

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

2.1.Landasan Teori

Landasan teori adalah sekumpulan teori yang relevan dan bisa dipakai untuk menjelaskan variabel-variabel dalam suatu penelitian. Landasan teori juga bisa berfungsi sebagai fondasi untuk mengembangkan hipotesis dan membuat alat penelitian. Variabel yang sedang diselidiki dapat dijelaskan dan didefinisikan dengan lebih rinci dan mendalam melalui tinjauan yang komprehensif dari berbagai literatur yang relevan. Dasar teori ini melibatkan teori-teori yang terkait dan digunakan untuk variabel yang sedang diteliti, yang menjadi struktur utama bagi para peneliti dalam usaha penelitian. Dalam bagian ini, kita akan secara teratur menjelaskan teori yang terkait dengan variabel yang sedang diselidiki, yaitu:

2.1.1. Akuntansi Lingkungan

A. Pengertian

Akuntansi lingkungan melibatkan penghitungan dan pengelolaan pengeluaran lingkungan dalam pengelolaan keuangan entitas bisnis atau badan pemerintah. Biaya lingkungan terjadi akibat efek finansial dan non-finansial dari aktivitas yang memengaruhi ekosistem alam (Ikhsan, 2008).

Menerapkan prinsip akuntansi lingkungan oleh perusahaan bisa meningkatkan kemampuan mereka dalam mengatasi masalah

lingkungan yang dihadapi. Banyak perusahaan terkemuka di berbagai sektor industri dan jasa saat ini menggunakan praktik akuntansi lingkungan guna optimalisasi pengelolaan sumber daya alam. Dengan menganalisis biaya dan manfaat serta dampaknya, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi dalam mengelola lingkungan.

B. Aspek – Aspek Akuntansi Lingkungan

Dalam bidang akuntansi lingkungan, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain:

1. Menyadari dan mengenali konsekuensi buruk dari kegiatan usaha perusahaan terhadap lingkungan dalam penerapan metode akuntansi tradisional.
2. Menemukan, menyelidiki, dan mengevaluasi isu-isu dalam bidang akuntansi tradisional yang tidak memenuhi standar lingkungan, sambil memberikan solusi untuk meningkatkan situasi tersebut.
3. Menerapkan langkah-langkah proaktif dalam merancang program untuk meningkatkan kondisi lingkungan dalam praktik akuntansi tradisional.
4. Pengembangan struktur baru untuk sistem akuntansi melibatkan aspek keuangan, juga membuat sistem pengawasan yang mendukung pengambilan keputusan manajemen dengan penekanan pada kelangsungan lingkungan.

5. Mengidentifikasi biaya dan pendapatan bagi perusahaan yang memperhatikan lingkungan mencakup berbagai elemen dari program perbaikan lingkungan.

C. Tujuan Akuntansi Lingkungan

menurut (Pramanik, et.al., 2007) tujuan akuntansi lingkungan antara lain :

1. Mendorong organisasi untuk bertanggung jawab dan meningkatkan transparansi dalam hal lingkungan.
2. Memberikan bantuan kepada entitas dalam merancang strategi untuk merespon masalah lingkungan hidup dengan mempertimbangkan interaksi mereka dengan masyarakat, khususnya dengan kelompok aktivis atau tekanan terkait isu lingkungan.
3. Membantu entitas memperoleh dukungan finansial dari kelompok dan individu yang peduli dengan lingkungan, serta memenuhi tuntutan etika yang semakin meningkat dari para investor, hal ini dapat meningkatkan citra mereka secara positif.
4. Mendorong konsumen untuk mendukung produk ramah lingkungan sehingga meningkatkan daya saing pemasaran entitas dibandingkan dengan mereka yang tidak mengadopsi praktik tersebut.
5. Menunjukkan komitmen organisasi terhadap peningkatan kondisi lingkungan.

6. Mencegah persepsi negatif dari masyarakat terhadap entitas yang beroperasi di sektor-sektor beresiko yang tidak ramah lingkungan.
7. Menangkal potensi reaksi negatif dari masyarakat terhadap perusahaan yang beroperasi di sektor-sektor yang cenderung merugikan lingkungan.

D. Fungsi dan Peran Akuntansi Lingkungan

Gunawan Wibisono (2011) Adapun tindakan memerangi pencemaran dan melakukan pengelolaan limbah dapat dibedakan menjadi dua kategori utama, yakni internal dan eksternal.

1. Fungsi Internal

Fungsi internal dari akuntansi lingkungan berfokus pada pihak internal perusahaan itu sendiri, seperti manajemen dan departemen lainnya. Pimpinan perusahaan memiliki peran utama dalam fungsi ini karena mempunyai tanggung jawab atas pengambilan keputusan dan penetapan peraturan. Fitur internal ini membolehkan perusahaan untuk mengelola pengeluaran untuk melestarikan lingkungan dan mengevaluasi keefektifan serta efisiensi biaya dari aktivitas pelestarian lingkungan. Tujuannya adalah agar akuntansi lingkungan dapat mejadi alat manajemen yang membantu manajer dalam mengelola unit bisnis dan membuat keputusan yang tepat.

2. Fungsi Eksternal

Fungsi eksternal dari akuntansi lingkungan terkait dengan aspek pelaporan keuangan kepada pihak luar perusahaan. Salah satu hal yang vital dalam operasi ini adalah menunjukkan pencapaian dari upaya pelestarian lingkungan melalui laporan keuangan. Data yang biasanya disajikan adalah hasil pengukuran jumlah dari kegiatan pelestarian lingkungan, termasuk informasi mengenai aset ekonomi perusahaan, klaim atas aset tersebut, serta efek dari transaksi, kejadian, dan situasi yang memengaruhi aset ekonomi dan klaim atasnya. Fungsi eksternal dari akuntansi lingkungan memberikan perusahaan kewenangan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan oleh para pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, mitra bisnis, investor, komunitas lokal, dan pihak administratif lainnya. Karenanya, perusahaan perlu memberikan penjelasan mengenai bagaimana manajemen mempertanggungjawabkan penggunaan sumber daya ekonomi yang diberikan oleh pemilik.

