

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di Indonesia menghadapi persaingan antar perusahaan yang semakin ketat (M. Lestari, 2023). Persaingan tersebut mengharuskan perusahaan untuk mampu mengelola usahanya dengan baik, agar dapat mempertahankan eksistensinya didalam pasar lokal maupun pasar global (Sitompul et al., 2021). Beberapa subsektor yang termasuk dalam perusahaan industri barang konsumsi meliputi industri makanan, farmasi, minuman, perlengkapan rumah tangga, rokok, dan kosmetik (Machdi, 2023).

Pertumbuhan pasar *e-commerce* saat ini diisi oleh berbagai produk barang konsumsi yang menjadi pendorong bagi kinerja sektor barang konsumsi itu sendiri. Menurut Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2022 Penetapan Upah Minimum Tahun 2023, (2022), yaitu penentuan kenaikan upah minimum tahun 2023 tidak boleh melebihi 10%. Hal tersebut memastikan bahwa industri dalam di sektor barang konsumsi akan terus berkembang. Diperkirakan bahwa pada tahun 2023, sektor barang konsumsi cepat bergerak (*fast-moving consumer goods*) akan mengalami pertumbuhan sekitar 6,5% (Anam, 2023). Hal ini terjadi karena industri barang konsumsi semakin mengalami peningkatan sehingga mendorong pelaku industri untuk melakukan perbaikan pada sistem dan kegiatan keuangan mereka. Selain itu, mereka juga fokus pada

pengelolaan kualitas lingkungan dan menerapkan tata kelola akuntansi dalam perusahaan mereka (Monica et al. 2023).

Tujuan utama dari keputusan keuangan adalah menciptakan nilai bagi para investor (Brigham et al. 2018). Ketika sebuah perusahaan memutuskan untuk menawarkan sahamnya kepada publik maka nilai perusahaan diartikan sebagai persepsi seorang investor terhadap kondisi perusahaan tersebut. Nilai perusahaan menjadi dasar bagi investor untuk menilai kinerja perusahaan pada masa mendatang, di mana nilai tersebut berkaitan dengan harga saham. Keuntungan bagi investor dapat diperoleh apabila harga saham mengalami kenaikan. Pentingnya nilai perusahaan terletak pada fakta bahwa nilai tersebut mencerminkan kinerja perusahaan dan memiliki kemampuan untuk memengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan (Parta et al. 2018). Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan seorang investor terhadap perusahaan. Sebuah nilai perusahaan yang tinggi seringkali diartikan sebagai indikator kesehatan dan potensi pertumbuhan perusahaan, yang dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap investasinya. Investor cenderung melihat nilai perusahaan yang kuat sebagai tanda bahwa perusahaan memiliki manajemen yang baik, pertumbuhan yang berkelanjutan, dan kemampuan untuk memberikan hasil yang baik dalam jangka panjang (Sintyana et al. 2019).

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan dijual. Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin besar pula kemakmuran yang mungkin diterima oleh pemilik perusahaan saat menjualnya. Nilai perusahaan yang tinggi bisa mencerminkan kesehatan finansial,

potensi pertumbuhan, dan aspek-aspek positif lainnya yang dihargai oleh calon pembeli, sehingga meningkatkan nilai transaksi perusahaan tersebut (Dewi et al. 2018). Menurut Noviani et al.,(2019), harga saham sering digunakan sebagai indikator nilai perusahaan, jika semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula tingkat pengembalian yang diterima oleh investor, dan ini dapat mencerminkan nilai perusahaan yang lebih tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi dapat memberikan dampak positif pada kemakmuran pemegang saham. Jika nilai perusahaan meningkat, pemegang saham dapat mengalami peningkatan nilai investasi mereka. Hal tersebut penting terutama bagi pemegang saham yang memiliki saham dalam jumlah besar, karena nilai kepemilikan mereka secara proporsional akan meningkat seiring dengan kenaikan nilai perusahaan. Sebaliknya, jika nilai perusahaan menurun, pemegang saham dapat mengalami penurunan nilai investasi mereka. Oleh karena itu, pergerakan nilai perusahaan dapat memiliki dampak langsung pada kekayaan dan kemakmuran para pemegang saham (Sembiring et al. 2019).

Penilaian saham dilakukan melalui *Price Book Value* (PBV), yaitu suatu rasio valuasi investasi yang umumnya digunakan oleh investor untuk membandingkan nilai pasar saham perusahaan dengan nilai bukunya. Rasio PBV mencerminkan sejauh mana pasar mengapresiasi nilai buku saham perusahaan, semakin tinggi rasio tersebut maka semakin besar kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan. Ini menandakan bahwa perusahaan mampu menciptakan nilai yang relatif baik terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Nilai perusahaan dikatakan baik jika rasio nilai PBV diatas satu. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *market share* perusahaan lebih besar dibandingkan dengan nilai *book valuenya*.

