membandingkan harga per lembar saham terhadap laba per saham. Semakin tinggi rasio PER, maka semakin mahal harga saham tersebut begitu juga sebaliknya. Rasio ini juga mencerminkan dinamika perkembangan saham atau bisa disebut *growth*. Semakin tinggi rasio PER maka harga saham menjadi lebih mahal namun hal itu biasanya diiringi dengan prospek pertumbuhan perusahaan atau *growth* yang lebih besar (Sukamulja, 2022).

c. Market to Book Ratio (PBV)

Salah satu rasio penting untuk menilai nilai suatu perusahaan adalah *Market to book ratio* atau *price to book value*. Rasio ini menunjukkan seberapa mirip nilai buku per saham dan harga saham per lembar. Harga saham perusahaan berkorelasi positif dengan nilai PBV, dan sebaliknya. Harga saham yang lebih tinggi mencerminkan penilaian investor yang positif terhadap kinerja perusahaan. Apabila nilai PBV lebih dari satu, itu menunjukkan bahwa pasar menilai perusahaan lebih tinggi daripada nilai buku dalam laporan keuangan (Sukamulja, 2022).

d. Tobin's Q

Tobin's Q menghitung nilai pasar perusahaan dengan menggabungkan nilai pasar ekuitas dan utang. Ini berbeda dengan rasio *market to book value* (MBV), yang hanya menggunakan total ekuitas sebagai nilai buku. Sebaliknya, rasio Tobin's Q menghitung nilai pasar perusahaan secara keseluruhan dengan perkalian nilai pasar ekuitas dengan jumlah utang. Karena kebutuhan pembiayaan eksternal yang semakin meningkat, perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi biasanya memiliki rasio Tobin's Q yang tinggi (Sukamulja, 2022).

2.6 Peneliti Terdahulu

Tabel 2. 1 Peneliti Terdahulu

No	Peneliti	Variabel	Subjek Penelitian	Hasil
1.	Lestari & Khomsiyah, 2023	Variabel Dependen (Y): Nilai Perusahaan Variabel Independen (X): X1: Kinerja Lingkungan X2: <i>Green Accounting</i> X3: <i>Sustainability Report</i>	Perusahaan peserta PROPER	- Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. - Penerapan <i>green accounting</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan - Pengungkapan <i>sustainability report</i> berpengaruh positif nilai perusahaan
2.	Santoso & Junaeni, 2022	Variabel Dependen (Y): Nilai perusahaan Variabel Independen (X):	Perusahaan yang terdaftar di BEI dan perusahaannya termasuk ke dalam daftar perusahaan indeks LQ45	- Profitabilitas menghasilkan peningkatan pada nilai perusahaan - Nilai perusahaan tidak

		X1: Profitabilitas X2: <i>leverage</i> X3: Ukuran Perusahaan X4: Likuiditas X5: Pertumbuhan Perusahaan		dipengaruhi oleh <i>leverage</i> - Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
3,	Larastiwi & Setiadi, 2024	Variabel Dependen (Y): Nilai Perusahaan Variabel Independen (X): X1: <i>Green Accounting</i> X2: Profitabilitas X3: <i>Leverage</i>	Perusahaan manufaktur sub sektor pertambangan yang terdaftar pada BEI tahun 2019-2023	- <i>Green accounting</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan - Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan - <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

4.	(Novita et al., 2022)	Variabel dependen (Y): Nilai Perusahaan Variabel Independen (X): X1: Harga Saham X2: Ukuran Perusahaan X3: Profitabilitas X4: <i>Leverage</i>	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020	- Harga saham berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan - Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan - Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan - <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
5.	(Yusmaniarti et al., 2021)	Variabel Dependen (Y): Nilai Perusahaan Variabel Independen (X): X1: Pertumbuhan Perusahaan X2: Solvabilitas	Perusahaan <i>property and real estate</i> yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019	- Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Solvabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

		X3: Profitabilitas		
6.	Delvia & Helmy, 2024	Variabel Dependen (Y): Nilai Perusahaan Variabel Independen (X) X1: <i>Green Accounting</i> X2: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2018-2022	- <i>Green accounting</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Pengungkapan <i>Corporate social responsibility</i> (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan
7.	Carolin & Susilawati, 2024	Variabel Dependen (Y): Nilai perusahaan Variabel Independen (X): X1: Ukuran Perusahaan X2: Profitabilitas	Perusahaan transportasi dan logistic yang terdaftar di Bei tahu 2018-2022	- Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan - <i>Leverage</i> berpengaruh

		X3: <i>Leverage</i>		terhadap nilai perusahaan
8.	(Robiyanto et al., 2020)	Variabel Dependen (Y): Nilai perusahaan Variabel Independen (X): X1: Profitabilitas Variabel Intervening (Z): Struktur Modal	Perusahaan dibidang perhotelan, restoran dan pariwisata yang terdaftar di BEI tahun 2012-2016	- Profitabilitas berdampak negatif terhadap nilai perusahaan - Profitabilitas berdampak negatif terhadap struktur modal - Struktur modal berdampak positif terhadap nilai perusahaan
9.	Christiaan, 2022	Variabel Dependen (Y): Nilai Perusahaan Variabel Independen (X): X1: Ukuran Perusahaan X2: <i>Leverage</i>	Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019	- Ukuran perusahaan berpengaruh besar terhadap profitabilitas - <i>Leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas - Ukuran perusahaan berpengaruh