E. Potensi Akuntansi Lingkungan

Akuntansi lingkungan dan sosial memiliki kemampuan yang besar dalam meningkatkan kesadaran terhadap permasalahan yang menjadi perhatian masyarakat. Hal ini dapat memiliki dampak yang besar dalam mengurangi polusi, menjaga kelestarian habitat satwa liar, serta melestarikan lahan pertanian dari

pembangunan. Menetapkan harga produk dan jasa dengan lebih akurat juga bisa dibantu oleh faktor lingkungan dan sosial, dengan memperhitungkan biaya yang sesungguhnya. Dengan pendekatan ini, pelanggan mungkin akan dikenakan biaya tambahan untuk barang-barang yang menyebabkan polusi udara atau membutuhkan pembangunan pabrik di area pertanian. Melalui penetapan harga yang memperhitungkan faktor lingkungan, akuntansi lingkungan dapat mendorong produk ramah lingkungan lebih mahal untuk dibeli, sementara produk yang tidak ramah lingkungan menjadi kurang diminati.

Akuntansi lingkungan dapat diterapkan oleh perusahaan di segala skala, baik besar maupun kecil, dalam berbagai sektor industri, termasuk manufaktur dan jasa. Penerapannya harus disesuaikan dengan skala dan kebutuhan dasar perusahaan, baik secara sistematis maupun berdasarkan kebutuhan yang spesifik. Bentuk implementasinya harus sesuai dengan tujuan dan kebutuhan pengguna perusahaan. Namun, dalam setiap bidang bisnis, dukungan dari pimpinan perusahaan dan tim departemen yang terlibat sangat penting dalam kesuksesan penerapan akuntansi lingkungan. Keberhasilan implementasi akuntansi lingkungan dipengaruhi oleh:

- a. Pendekatan baru dalam menghitung biaya lingkungan, kinerja perusahaan, dan pengambilan keputusan diperlukan dalam

praktik akuntansi lingkungan. Komitmen dari pimpinan perusahaan dapat menciptakan suasana yang positif dan memberikan dorongan bagi organisasi dalam menerapkan praktik akuntansi lingkungan.

- b. Perusahaan mungkin berencana untuk mengatur sebuah tim yang berfokus pada penerapan akuntansi lingkungan. Kelompok ini terdiri dari sejumlah anggota dengan peran yang berbeda, ahli desain, kimiawan, insinyur, manajer produksi, operator, staf keuangan, manajer lingkungan, pekerja, dan akuntan yang sebelumnya belum pernah bekerja bersama. Karena akuntansi lingkungan melibatkan aspek lebih dari sekadar akuntansi, informasi yang dihasilkan perlu dibagi kepada semua anggota tim, dan komunikasi antar anggota tim menjadi sangat penting. Proses ini memungkinkan terbentuknya persepsi umum dan kesepahaman bersama serta memudahkan pemahaman yang lebih baik tentang berbagai isu yang dihadapi.

Organisasi yang telah menerapkan sistem manajemen lingkungan formal akan menemukan bahwa mengintegrasikan akuntansi lingkungan adalah keputusan yang masuk akal. Pengelolaan lingkungan dapat berperan sebagai alat yang mendukung keputusan dalam struktur ini. Beberapa dari mereka termasuk:

1. Biaya berdasarkan kegiatan (Activity-Based Costing/Manajemen)
2. Total manajemen kualitas (Total Quality Manajement)/ Total Kualitas Lingkungan
3. Proses Bisnis Re-Engineering (Buusiness Process Re-Engineering)/ pengurangan biaya
4. Model kualitas biaya (Cost Quality Model)/ Model Kualitas Lingkungan Biaya
5. Desain untuk lingkungan (Design for envionment)/ desain siklus hidup.

Dengan penerapan akuntansi lingkungan, Masyarakat semakin peka terhadap lingkungan sekitar mereka dan dapat aktif terlibat dalam pengawasan terhadap limbah yang dihasilkan perusahaan. Pengawasan lingkungan juga menjadi fokus utama pemerintah dalam upaya perlindungan lingkungan. Di Indonesia, lembaga lingkungan hidup yang dikenal sebagai Proper melakukan peringkat terhadap kualitas kinerja lingkungan. Proper adalah suatu inisiatif yang dirancang oleh pemerintah dalam upaya untuk membantu perusahaan dalam menjaga keberlanjutan lingkungan. Ada lima kriteria yang digunakan untuk menilai kinerja perusahaan berdasarkan warnanya, yakni emas, hijau, biru, merah, dan hitam. Penjelasan tiap tingkat kinerja perusahaan tersebut telah disampaikan di bawah ini:

- a. Emas, menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja lingkungan yang sangat baik dan telah melakukan upaya lebih dari yang dipersyaratkan oleh peraturan.
- b. Hijau, menandakan bahwa perusahaan telah mematuhi semua peraturan lingkungan dan melakukan beberapa inisiatif tambahan yang baik.
- c. Biru, menunjukkan bahwa perusahaan mematuhi semua peraturan dasar yang berlaku.
- d. Merah, menandakan bahwa perusahaan belum mematuhi beberapa peraturan lingkungan yang penting.
- e. Hitam, menunjukkan bahwa perusahaan melanggar banyak peraturan lingkungan yang signifikan dan memiliki dampak negatif besar terhadap lingkungan.

Paraphrasing the text: PSAK No. Rephrased text: Statement of Financial Accounting Standards. Topik yang akan dibahas adalah mengenai kebijakan akuntansi, perubahan estimasi, dan koreksi kesalahan dalam dunia akuntansi. Standar ini berasal dari Standar Akuntansi Internasional 8, yang menitikberatkan pada kebijakan akuntansi, perubahan dalam estimasi akuntansi, dan kesalahan. Ini terjadi karena situasi ketidakpastian di dunia bisnis, yang menyebabkan tidak semua bagian dari laporan keuangan dapat diukur dengan pasti, tetapi hanya dapat diperkirakan.

Perkiraan ini didasarkan pada informasi terbaru yang dapat dipertanggungjawabkan.