Semakin besar rasio PBV maka semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di dalam perusahaan. Naik turunnya PBV merupakan indikator dalam mengetahui bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan (Utami et al. 2018).

Salah satu variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *green accounting*. Menurut Lako, (2018), *green accounting* merupakan suatu proses pengakuan, pengukuran nilai, pencatatan, peringkasan, pelaporan dan pengungkapan secara terintegritas terhadap objek, transaksi atau peristiwa keuangan, sosial dan lingkungan yang utuh, terpadu, dan relevan yang bermanfaat bagi para pemakai dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan ekonomi dan non ekonomi.

Green accounting muncul akibat terjadinya krisis lingkungan global yang terjadi di Indonesia. Sehingga para pelaku industri ditekankan untuk mengadopsi praktik industri yang ramah lingkungan, yang lebih dikenal sebagai *green accounting*. *Green accounting* dianggap sebagai model akuntansi baru yang tidak hanya mempertimbangkan aspek keuangan (*profit financial*), tetapi juga memasukkan dimensi sosial dan lingkungan ke dalam metodenya. Dengan kata lain, *green accounting* merupakan suatu bentuk regulasi akuntansi yang tidak hanya memfokuskan pada aspek keuangan, melainkan juga pada pencatatan dasar dan anggaran lingkungan (Lako, 2018). Menerapkan *green accounting* dalam bisnis memiliki manfaat, yakni dapat membantu bisnis menghindari tuntutan masyarakat dan pemerintah terkait pencemaran atau kerusakan lingkungan (Faizah, 2020). Menurut Melawati et al. (2022), Perusahaan yang mengadopsi akuntansi

lingkungan akan mengalami peningkatan profitabilitas. Upaya pelestarian lingkungan memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan dan juga memberikan manfaat positif bagi masyarakat di sekitarnya. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, (2007), bahwasanya setiap tahun perusahaan harus memperhatikan berbagai aspek kebutuhan masyarakat dan lingkungan di lokasi operasionalnya.

Pada tahun 2020, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menyatakan bahwa tingkat kepatuhan sektor manufaktur dalam pengelolaan lingkungan masih rendah. Perusahaan manufaktur dianggap memiliki potensi terbesar dalam menghasilkan limbah dan menciptakan polusi lingkungan, mengingat jenis industri ini memiliki dampak paling signifikan terhadap lingkungan sebagai hasil dari operasionalnya. Salah satu permasalahan utama yang kerap muncul di industri manufaktur adalah pembuangan sembarangan limbah jenis B3 (bahan berbahaya dan beracun) ke lingkungan. Pengungkapan ini juga dapat berdampak pada reputasi dan kelangsungan masa depan perusahaan. Pencapaian nilai positif dari masyarakat dapat dicapai oleh perusahaan melalui pemenuhan kewajibannya dalam mengembangkan praktik lingkungan dan sosial yang bertanggung jawab. Dengan cara ini, perusahaan dapat mempertimbangkan untuk menjaga dan meningkatkan kondisi lingkungan dan sosial agar dapat berfungsi secara berkelanjutan (Nurchaya, 2020).

Implementasi *green accounting* memiliki peranan yang signifikan dalam mengurangi limbah, mengelola keuangan, menghemat biaya lingkungan, serta meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini dapat memberikan dukungan kepada

manajer lingkungan perusahaan dalam proses pengambilan keputusan. Selain itu, akuntansi hijau juga berfungsi untuk mengidentifikasi biaya-biaya lingkungan yang seringkali tersembunyi dalam sistem akuntansi konvensional (Ikhsan, 2008). Dalam memberikan pendekatan yang lebih komprehensif, penyediaan informasi tersebut lebih kaya dibandingkan dengan akuntansi konvensional. Ini dapat terlihat dari transaksi yang melibatkan keterkaitan timbal balik, seperti dampak polusi, kerusakan lingkungan, atau aspek negatif lainnya dari operasional perusahaan (Effendi, 2021). Menurut Alimbudiono et al. (2021), menyatakan bahwa dampak akuntansi manajemen lingkungan secara tidak langsung memengaruhi pemahaman terkait intensi lingkungan melalui sikap lingkungan. *Green Accounting* berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi mengenai dampak dan nilai perusahaan, dengan tujuan mencapai efisiensi dalam penggunaan bahan, mengurangi dampak dan risiko lingkungan, serta mengurangi biaya untuk pelestarian lingkungan.

Green accounting berperan sebagai alat untuk mengetahui dampak yang terjadi terhadap lingkungan dan aspek sosial, dengan tujuan untuk menghindari serta bertanggung jawab akan dampak lingkungan yang dihasilkan. Penilaian kinerja perusahaan dalam hal pemberdayaan dan kepedulian terhadap lingkungan merupakan indikator keberhasilan *green accounting*. Di Indonesia, kinerja lingkungan dilaporkan kepada Kementerian Lingkungan Hidup untuk dimasukkan ke dalam akuntansi manajemen lingkungan yang bersifat moneter. Perusahaan yang memberikan dampak terhadap lingkungan menjadi peserta dalam pengelolaan akuntansi manajemen lingkungan yang bersifat moneter (Yuliani et al. 2022).