		Variabel Intervening(Z): Profitabilitas		besar terhadap nilai perusahaan - <i>Leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan - Profitabilitas berpengaruh besar terhadap nilai perusahaan - Ukuran perusahaan berpengaruh besar terhadap nilai perusahaan - <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>goodwill</i>
10.	(Haryono et al., 2025)	Variabel Dependen (Y): Nilai perusahaan Variabel Independen (X): X1: <i>Green Accounting</i>	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2022-2023	- <i>Green Accounting</i> berpengaruh signifikan dan negatif terhadap nilai perusahaan - Kinerja lingkungan berpengaruh secara signifikan dan positif

		X2: Kinerja Lingkungan X3: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)		terhadap nilai perusahaan - <i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh signifikan dan negatif terhadap nilai perusahaan
--	--	--	--	--

2.7 Pengembangan Hipotesis

Teori yang relevan dengan logika hasil penelitian sebelumnya harus digunakan saat mengembangkan hipotesis. Ini karena teori akan memverifikasi teori tersebut dengan fenomena yang ada (Hartono, 2021).

2.7.1 Pengaruh *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan

Saat suatu perusahaan secara rutin menyampaikan kinerja lingkungan dan mematuhi semua peraturan yang berlaku, maka jumlah investor yang menanamkan modal melalui saham dalam perusahaan dengan reputasi positif akan semakin meningkat. Hal ini pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan karena adanya kenaikan dalam permintaan pasar. Dalam penerapan akuntansi hijau, kinerja perusahaan berkaitan dengan lingkungan, karena kinerja ini dapat menunjukkan seberapa baik perusahaan dapat mengurangi dampak lingkungan (Delvia & Helmy, 2024). Hal ini sejalan dengan teori *stakeholder* yang dapat meningkatkan kepercayaan dengan menunjukkan perhatian perusahaan terhadap kepentingan berbagai pihak. Selain itu juga dapat memberikan sinyal positif bagi investor karena

menunjukkan bahwa perusahaan akan tetap bertahan dan berkomitmen. Selain itu pada teori legitimasi, perusahaan harus bertindak sesuai norma, nilai dan ekspektasi sosial agar tetap mendapatkan dukungan publik. Hal ini menjadi bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dalam jangka Panjang. Berdasarkan teori yang ada dan didukung dengan hasil penelitian yang mengungkapkan bahwa *green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Larastiwi & Setiadi, 2024) dan (Lestari & Khomsiyah, 2023) maka hipotesis yang dapat dikembangkan sebagai berikut:

H1: *Green accounting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.7.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Tingginya profitabilitas akan berpotensi bagi perusahaan untuk membagikan dividen yang tinggi. Semakin tinggi pembagian dividen maka perusahaan akan mampu menarik minat investor dalam menanamkan modal dan membuat nilai perusahaan semakin meningkat. Profitabilitas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari aktivitas operasinya. Semakin banyak profit yang dimiliki suatu perusahaan maka akan semakin besar juga kemungkinan nilainya meningkat, hal ini disebabkan karena profitabilitas yang tinggi dapat menunjukkan bahwa perusahaan bekerja dengan lebih efisien untuk menghasilkan keuntungan (Carolin & Susilawati, 2024).

Hal ini dapat dijelaskan melalui teori sinyal yang dimana tingkat profitabilitas yang tinggi akan dilihat sebagai sinyal positif dari manajemen kepada pasar mengenai prospek perusahaan dimasa depan. Perusahaan yang mampu memberikan laba besar dan dapat membagikan dividen secara konsisten menunjukkan kondisi

keuangan yang sehat serta kinerja perusahaan yang baik. Sinyal positif ini pada akhirnya akan mendorong permintaan terhadap perusahaan saham sehingga terjadi kenaikan pada nilai perusahaan. Selain itu dari perspektif teori *stakeholder*, tingginya profitabilitas akan menunjukkan seberapa baik perusahaan dapat memenuhi harapan pemangku kepentingan terutama investor sebagai penyedia modal. Pemenuhan kepentingan *stakeholder* akan meningkatkan nilai perusahaan karena dapat meningkatkan kepercayaan dan dukungan jangka Panjang dari berbagai pihak.

Berdasarkan teori yang ada dan didukung oleh hasil penelitian yang menyatakan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Larastiwi & Setiadi, 2024); (Santoso & Junaeni, 2022) serta (Carolin & Susilawati, 2024) maka hipotesis yang dapat dikembangkan sebagai berikut:

H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.7.3 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Tingginya *leverage* dapat dimanfaatkan untuk memperoleh profit yang lebih tinggi, dengan begitu perusahaan dapat secara maksimal menjalankan usahanya sebagai profit yang diperoleh perusahaan meningkat. *Leverage* dapat diartikan dengan penggunaan utang yang digunakan untuk membiayai operasi dan menghasilkan keuntungan, perusahaan dapat menggunakan *leverage* untuk meningkatkan nilai perusahaan jika dana yang didapatkan perusahaan dipakai secara efisien (Carolin & Susilawati, 2024).

Dalam hal ini sejalan dengan perspektif teori *stakeholder*, penggunaan *leverage* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola pendanaan untuk

memenuhi kepentingan investor dan kreditur. Pengelolaan utang yang baik dapat meningkatkan kepercayaan *stakeholder* dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. hal ini juga dapat berkaitan dengan teori sinyal karena, peningkatan *leverage* dapat menjadi sinyal positif bagi investor mengenai prospek perusahaan dimasa depan.

Sinyal ini nantinya akan berdampak pada permintaan saham dan nilai perusahaan. Berdasarkan teori yang ada dan didukung oleh hasil penelitian yang menyatakan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Carolin & Susilawati, 2024), (Hadilah et al, 2022), serta (Hergianti, 2020). Maka hepotesis dapat dikembangkan sebagai berikut:

H3: *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.