F. Tujuan Penerapan Akuntansi Lingkungan

Akuntansi lingkungan bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas informasi yang relevan bagi pihak yang memerlukannya atau mampu memanfaatkannya (Hadi, 2012). Pentingnya pelaporan keuangan lingkungan adalah untuk mendukung program pelestarian lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan dan entitas lain, dengan fokus pada kepentingan masyarakat dan perusahaan publik yang beroperasi di wilayah setempat. Menurut Ikhsan (2008), akuntansi lingkungan dikembangkan dengan tujuan dan maksud sebagai berikut :

- a. Meningkatkan transparansi: memastikan bahwa informasi tentang dampak lingkungan dari aktivitas perusahaan tersedia bagi pemangku kepentingan.
- b. Mendukung pengambilan keputusan: membantu manajemen dalam membuat keputusan yang memperhitungkan dampak lingkungan.
- c. Memenuhi kewajiban hukum dan regulasi: memastikan perusahaan mematuhi peraturan dan standar lingkungan yang berlaku.

- d. Meningkatkan akuntabilitas: memungkinkan perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak lingkungan dari operasinya kepada publik dan pemangku kepentingan lainnya.
- e. Mendorong praktik bisnis berkelanjutan: mendorong perusahaan untuk mengadopsi praktik yang lebih berkelanjutan dan ramah lingkungan.

G. Peranan Akuntansi dalam Masalah Lingkungan

Menurut Sudarmo (2004), masalah lingkungan kini bukan hanya menjadi fokus ahli lingkungan, tetapi juga telah menjadi permasalahan ekonomi. Melalui pendekatan tidak langsung, peran dari akuntan dan praktek akuntansi lingkungan mampu memberikan kontribusi dalam penanganan masalah-masalah lingkungan. Seorang akuntan bertanggung jawab dalam mendukung manajemen dalam mengatasi permasalahan lingkungan, terdapat lima langkah yang berbeda yang dapat diambil, yaitu (Gray 1993 dalam Akbar, 2011) :

- a. Identifikasi: mengenali dan memahami isu-isu lingkungan yang relevan dengan operasi perusahaan.
- b. Pengukuran: menilai dampak lingkungan dari aktivitas perusahaan, termasuk mengukur biaya dan manfaat dari tindakan lingkungan yang diambil.

- c. Pelaporan: menyusun laporan yang mencerminkan kinerja lingkungan perusahaan dan memberikan informasi yang transparan kepada pemangku kepentingan.
- d. Pengendalian: mengembangkan dan menerapkan sistem kontrol untuk memastikan bahwa kebijakan dan prosedur lingkungan diikuti secara efektif.
- e. Peningkatan berkelanjutan: mendorong peningkatan terus menerus dalam kinerja lingkungan perusahaan melalui evaluasi dan penyesuaian kebijakan serta praktik berdasarkan informasi.

2.1.2. Ukuran Perusahaan

A. Pengertian

Ukuran sebuah perusahaan dapat digambarkan melalui beberapa faktor seperti jumlah total aset, jumlah karyawan, nilai pasar, jumlah saham, total penjualan, pendapatan, dan modal. Terdapat tiga klasifikasi perusahaan berdasarkan besarnya skala operasinya, yakni: perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil.

Ukuran sebuah perusahaan dapat diidentifikasi dengan melihat jumlah total aset dan pendapatan sebagai tanda kesehatan finansialnya. Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki akses lebih besar untuk mendapatkan dana yang dibutuhkan untuk melakukan investasi guna meningkatkan keuntungan. Ukuran perusahaan bisa menjadi petunjuk untuk menentukan karakteristik

keuangan perusahaan. Ukuran perusahaan mengacu pada dimensi perusahaan yang dinilai berdasarkan total aset dan omzet yang dimilikinya. Fungsi ini digunakan untuk menilai ukuran perusahaan, apakah besar atau kecil.

B. Jenis – Jenis Perusahaan

Menurut peraturan Nomor n, menafsirkan bahwa. Pada tahun 1995, terdapat pembagian perusahaan menjadi dua kelompok berdasarkan ukuran, yang disebut usaha kecil.

1. Perusahaan Kecil

Perusahaan kecil adalah entitas legal yang didirikan di Indonesia dengan total jumlah kekayaan (aset) yang kurang dari Rp. Sejumlah 20 miliar, tidak dihubungkan dan diawasi oleh perusahaan non-korporat atau kecil, dan bukan merupakan dana untuk tujuan investasi.

2. Perusahaan Menengah/ Besar

Perusahaan yang ukurannya besar atau menengah adalah entitas ekonomi yang memenuhi syarat dalam hal kekayaan bersih atau pendapatan tahunannya. Usaha ini mencakup kegiatan ekonomi yang dilakukan di Indonesia, baik oleh entitas milik negara, swasta, maupun asing.

C. Kriteria Ukuran Perusahaan

Menurut ketentuan yang terdapat dalam perundang-undangan nomor. Pada tahun 2008, disahkanlah peraturan

perundang-undangan tentang usaha kecil, mikro, dan menengah yang mengelompokkan perusahaan berdasarkan besarnya nilai kekayaan bersih dan pendapatan penjualan menjadi tiga kategori usaha.

1. Usaha Mikro

Kriteria usaha mikro adalah sebagai berikut:

- a. Dengan total kekayaan yang mencapai jumlah terbesar Rp. 50 juta rupiah, belum termasuk aset bisnis seperti tanah dan bangunan.
- b. Raih penjualan tahunan mencapai jumlah puncak sebesar Rp. Sejumlah uang sebesar 300 juta rupiah (tiga ratus juta rupiah)

2. Usaha Kecil

Kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki total aset melebihi Rp. Rp50000000,00 (lima puluh juta rupiah) adalah batas maksimumnya. 500 juta rupiah (lima ratus juta rupiah) tidak mencakup harga tanah dan bangunan di lokasi usaha tersebut.
- b. Dengan penjualan tahunan melebihi Rp. Uang sebesar tiga ratus juta rupiah atau kurang Uang sebesar 2,5 miliar rupiah.