Salah satu variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *profitability*. Menurut Sanjaya et al. (2018), *profitability* adalah gambaran tentang sejauh mana suatu perusahaan dapat memperoleh keuntungan dari aset atau modal yang dimilikinya. *Profitability* yang tinggi akan mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang besar. Tingginya rasio profitabilitas menjadi daya tarik bagi investor yang berencana mengalokasikan investasinya ke suatu perusahaan. Minat yang semakin tinggi dari investor untuk berinvestasi pada perusahaan dapat meningkatkan harga saham, yang pada gilirannya akan meningkatkan nilai perusahaan (Arifianto et al. 2016).

Profitability merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan atau laba. Evaluasi kinerja perusahaan seringkali dilakukan melalui kemampuannya dalam menghasilkan laba, dengan *profitability* digunakan sebagai tolok ukur efektivitas pengelolaannya. Penilaian terhadap *profitability* perusahaan dapat dilakukan melalui berbagai metode, bergantung pada cara perbandingan laba dari aktiva atau modal yang dilibatkan. *Profitability* mencerminkan indikator kinerja manajemen yang tercermin dalam pencapaian laba selama manajemen kekayaan perusahaan. Jika jumlah *profitability* pada laporan keuangan perusahaan semakin tinggi, ini dapat diinterpretasikan sebagai indikasi kinerja perusahaan yang baik, dan oleh karena itu, peluang perusahaan untuk masa depan menjadi lebih baik (Noviani et al., 2019).

Salah satu variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *financial distress*. *Financial distress is when the company is in a declining financial condition, which can lead to bankruptcy* (Gebang et al. 2022). *Financial distress*

merujuk pada kondisi yang timbul karena terus merosotnya nilai perusahaan selama periode waktu tertentu. Keadaan *financial distress* terjadi ketika kinerja keuangan perusahaan terus mengalami penurunan secara konsisten dalam suatu periode waktu tertentu. Situasi *financial distress* mencerminkan kondisi di mana keuangan perusahaan tidak sehat dan menciptakan sebuah situasi yang memprihatinkan di mana perusahaan mengalami kerugian (Carolina et al., 2017).

Indonesia merupakan salah satu negara terbesar dalam konsumsi rokok di dunia tanpa memperhitungkan Amerika Serikat dan China. Selain itu, Indonesia juga memegang peringkat sebagai pasar rokok terbesar kedua di dunia setelah Rusia, dengan volume produksi rokok mencapai 1.325 miliar batang pada tahun 2020. Nilai pasar rokok di Indonesia pada tahun 2019 diperkirakan mencapai 12 kali lipat dari penerimaan cukai negara. Perusahaan yang memainkan peran besar di sektor industri rokok Indonesia antara lain PT. HM Sampoerna, Tbk, PT. Gudang Garam, Tbk, PT. Bentoel Internasional Investama, Tbk, dan PT. Wismilak Inti Makmur, Tbk. Pada bulan Desember 2012, pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No. 109/2012 tentang pengamanan bahan yang mengandung zat adiktif, khususnya produk tembakau, untuk kesehatan (Pengamanan Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Produk Tembakau Bagi Kesehatan, 2012).

Kebijakan ini mencakup langkah-langkah seperti peringatan dan desain kemasan rokok, pengaturan iklan serta promosi rokok, dan ketentuan tentang area yang bebas dari asap rokok. Tentunya, kebijakan ini akan membatasi langkah-langkah yang dapat diambil oleh produsen rokok, dan hal ini dapat dianggap sebagai ancaman bagi pemegang saham dan calon investor yang berencana untuk

menanamkan dana mereka di industri rokok. Pihak manajemen dihadapkan pada tantangan untuk terus menciptakan nilai perusahaan sebagai daya tarik bagi calon investor, sambil tetap menjaga kinerja keuangan perusahaan agar dapat bertahan di tengah kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah (Valensia et al. 2019).

Nilai perusahaan dianggap penting karena nilai perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan yang akan mempengaruhi persepsi investor. Manajemen perusahaan perlu memberikan perhatian khusus terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai Perusahaan seperti risiko yang dihadapi perusahaan, *green accounting*, *profitability*, *financial distress*, pertumbuhan ekonomi, dan struktur modal. Fluktuasi nilai perusahaan seringkali terjadi sebagai hasil dari ketidakstabilan ekonomi dan penentuan struktur modal yang kurang optimal oleh perusahaan, yang pada gilirannya dapat memengaruhi kinerja keseluruhan. Berikut merupakan Hasil PBV Perusahaan Manufaktur sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2021-2022.