3. Usaha Menengah

Kriteria usaha menengah adalah sebagai berikut:

- a. Mempunyai total kekayaan melebihi Rp. 500 juta rupiah adalah jumlah maksimum yang bisa dicapai. Sepuluh milyar rupiah, tidak termasuk nilai tanah dan bangunan tempat usaha, atau 10.000000000,00 (sepuluh milyar rupiah).
- b. Dengan penjualan tahunan melebihi Rp. Uang sebesar Rp. 2500000000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) dapat disalurkan hingga maksimum Rp. "50 miliar rupiah"

Menurut Badan Standarisasi Nasional, perusahaan dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori berdasarkan ukurannya:

1. Perusahaan Besar

Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki aset lebih dari Rp. Harga tersebut meliputi nilai dari tanah dan bangunan, dan telah berhasil terjual dengan pendapatan lebih dari Rp. 50 miliar setiap tahun.

2. Perusahaan Menengah

Perusahaan menengah merujuk pada perusahaan dengan nilai aset bersih sebesar Rp. Jumlah aset mencapai 10 miliar termasuk properti dan bangunan, dengan pendapatan penjualan melebihi Rp. Sebanyak 1 miliar rupiah. Kurang dari Rp. Bayarannya mencapai lima puluh miliar.

3. Perusahaan Kecil

Perusahaan kecil merujuk pada bisnis yang memiliki total aset sebesar Rp. Jumlah 200 juta tidak mencakup aset real estat

atau struktur bangunan, dan harus memiliki penjualan minimal sebesar Rp. Setiap tahun, jumlahnya mencapai 1 miliar.

D. Indikator Ukuran Perusahaan

Menurut Moeljono (2005), Penilaian ukuran perusahaan dapat diukur dengan menjumlahkan jumlah aset, investasi, modal berputar, fasilitas produksi, jumlah karyawan, jangkauan jaringan bisnis, pangsa pasar, produksi total, nilai tambah, total pajak yang harus dibayarkan, dan faktor-faktor relevan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan korporasi memang seringkali diidentikkan dengan perusahaan besar.

Ukuran suatu perusahaan dapat diukur dengan berbagai metrik seperti total aset, pendapatan, modal, keuntungan dan faktor lainnya, Metrik-metrik ini dapat menentukan skala perusahaan tersebut. Pengukuran ukuran perusahaan dapat dilakukan dengan dua metode, yaitu:

1. Ukuran Perusahaan = Ln Total Aset

Dalam artikel ini dijelaskan bahwa asset merujuk pada kekayaan atau sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin banyak aset yang dimiliki, perusahaan dapat lebih efisien dalam mengalokasikan investasi dan memenuhi permintaan yang tinggi akan produk. Perluasan tersebut akan meningkatkan jangkauan pasar yang sudah ada dan akan berdampak pada profit perusahaan.

2. Ukuran Perusahaan = Ln Total Penjualan

Penjualan merupakan bagian terpenting dari strategi pemasaran perusahaan untuk mencapai profitabilitas. Peningkatan penjualan dapat menutup biaya produksi yang terjadi. Meningkatnya laba perusahaan akan berdampak positif pada profitabilitas perusahaan.

2.1.3. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

A. Pengertian

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebagai suatu kewajiban perusahaan terhadap lingkungannya, perusahaan bertanggung jawab untuk menciptakan kondisi yang ideal bagi masyarakat secara luas serta berupaya untuk merawat dan mempertahankan lingkungan. Oleh karena itu, sudah merupakan tanggung jawab untuk memanfaatkan setiap profit yang diperoleh oleh perusahaan untuk berkontribusi dalam membangun kesejahteraan sosial dan ekonomi serta meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Menurut (Nabila & Sutjahyani, 2023) *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan suatu inisiatif untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan pegawai serta masyarakat umum dengan memperhatikan nilai etika perusahaan. Dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)* memberikan gambaran yang positif terhadap perusahaan dan meningkatkan reputasi hingga memperkuat hubungan dengan konsumen. Biaya

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan biaya yang dikeluarkan untuk menangani masalah-masalah yang terkait dengan masyarakat akibat dari kegiatan operasional perusahaan.

Pengungkapan CSR menjadi signal yang diberikan perusahaan kepada investor maupun pihak eksternal lain untuk menunjukkan atau membuktikan kinerja perusahaan. Selain itu, pengungkapan CSR juga sebagai signal untuk melihat atau menentukan nilai perusahaan. CSR dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk pertanggung jawaban kepada masyarakat dan lingkungan menurut Rahmi & Danantho (2022) Menyatakan bahwa pengungkapan CSR secara sebagian memberikan dampak positif yang penting bagi perusahaan. Ini berarti bahwa pengungkapan CSR memiliki dampak yang besar pada nilai perusahaan karena perusahaan yang melakukan CSR akan menerima tanggapan positif dari para investor, yang akan meningkatkan keuntungan dan reputasi perusahaan menuju arah yang lebih baik dan pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan.

B. Model Pelaksanaan CSR

Setiap perusahaan memiliki cara yang beragam dalam menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR), dengan metode dan model yang berbeda-beda. Mayoritas perusahaan di Indonesia umumnya menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan memilih salah satu dari empat metode berikut:

1. Keterlibatan Langsung

Model pertama yang diimplementasikan adalah model partisipasi yang aktif. Pendekatan ini melibatkan perusahaan secara langsung dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap masyarakat. Sebagai contoh, perusahaan memberikan bantuan dalam bentuk uang kepada penduduk di sekitarnya yang memerlukan. Setelah itu, perusahaan memberikan bantuan langsung kepada masyarakat.

2. Melalui Yayasan Atau Organisasi Social

Salah satu model yang dapat diadopsi adalah melalui pendirian Yayasan atau lembaga sosial yang didanai oleh perusahaan atau pihak lain. Metode ini serupa dengan yang digunakan oleh perusahaan di negara-negara maju lainnya. Misi utama model ini adalah untuk mendirikan sebuah organisasi amal yang terus-menerus memberikan dukungan kepada masyarakat sosial.

3. Menjalinkan Kemitraan

Model ini menjalin kemitraan dengan pihak eksternal atau mitra lain melalui proses kolaborasi yang solid. Biasanya mitra yang diajak bekerja sama sudah memiliki fokus utama pada kegiatan sosial. Tidak jelas apakah badan tersebut dikelola oleh pemerintah atau oleh perusahaan swasta. Sebagai ilustrasi, perusahaan Dompot Duafa mungkin menawarkan pelayanan

manajemen dana sosial melalui lembaga mereka. Misalnya, pendanaan untuk tujuan kemanusiaan, sumbangan amal, zakat, dan lain-lain.

4. Bergabung Dengan Konsorsium

Model terakhir bisa menjadi anggota atau sekadar mendukung konsorsium. Konsorsium adalah bentuk kolaborasi antara dua perusahaan untuk melaksanakan proyek sosial yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Beberapa contoh meliputi pembangunan jalan yang ditingkatkan, pembangunan gedung sekolah, pembuatan jembatan, dan proyek lain yang bermanfaat bagi masyarakat umum di sekitar wilayah perusahaan.

C. Tujuan CSR dan Manfaatnya

Program CSR memiliki beberapa tujuan yang harus selalu terkait dengan kesejahteraan dan manfaat bagi masyarakat dan stakeholder perusahaan. Secara umum, program CSR bertujuan untuk memperbaiki hubungan antara perusahaan dengan masyarakat, lingkungan, dan stakeholders lainnya.

1. Nama Baik dan Citra Perusahaan

Tujuan utama dari pelaksanaan program CSR adalah untuk menjaga reputasi dan juga reputasi perusahaan di mata masyarakat umum. Umumnya, perusahaan melaksanakan program CSR dengan cara menunjukkan tanggung jawabnya

terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar sebagai upaya mencapai tujuannya. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan tersebut juga bisa meningkatkan citra dan reputasi perusahaan di lingkungan sekitarnya serta memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang terlibat dengan perusahaan tersebut. Maka, hal ini akan memiliki dampak besar terhadap pertumbuhan perusahaan di masa depan.

2. Menjaga Hubungan Baik Dengan Stakeholder

Tugas selanjutnya adalah untuk memelihara dan menjaga hubungan kerjasama yang kuat dengan pihak-pihak terkait. Melalui program *corporate social responsibility*, akan terbentuk hubungan yang lebih dekat dan bersahabat dengan lingkungan perusahaan. Selain itu, melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR), juga dapat memberikan banyak keuntungan bagi masyarakat dalam usaha untuk meningkatkan kemandirian mereka.

3. Solusi Untuk Menyelesaikan Masalah Yang Terjadi Di Sekitar Lingkungan

Ketika sebuah perusahaan hadir di suatu daerah, pasti akan melibatkan berbagai pihak yang tinggal di sekitarnya. Implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan solusi yang efektif untuk menyelesaikan permasalahan di sekitar kita. Ada berbagai sisi yang bisa

menjadi penyebab munculnya masalah. Dari sudut pandang lingkungan, masyarakat, dan ekonomi. Penyelenggaraan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk upaya dari perusahaan untuk turut serta dalam mengatasi beragam masalah yang terjadi di sekitar daerah mereka.

D. Jenis – Jenis Program CSR

Perusahaan dapat menjalankan CSR dengan jenis program untuk memaksimalkan kontribusi positif terhadap aspek sosial dan lingkungan, jenis – jenis program CSR antara lain:

1. Pengolahan Limbah

Manajemen limbah yang dihasilkan oleh perusahaan harus dilakukan dengan metode yang sesuai agar tidak mengganggu keselarasan lingkungan ekosistem. Contoh program tanggung jawab sosial perusahaan yang melibatkan limbah adalah dengan mengkategorikan limbah menjadi tiga kelompok, yaitu limbah yang berasal dari bahan organik, limbah anorganik, dan limbah berbahaya.

2. Rehabilitasi Alam

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang melibatkan pemulihan ekosistem alam bertujuan untuk menjaga kelestarian lingkungan. Program rehabilitasi alam bertujuan kepada perusahaan-perusahaan yang menciptakan limbah dan memanfaatkan sumber daya alam dalam penghasilan mereka

karena hal ini dapat menimbulkan masalah terhadap kualitas udara, kesuburan tanah, dan kebersihan air.

Contoh program yang dilakukan untuk CSR dengan rehabilitasi alam yaitu melakukan kegiatan seperti menanam kembali hutan, menanam pohon mangrove, merawat terumbu karang, dan program lainnya untuk melestarikan lingkungan.

3. Penggunaan Sumber Energi Terbaharukan

CSR dengan menggunakan sumber energi terbaharukan dapat dilakukan perusahaan melalui pemanfaatan sumber daya alam yang dapat diperbaharui atau tidak akan habis, seperti air, udara, tenaga surya, dan angin. Salah satu pemanfaatannya adalah dengan mengandalkan energi air untuk menghasilkan energi Listrik melalui Pembangunan Pembangkit Listrik Tenaga Air (PLTA). Hal ini bermanfaat untuk meminimalisir kerusakan lingkungan akibat eksplorasi sumber daya alam, seperti minyak bumi dan batu bara.

4. Filantropi

Program CSR melibatkan filantropi dapat mencakup pendampingan dan penyediaan modal untuk mendukung pengembangan UMKM, mengorganisir pengumpulan dana untuk menolong individu yang kurang mampu atau korban bencana, serta berbagai jenis kegiatan lainnya.

5. Budaya Kerja Ramah SDM (Sumber Daya Manusia)

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan juga bisa diwujudkan dengan menerapkan prinsip dan perilaku untuk menciptakan sumber daya manusia yang kompeten melalui pemberian dana beasiswa dan pelatihan.

6. Pemberdayaan Ekonomi Karyawan

Salah satu cara untuk meningkatkan kondisi ekonomi karyawan di perusahaan adalah dengan memberikan pelatihan agar karyawan dapat meningkatkan keterampilan mereka dan dengan demikian memperbaiki situasi keuangan mereka. Ini dapat berhasil dicapai dengan meningkatkan keterampilan berwirausaha, mendirikan perkumpulan karyawan.

7. *Volunteering*

Volunteering adalah salah satu cara untuk menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Para karyawan perusahaan dapat melakukan aksi sukarela dalam berbagai kegiatan, seperti turut serta dalam operasi bantuan bencana atau mengirimkan tenaga pengajar dan tenaga medis ke wilayah terpencil.