Tabel 1. 1

Hasil PBV Perusahaan Manufaktur sektor Industri Barang Konsumsi

No	Nama Perusahaan	PBV	
		2021	2022
1	Delta Djakarta Tbk (DLTA)	3,04	3,14
2	Diamond Food Indonesia Tbk,PT	1,51	1,41
3	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, PT	1,58	1,97
4	Indofood Sukses Makmur Tbk, PT	0,61	0,59
5	Mayora Indah TBK, PT	3,38	4,7
6	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk, PT	42,78	2,17
7	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk, PT	3,34	3,02

No	Nama Perusahaan	PBV	
		2021	2022
8	Gudang Garam Tbk	1,03	0,82
9	Bentoel International Investama Tbk	1,92	1,65
10	Merck Indonesia Tbk	2,48	2,88
11	Pyridam Farma Tbk	3,35	1,07
12	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk, PT	1,86	1,86
13	Sentra Food Indonesia Tbk, PT	1,59	1,56
14	Handjaya Mandala Sampoerna Tbk	3,67	4,85
15	Darya Variao Laboratoria Tbk	2,06	1,57
16	Akhsa Wira Internasional Tbk	2,55	3,14
17	Kino Indonesia Tbk	1,09	1,53

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan data tersebut, dapat kita ketahui bahwasanya PT. Pratama Abadi Nusa Tbk mengalami fluktuasi nilai perusahaan, dimana pada tahun 2021 nilai PBV berjumlah 42,78 kali sedangkan pada tahun 2022 nilai PBV berjumlah 2,17 kali. Berdasarkan hal tersebut, sudah jelas bahwasanya PT. Pratama Abadi Nusa Tbk mengalami penurunan nilai perusahaan yang sangat signifikan sebesar 40,61 kali. Kemudian PT. Pyridam Farma Tbk juga mengalami penurunan nilai perusahaan berjumlah 2,28 kali, dimana pada tahun 2021 nilai PBV berjumlah 3,35 kali sedangkan pada tahun 2022 nilai PBV berjumlah 1,07 kali. Sementara itu, beberapa perusahaan juga mengalami kenaikan nilai PBV dari tahun 2021 sampai dengan 2022 diantaranya yaitu PT. Delta Djakarta Tbk mengalami kenaikan nilai PBV berjumlah 0,14 kali, PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk mengalami kenaikan nilai PBV berjumlah 0,39 kali, PT. Mayora Indah Tbk mengalami kenaikan nilai PBV berjumlah 1,32 kali dan PT. Merck Indonesia Tbk mengalami kenaikan nilai PBV berjumlah 0,40 kali.

Hal tersebut menyebabkan gangguan yang terjadi terhadap kinerja perusahaan dapat menyebabkan pertumbuhan perusahaan yang lambat, sehingga akan berdampak pada pandangan negatif investor terhadap perusahaan. Ketika investor memiliki persepsi negatif, terhadap suatu perusahaan maka perusahaan tersebut akan menghadapi kesulitan dalam mengakses pendanaan eksternal, sehingga akan memengaruhi operasional perusahaan. Oleh karena itu, untuk memaksimalkan nilai perusahaan, pihak manajemen perlu secara cermat mempertimbangkan berbagai faktor yang dapat memengaruhi fluktuasi nilai perusahaan dan bertindak proaktif untuk menjaga kinerja dan persepsi positif investor.

Pengaruh mengenai *green accounting*, *profitability* dan *financial distress* merupakan penelitian yang masih hangat di teliti untuk mendukung terwujudnya nilai perusahaan yang baik. Berdasarkan penelitian Astuti et al., (2023), yang menggunakan metode penelitian kuantitatif dan analisis penelitian *ordinary least square* dengan teknik *purposiv sampling* menunjukkan bahwa penerapan *green accounting* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan *Profitability* juga memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan. Faktor ini adalah yang diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi investor saat berinvestasi karena adanya peningkatan Nilai perusahaan ditandai dengan kenaikan harga saham perusahaan, memastikan bahwa Investor mendapatkan keuntungan (*return*) yang optimal. Hasil tersebut selaras dengan hasil penelitian dari Karsam et al., (2022), dengan menunjukkan bahwa adanya pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya terdapat perbedaan hasil penelitian dari Hakim et al.

(2023), dengan menggunakan metode analisis data regresi linier berganda bahwasanya hasil penelitian menunjukkan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan (Hakim et al. 2023).