E. Contoh Kegiatan Program CSR

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat diimplementasikan oleh perusahaan dengan melakukan aktivitas operasional dalam berbagai sektor. Dalam menjalankan program

CSR, sebuah perusahaan perlu memiliki target yang jelas, menjaga hubungan yang baik dengan pihak-pihak yang berkepentingan, merawat citra perusahaan, dan menawarkan penyelesaian untuk permasalahan di sekitarnya merupakan hal yang penting. Beberapa contoh kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dapat dijadikan teladan bagi perusahaan lain antara lain:

1. Dalam ranah ekonomi, menciptakan program koperasi simpan pinjam dan inisiatif bisnis untuk komunitas serta pekerja, mengupayakan pertumbuhan UMKM di sekitar lokasi perusahaan, serta menyediakan pendanaan bagi pengusaha lokal.
2. Dalam sektor kesehatan, menawarkan kesempatan untuk mendonorkan darah, menyediakan layanan vaksinasi gratis bagi masyarakat umum, dan memberikan perawatan medis tanpa biaya.
3. Dalam lingkungan, program pengelolaan limbah diselenggarakan dan acara seminar terkait Pendidikan diadakan.
4. Dalam hal infrastruktur, kita perlu memberikan fasilitas untuk tempat ibadah, merencanakan dan membangun infrastruktur yang dapat digunakan oleh masyarakat umum, dan juga melakukan perbaikan pada jalan-jalan umum.

5. Dalam ranah kebudayaan, kita melaksanakan acara festival seni, mendorong pertumbuhan dan memberdayakan para seniman lokal, serta menjaga warisan budaya dan karya seni.

2.1.4. Nilai Perusahaan

A. Pengertian

Keadaan khusus sebuah perusahaan dapat diukur dari tingkat kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat sejak perusahaan didirikan dan selama operasionalnya berlangsung. Hal ini merupakan nilai yang dimiliki oleh perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan memberikan kepuasan kepada para pemiliknya, dikarenakan hal itu akan mempengaruhi peningkatan laba sebagaimana yang diharapkan oleh mereka. Harga saham suatu perusahaan mencerminkan nilai dari perusahaan tersebut. Nilai pasar perusahaan diperoleh melalui perjanjian antara pihak yang membeli dan menjual saham ketika transaksi terjadi. Ini disebabkan oleh kenyataan bahwa harga saham dianggap sebagai gambaran yang tepat dari nilai aset perusahaan.

Menurut Santoso (2015:65), “Ketika harga saham mencerminkan nilai perusahaan, hal itu sangat dipengaruhi oleh potensi investasi yang ada. Adanya kesempatan investasi menunjukkan kemajuan yang positif bagi perusahaan ke depan, yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.”

B. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Menurut Santoso (2015:69), “Ada banyak hal yang bisa memengaruhi penilaian suatu perusahaan. Penilaian perusahaan mengikuti konsep dasar seperti penentuan nilai dalam periode tertentu, penetapan nilai pada harga yang adil, dan independen dari pengaruh kelompok tertentu. Banyak pendekatan dan strategi telah dikembangkan dalam evaluasi perusahaan secara umum, termasuk:

1. Pendekatan laba, antara lain metode rasio tingkat laba atau price earning ratio, metode kapitalisasi proyeksi laba
2. Pendekatan arus kas, antara lain metode diskonto arus kas
3. Pendekatan dividen, antara lain metode pertumbuhan dividen
4. Pendekatan harga saham
5. Pendekatan *economic value added*

2.2. Penelitian Terdahulu

Dalam pemeriksaan literatur, peneliti memulai dengan meninjau studi sebelumnya yang mungkin relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Oleh karena itu, para peneliti berusaha mencari referensi tambahan yang relevan untuk menjadikan skripsi lebih komprehensif dan berbobot. Peneliti berupaya mencari dan menyusun kembali berbagai bahan pustaka dan studi sebelumnya yang masih relevan dengan topik penelitian saat ini. Selain itu, diperlukan persyaratan bahwa dalam penelitian ini tidak ada tindakan plagiatisme atau menyalin sepenuhnya karya orang lain.

Studi sebelumnya bertujuan untuk mendukung literatur yang sudah ada melalui penelitian yang telah dilakukan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang memberikan nilai yang sama terhadap variasi yang ada dalam pandangan subjek tertentu, meskipun ada persamaan maupun perbedaan, hal tersebut adalah sesuatu yang alami untuk saling melengkapi satu sama lain. Studi ini serupa dengan studi yang akan dilakukan oleh peneliti lain, keduanya memanfaatkan metode kuantitatif dalam penelitiannya. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh akuntansi lingkungan, ukuran perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan yang tidak hanya berfokus pada kebutuhan konsumen.

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu

No.	Judul	Penyusun/ Tahun	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Indeks Modal Intelektual Hijau, Pengeluaran Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Besar Perusahaan,	Indra Maulana Sahid dan Deliza Henny, September 2023	Pada penelitian ini berfokus pada menganalisis pengaruh <i>Green Intellectual Index</i> Modal, biaya tanggung jawab sosial	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Green Intellectual Capital Index</i> berpengaruh positif terhadap keuangan

	Format		perusahaan.	kinerja.
	Keuangan, dan			
	Keputusan			
	Investasi terhadap			
	Kinerja Finansial.			
2	Dampak	Auliya	Dalam studi ini,	Keterbukaan
	Penggunaan	Amira dan	sebanyak 11	dalam pelaporan
	Akuntansi	Siswanto,	perusahaan	informasi
	Lingkungan pada	2022	dipilih secara	lingkungan
	Nilai Perusahaan		sengaja, dengan	secara signifikan
	Produk		total 66 sampel	berhubungan
	Konsumen yang		yang	secara positif
	Tidak Siklikal		diobservasi.	dengan nilai
	yang Terdaftar di		Data tersebut	perusahaan.
	Bursa Efek		kemudian	
	Indonesia		dianalisis	
	.		menggunakan	
			metode regresi	
			linier berganda	
			melalui aplikasi	
			Eviews 10.	
3	Apakah	Clarisa	Penelitian ini	Pengungkapan
	Pengungkapan	Nadine	Teknik	CSR yang

CSR, Keputusan Investasi dan Ukuran Perusahaan Merupakan Faktor Determinan Nilai Perusahaan ?	Limanda dan Lucky Patricia Widianingsih	pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.	diproksikan oleh adanya keberadaan pengungkapan sustainability report (SR) berpengaruh positi terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan yang diproksikan dengan in total asset berpengaruh negatif terhadap perusahaan.
4 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Dengan	Dian Permata dan Khomsiyah, 2022	Populasi penelitian ini adalah consumer cyclicals perusahaan	Hasil penelitian secara simultan ukuran perusahaan, profitabilitas,

	Akuntansi Lingkungan Sebagai Variabel Moderasi		sektor perhotelan yang terdaftar resmi di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada masa periode 2019 hingga 2021.	dewan komisaris ukuran komisaris, dan umur perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sektor consumer non-cyclicals.
5	Pengaruh pelaporan sustainability, kinerja lingkungan, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel memoderasi.	Resa Sevnia dan Susi Dwi Mulyani, 2023	Ukuran perusahaan akan digunakan sebagai variabel	Laporan keberlanjutan dan pengaturan keuangan yang kuat berdampak positif dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu.

Sumber : Data diolah peneliti, 2024

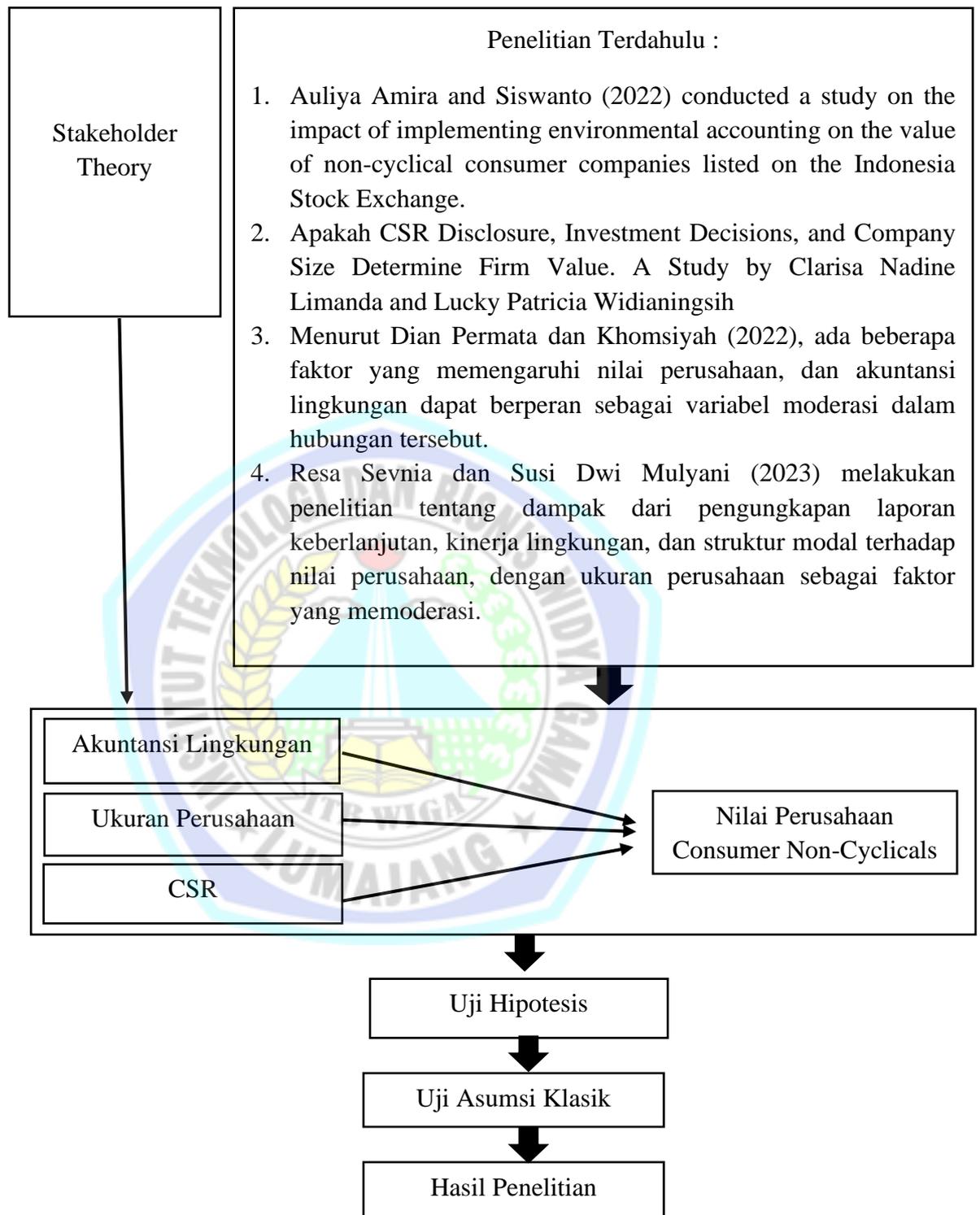
2.3. Kerangka Penelitian

Kerangka konseptual adalah susunan ide-ide yang menjadi landasan peneliti untuk memperkuat aspek tertentu yang menjadi fokus dalam penelitiannya. Dalam studi kuantitatif, penting untuk memiliki dasar yang solid sebagai landasan bagi penelitian agar dapat lebih terfokus. Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan bertanggung jawab untuk mengelola konsekuensi negatif terhadap lingkungan yang timbul dari kegiatan operasional mereka, yang diatur dalam domain akuntansi lingkungan. Jika digunakan secara konsisten, prinsip-prinsip akuntansi lingkungan dapat memunculkan potensi pengurangan biaya produksi yang dapat mengurangi beban operasional perusahaan. Ketika kesadaran masyarakat tentang perlindungan lingkungan meningkat, penggunaan akuntansi lingkungan oleh perusahaan bisa menarik minat konsumen (Dewi & Narayana, 2020).