Berdasarkan hasil penelitian dari Saputra et al., (2020), dengan menggunakan analisis data *regresi linier* berganda yaitu uji simultan dan uji parsial menunjukkan bahwa penerapan *profitability* dan *financial distress* memiliki pengaruh positif terhadap perusahaan. Berbeda hasil penelitian yang dilakukan Ali et al., (2021), menggunakan analisis data statistik deskriptif, uji asumsi kalsik dengan menggunakan analisis *regresilinier* berganda menggunakan bantuan IBM *software Statistical Product for the Service Solution (SPSS) 26.0 for windows* menjelaskan bahwa *profitability* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian Delima et al. (2023), menggunakan analisis data regresi data panel yang menyatakan bahwa adanya hubungan positif signifikan antara *financial distress* dengan nilai perusahaan. Kemudian terdapat perbedaan hasil penelitian yang dilakukan Amalatisa et al. (2023), menemukan bahwasanya *financial distress* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas maka perlu dilakukan adanya penelitian mengenai *green accounting*, *profitability*, *financial distress* dan nilai perusahaan sehingga judul yang digunakan dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh *Green Accounting*, *Profitability* Dan *Financial Distress* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2022”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari penjelasan latar belakang masalah, beberapa isu terkait pengaruh *green accounting*, *profitability*, dan *financial distress* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2022 telah diidentifikasi.

1. Terjadinya fluktuasi nilai perusahaan dalam perusahaan manufaktur di sektor industri barang konsumsi pada periode 2021-2022.
2. Kepatuhan perusahaan manufaktur dalam pengelolaan lingkungan masih rendah.
3. Adanya kebijakan pemerintah yang dapat membatasi ruang gerak bagi perusahaan manufaktur dalam memproduksi rokok.
4. Persaingan antar perusahaan yang semakin ketat sehingga menyebabkan terjadinya kerusakan dan perubahan kondisi lingkungan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2021-2022?
2. Apakah terdapat pengaruh *profitability* terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2021-2022?

3. Apakah terdapat pengaruh *financial distress* terhadap nilai perusahaan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2021-2022?
4. Apakah terdapat pengaruh *green accounting*, *profitability* dan *financial distress* terhadap nilai perusahaan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2021-2022?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2021-2022.
2. Untuk menguji pengaruh *profitability* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2021-2022.
3. Untuk menguji pengaruh *financial distress* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2021-2022.
4. Untuk menguji pengaruh *green accounting*, *profitability* dan *financial distress* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2021-2022.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang berkepentingan dan yang terkait dalam penelitian ini, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemahaman mahasiswa Universitas Islam Sumatera Utara terkait perkembangan ilmu pengetahuan akuntansi, terutama dalam konteks nilai perusahaan. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai dampak *green accounting*, *profitability*, dan *financial distress* terhadap nilai perusahaan pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022. Selain itu, penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian mendatang yang memiliki fokus serupa, dengan potensi untuk memperbaiki dan menyempurnakan kekurangan yang mungkin ada dalam penelitian ini.

2. Manfaat Praktisi

a. Bagi Penulis

Diharapkan dapat memperluas pemahaman dalam ilmu pengetahuan, terutama dalam konteks penelitian yang terkait dengan dampak *green accounting*, *profitability* dan *financial distress* terhadap nilai perusahaan di perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada periode 2021-2022.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya nilai perusahaan bagi suatu perusahaan. Hal ini dianggap mampu meningkatkan *profitability* perusahaan serta menarik dan memengaruhi minat investor dalam mengambil keputusan berinvestasi pada perusahaan.

c. Bagi Investor

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi investor dalam membuat keputusan investasi dalam perusahaan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Uraian Teoritis

2.1.1 *Signalling Theory* (Teori Signal)

Teori sinyal mencerminkan konsep mengenai motivasi suatu perusahaan untuk menyampaikan informasi mengenai kondisi perusahaan, baik melalui sinyal positif maupun negatif kepada pengguna laporan keuangan (Indriani, 2019). Menurut Mariani et al. (2018), teori sinyal membahas cara perusahaan seharusnya memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Kemunculan teori sinyal ini terkait dengan perbedaan informasi antara pihak eksternal perusahaan dan manajemen perusahaan, yang menghasilkan ketidakseimbangan informasi (Hakim et al. 2023).

Asimetri informasi mengacu pada ketidakseimbangan informasi antara manajemen perusahaan, yang memiliki pemahaman lebih mendalam mengenai kondisi perusahaan, dan para investor. Untuk mengatasi ketidakseimbangan ini, diperlukan penerapan teori sinyal dengan tujuan mengurangi disparitas informasi melalui penyampaian sinyal kepada pihak eksternal perusahaan, seperti investor. Tujuan dari teori sinyal ini adalah menciptakan dampak positif dan memengaruhi pengambilan keputusan oleh pihak eksternal, seperti investor, sehingga mereka merasa yakin untuk berinvestasi dalam perusahaan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Wibowo, 2021).

Kegiatan yang dilaksanakan oleh perusahaan selalu memberikan dampak kepada berbagai pihak yang terkait, termasuk investor, pemerintah, karyawan, pemasok, konsumen, dan masyarakat. Aktivitas perusahaan ini menarik perhatian dan minat dari para pemilik (calon pemilik) serta penanam (calon penanam) modal, terutama para investor. Oleh karena itu, perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menyediakan laporan sebagai bentuk informasi kepada semua pihak terkait. Laporan yang harus diungkapkan oleh perusahaan paling tidak mencakup laporan keuangan secara menyeluruh (Solikhin et al. 2019).