Perusahaan dapat dikenali dari skalanya dengan melihat total aset yang tercatat dalam neraca keuangan akhir tahun. Ini mencerminkan seberapa besar atau kecilnya perusahaan tersebut (Luhri et al, 2021). Terdapat 2 jenis kerangka penelitian diantaranya adalah :

1. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah suatu pola pikir atau skema yang memvisualisasikan hubungan antara berbagai variabel dan konsep. Penting untuk membuat kerangka konsep dalam bentuk diagram atau skema agar lebih mudah memahami variabel-variabel yang akan dikaji (Hardani et al. 2020). Berikut bagan kerangka pemikiran gambar 2.1:

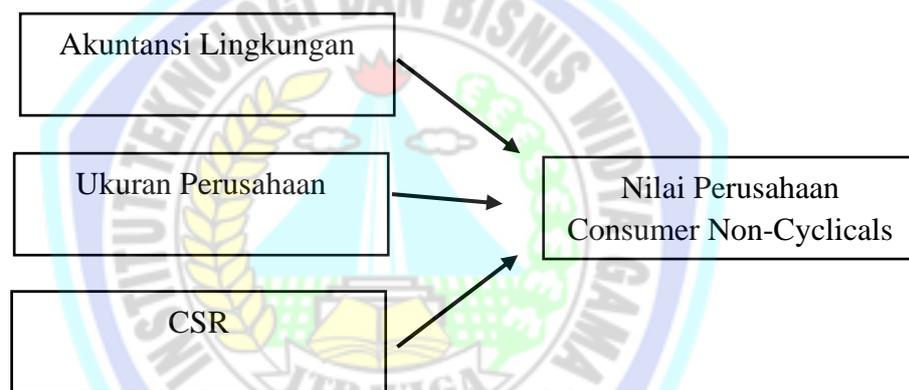


Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran

Sumber : Kajian Empiris dan Teoritis yang Relevan

2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual bertujuan untuk menunjukkan hubungan antara berbagai variabel di mana dalam diagram dapat menjelaskan kerangka konsep dari penelitian yang direncanakan. Rangkaian konsep dalam suatu penelitian melibatkan keterkaitan antara berbagai konsep yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti. Kerangka konseptual ini disusun berdasarkan ide, pengetahuan, atau teori yang mendasari studi tersebut (Setiadi, 2013). Berikut kerangka konseptual pada penelitian ini :



Gambar 2.2 Bagan Kerangka Konseptual

Sumber : Prastiwi (2020); Anggarini & Dewi (2021); Agnelia (2020);
Saputra & Mahyumi (2018)

2.4.Hipotesis

Hipotesis dalam suatu studi adalah jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian, di mana pertanyaan penelitian sudah diajukan dalam bentuk kalimat tanya (Sugiyono, 2014: 99)

Berdasarkan gambar 2.1 bagan kerangka pemikiran yang telah penulis paparkan di halaman sebelumnya, maka dapat dijelaskan dari berbagai sudut pandang sebagai berikut:

1. Pengungkapan Akuntansi Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Li et al, (2018), Suaidah (2018), serta Daromes & kawilarang (2020), pengungkapan informasi lingkungan dalam laporan keuangan memiliki korelasi positif yang kuat dengan valuasi perusahaan. Menurut mereka, perusahaan yang secara terbuka menampilkan laporan keuangan terkait lingkungan menunjukkan keterbukaan dan juga keunggulan kompetitif yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Deswantor & Siregar (2018), Sembiring & hardiyanti (2020), dan Auliya Amira & Siswanto Dari penelitian yang dilakukan, kesimpulannya adalah bahwa tidak ada korelasi yang signifikan antara pengungkapan informasi lingkungan dalam laporan keuangan dan nilai perusahaan. Hal ini mungkin terjadi karena ada pandangan bahwa pelaporan tersebut dianggap tidak signifikan dalam memengaruhi keputusan para pemangku kepentingan, karena pelaporan informasi akuntansi lingkungan masih bersifat sukarela dan belum diwajibkan. Dengan merujuk kepada penjelasan yang telah disebutkan, kita dapat mengambil kesimpulan bahwa hipotesis dari penelitian ini adalah:

H1 : Pengungkapan informasi akuntansi lingkungan periode sebelumnya berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non- cyclicals* periode berjalan

2. Pengungkapan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Besar kecil perusahaan yang terlihat pada total aktiva perusahaan dapat menjadi acuan dalam menentukan ukuran perusahaan. Investor cenderung memberikan perhatian lebih terhadap perusahaan yang besar karena ukuran perusahaan mencerminkan perusahaan memiliki kondisi lebih stabil, memiliki tingkat profit yang baik, serta komitmennya dalam memperbaiki kinerjanya menjadi lebih baik. Pasar atau investor akan tertarik dan akan menanamkan modalnya pada saham yang beredar karena adanya kepercayaan akan pengembalian berupa keuntungan yang dapat diberikan perusahaan dan pada akhirnya nilai perusahaan akan meningkat. Pernyataan tersebut didukung dengan adanya hasil penelitian oleh Agustin & Andayani (2021), Pradana & Astika (2019), Suardana et al. (2020), Hapsoro & Falih (2020), Wibowo (2021), Nabila & Wuryani (2021), dan Clarisa Nadine Limanda & Lucky Patricia Widianingsih (2023) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memberikan pengaruh pada nilai perusahaan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H2: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

3. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan CSR menjadi signal yang diberikan perusahaan kepada investor maupun pihak eksternal lain untuk menunjukkan atau membuktikan kinerja perusahaan. Pengungkapan CSR juga sebagai signal untuk melihat atau menentukan nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmi & Danantho (2022) dan Clarisa Nadine Limanda & Lucky Patricia Widyaningsih (2023) yang menyatakan pengungkapan CSR secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap perusahaan, yang artinya pengungkapan CSR membawa dampak yang cukup besar pada nilai perusahaan karena perusahaan yang melakukan CSR akan meraih tanggapan positif dari para investor dapat meningkatkan laba dan citra perusahaan, sehingga nilai perusahaan akan naik ke arah yang lebih baik. Hal ini dapat ditarik hipotesis yaitu:

H3 : Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.