Tujuan dari menyediakan informasi mengenai kegiatan perusahaan sekaligus sebagai sarana untuk memberikan signal kepada para *stakeholder* mengenai hal-hal lain, misalnya signal bahwa perusahaan tidak hanya mengedikan informasi yang berdasarkan ketentuan peraturan tetapi menyediakan pula informasi yang lebih bagi para *stakeholder*. Harapannya, sinyal yang diberikan oleh perusahaan ini akan diterima secara positif oleh pasar atau pihak luar, sehingga dapat memengaruhi performa pasar perusahaan yang tercermin dalam pergerakan harga saham perusahaan (Himawan, 2020).

Situasi ini mendorong perusahaan-perusahaan untuk mengungkapkan melalui laporan keuangannya bahwa mereka unggul dibandingkan dengan pesaing dalam hal pengungkapan informasi. Oleh karena itu, teori sinyal menekankan bahwa perusahaan cenderung memberikan informasi yang lebih komprehensif, yang pada gilirannya dapat membangun reputasi yang positif dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang kurang transparan. Akibatnya, perusahaan diharapkan dapat menarik minat investor.

Dewi et al. (2018), menyatakan bahwa perusahaan dapat menggunakan kebijakan dividen sebagai salah satu sinyal informasi. Terdapat tiga kriteria yang perlu diperhatikan untuk mengoptimalkan kebijakan dividen sebagai sinyal, yaitu:

- a. Manajemen harus memiliki insentif yang tepat untuk menyampaikan sinyal yang jujur, bahkan dalam situasi berita yang kurang baik.
- b. Sinyal dari perusahaan yang sukses sulit diikuti oleh pesaingnya, terutama oleh perusahaan yang kurang berhasil.
- c. Sinyal tersebut harus memiliki korelasi yang signifikan dengan kejadian yang diamati, seperti pembagian dividen yang tinggi pada masa sekarang yang terkait dengan aliran kas yang tinggi di masa mendatang.

Informasi yang diberikan oleh pasar atau yang diperoleh dari pasar dapat dianggap sebagai sinyal yang dapat memiliki makna positif atau negatif, tergantung pada preferensi terhadap sinyal tersebut. Informasi yang dinilai dalam kerangka sinyal dapat meningkatkan citra perusahaan, sehingga sinyal dianggap sebagai investasi yang dikeluarkan untuk mencapai hasil (level keuntungan) yang diinginkan oleh perusahaan (Solikhin et al. 2019).

2.1.2 *Legitimacy Theory* (Teori Legitimasi)

Menurut teori legitimasi, suatu organisasi dapat terus beroperasi secara berkelanjutan selama tetap berada dalam kerangka etika dan norma yang diterima oleh masyarakat. Teori ini berasumsi bahwa terdapat "kontrak sosial" antara perusahaan dan masyarakat (Anisdhita et al., 2021). Kontrak sosial ini menjelaskan bagaimana harapan masyarakat terhadap cara operasional suatu organisasi. Apabila

harapan ini tidak dapat terpenuhi maka minimbulkan ketidakpercayaan masyarakat terhadap perusahaan dan berpotensi mengancam kelangsungan hidupnya. Oleh karena itu, organisasi diharapkan untuk responsif terhadap lingkungan di mana mereka beroperasi (Handayani et al. 2021).

Dengan demikian, keberlanjutan suatu organisasi bergantung pada upaya untuk memastikan bahwa sistem operasionalnya sesuai dengan harapan masyarakat. Terdapat konsepsi bahwa organisasi dapat terus eksis jika mereka mampu membangun ekonomi secara berkelanjutan untuk mencapai keadilan sosial, baik dalam satu generasi maupun antargenerasi. Pertumbuhan dalam bidang *green accounting* tidak hanya mengacu pada pertumbuhan ekonomi semata, tetapi juga pada kualitas pertumbuhan yang dapat meningkatkan aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial dalam masyarakat. Penerapan *green accounting* di Indonesia diharapkan dapat mencapai lima hasil termasuk pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, pertumbuhan yang adil, kekuatan dan ketahanan dalam berbagai aspek, ekosistem yang produktif, dan pengurangan emisi gas rumah kaca (Damayanti et al. 2022)

Menurut M. Lestari, (2023), menyatakan bahwa perusahaan cenderung mengungkapkan informasi lingkungan dan kinerja berbasis lingkungan untuk melegitimasi kegiatan mereka di mata publik. Laporan tahunan digunakan sebagai sarana untuk menggambarkan tanggung jawab lingkungan perusahaan agar diterima oleh masyarakat. Dalam menjalankan operasinya, perusahaan tetap terlibat dengan masyarakat sebagai konsumen, pekerja, dan anggota masyarakat di sekitarnya. Hubungan erat ini menciptakan dampak positif terhadap masyarakat dan

lingkungan, yang pada gilirannya membantu menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

2.1.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan hasil dari kinerja perusahaan yang tercermin melalui harga saham yang terbentuk melalui mekanisme permintaan dan penawaran di pasar modal. Harga saham ini mencerminkan evaluasi masyarakat terhadap performa perusahaan (Satria Bagaskara et al., 2021). Tingkat nilai perusahaan menjadi bagian dari persepsi investor terhadap perusahaan, dimana semakin tinggi nilai perusahaan dapat membawa keuntungan bagi pemegang saham (Harningsih et al., 2019). Manajer keuangan memiliki tanggung jawab untuk membuat keputusan dengan hati-hati, karena keputusan tersebut dapat memengaruhi nilai perusahaan. Keakuratan dalam pengambilan keputusan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kekayaan perusahaan. Suryaningtyas et al. (2019), menguraikan beberapa konsep nilai perusahaan sebagai penjelasan mengenai nilai perusahaan.

- a. Nilai nominal merupakan nilai yang secara resmi dicatat dalam anggaran dasar perusahaan dan secara eksplisit disebutkan dalam neraca perusahaan.
- b. Nilai pasar atau yang sering disebut kurs, merupakan harga yang terbentuk melalui proses tawar-menawar di pasar saham. Penentuan nilai perusahaan seringkali dapat diidentifikasi ketika saham perusahaan diperdagangkan di pasar saham.

- c. Nilai intrinsik adalah nilai yang menggambarkan estimasi nilai sebenarnya suatu perusahaan. Dalam konsep nilai intrinsik, nilai perusahaan tidak hanya merujuk pada nilai sekumpulan aset, melainkan mencakup nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki potensi untuk menghasilkan keuntungan di masa depan.
- d. Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung berdasarkan prinsip-prinsip akuntansi.
- e. Nilai likuiditas adalah nilai dari penjualan seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa dari penjualan ini menjadi hak para pemegang saham. Perhitungan nilai likuiditas umumnya didasarkan pada neraca performa yang disusun ketika perusahaan akan dilikuidasi.

Nilai perusahaan dapat diestimasi dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV), yang merupakan rasio valuasi investasi yang umumnya digunakan oleh investor untuk membandingkan nilai pasar saham suatu perusahaan dengan nilai bukunya. Rasio PBV mencerminkan sejauh mana pasar menilai nilai buku saham perusahaan tersebut (Brigham et al. 2018). Ketika rasio ini semakin tinggi, hal itu mencerminkan kepercayaan yang lebih besar dari pasar terhadap prospek perusahaan, menunjukkan bahwa perusahaan mampu menciptakan nilai yang lebih tinggi relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan (Tempe et al., 2021). Pengukuran nilai perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus *Price to Book Value*:

$$Price\ Book\ Value = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai buku saham biasa}}$$

2.1.4 *Green Accounting*

2.1.4.1 Pengertian *Green Accounting*

Green accounting adalah pendekatan akuntansi yang menghitung dan mencatat biaya-biaya yang timbul baik dari tindakan pencegahan maupun dampak operasional perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat (Hamidi, 2019). Sebagai paradigma baru dalam bidang akuntansi, *green accounting* tidak hanya terfokus pada transaksi keuangan semata, melainkan juga mempertimbangkan aspek lingkungan dan sosial. Berdasarkan konsep tiga pilar dasar menurut Elkington, *green accounting* mencakup tiga pilar utama. Pilar pertama adalah akuntansi lingkungan, yang melibatkan proses mengakui, mengukur, mencatat, merangkum, dan melaporkan informasi terkait lingkungan untuk menghasilkan data akuntansi lingkungan. Pilar kedua adalah akuntansi sosial, yang mencakup proses mengakui, mengukur nilai, mencatat, merangkum, dan melaporkan informasi akuntansi yang terkait dengan transaksi dan peristiwa sosial dalam suatu organisasi atau perusahaan. Pilar ketiga adalah akuntansi keuangan, yang melibatkan proses mengakui, mengukur nilai, mencatat, merangkum, dan melaporkan transaksi atau peristiwa keuangan suatu organisasi atau perusahaan untuk menghasilkan informasi akuntansi keuangan. Dengan demikian, pilar dasar *green accounting* terkait erat dengan aspek keuangan, sosial, dan lingkungan, dan ketiga pilar ini saling terkait. Oleh karena itu, *green accounting* dapat diartikan

sebagai suatu proses yang melibatkan pengakuan, pengukuran, pencatatan, peringkasan, pelaporan, dan pengungkapan yang berkaitan dengan transaksi dan kejadian, sehingga menghasilkan informasi yang relevan mengenai keuangan, sosial, dan lingkungan sebagai tanggung jawab terhadap stakeholder dan sebagai panduan dalam pengambilan keputusan (Lako, 2018).

Secara umum, praktik *green accounting* diterapkan oleh perusahaan yang menunjukkan perhatian dan minat terhadap isu-isu kelestarian lingkungan, keberlanjutan (*sustainability*), efektivitas ekologi (*ecoeffectiveness*), serta efisiensi ekologi (*ecoefficiency*), dan mengimplementasikannya melalui alat pemasaran dalam pengelolaan strategis. Menurut Mauludy et al. (2018), penerapan *green accounting* sangat tergantung pada karakteristik individu perusahaan dalam memahami tantangan lingkungan. Pemahaman terhadap isu-isu lingkungan ini membimbing kebijakan perusahaan, khususnya yang terkait dengan pelestarian lingkungan hidup (Ilham et al. 2021).

Prestasi lingkungan suatu perusahaan diukur berdasarkan hasil yang dicapai oleh perusahaan melalui partisipasinya dalam program PROPER. Dalam program tersebut, penilaian kinerja lingkungan perusahaan dilakukan menggunakan kode warna yang disusun dalam skala sebagai berikut :

Tabel 2. 1
Peringkat Kinerja Perusahaan Dengan PROPER

Peringkat	Predikat	Nilai	Keterangan
Emas	Sangat sangat baik	5	Untuk usaha dan atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan (<i>environmental excellency</i>) dalam proses produksi dan/atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.
Hijau	Sangat Baik	4	Untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (<i>beyond compliance</i>) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan dan mereka telah memanfaatkan sumber daya secara efisien serta melaksanakan tanggung jawab sosial dengan baik.
Biru	Baik	3	Untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan, yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.
Merah	Buruk	2	Bagi mereka yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan tetapi belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.
Hitam	Sangat Buruk	1	Diberikan kepada mereka yang dalam melakukan usaha dan/atau kegiatannya, telah dengan sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian sehingga mengakibatkan terjadinya pencemaran atau kerusakan lingkungan, serta melanggar peraturan perundang-undangan yang berlaku dan/atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

(Sumber : Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2020)

2.1.4.2 Tujuan dan Karakteristik *Green Accounting*

Tujuan dari *green accounting* adalah untuk meningkatkan efisiensi dalam manajemen lingkungan melalui penilaian aktivitas lingkungan dari perspektif biaya (*environmental costs*) dan manfaat atau dampak ekonomi. Perusahaan sering menerapkan *green accounting* dengan maksud untuk menghasilkan evaluasi

berbentuk angka terkait biaya dan efek dari upaya perlindungan lingkungan. Menurut Rakesa et al. (2022), Penerapan dan pengembangan *green accounting* bertujuan untuk keberlanjutan lingkungan, dengan sasaran sebagai berikut:

1. Mendorong perusahaan untuk meningkatkan tingkat transparansi dalam hal lingkungan.
2. Berperan dalam merancang strategi responsif terhadap isu-isu lingkungan, terutama dalam konteks hubungan perusahaan dengan masyarakat dan kelompok-kelompok aktivis atau penekan yang terlibat dengan isu-isu lingkungan.
3. Memperbaiki citra perusahaan untuk mendapatkan dukungan finansial dari kelompok dan individu, sejalan dengan harapan investor sebagai wujud tanggung jawab terhadap lingkungan.
4. Mendorong konsumen untuk memilih produk berkelanjutan, menciptakan keunggulan pemasaran yang lebih kompetitif dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengadopsi praktik pengungkapan lingkungan.
5. Menunjukkan komitmen perusahaan dalam mendemonstrasikan kepedulian terhadap perbaikan lingkungan.
6. Mencegah terbentuknya opini negatif di kalangan masyarakat, mengingat perusahaan yang beroperasi di sektor yang berisiko terhadap dampak lingkungan umumnya akan dihadapkan pada tantangan masyarakat.

Menurut Lako, (2018), terdapat tiga atribut kualitatif yang dapat diambil dari informasi *green accounting* yang sangat berharga dalam menilai keputusan bagi para pemangku kepentingan, antara lain:

a. Akuntabilitas

Informasi akuntansi yang dipresentasikan dirancang untuk memperhitungkan berbagai aspek, terutama informasi yang terkait dengan tanggung jawab entitas dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan, serta biaya-biaya yang timbul akibat dampak yang dihasilkan.

b. Terintegrasi dan Komprehensif

Informasi akuntansi yang disajikan merupakan hasil integrasi antara informasi akuntansi keuangan dan informasi akuntansi sosial dan lingkungan, yang telah dipresentasikan secara menyeluruh dalam satu paket laporan akuntansi.

c. Transparan

Informasi akuntansi yang terintegrasi harus disajikan dengan jujur, akuntabel, dan transparan, dengan tujuan agar tidak menyesatkan pengguna informasi dalam proses evaluasi, penilaian, serta pengambilan keputusan ekonomi dan non-ekonomi.

2.1.4.3 Prinsip-Prinsip *Green Accounting*

Dengan menerapkan *green accounting*, diharapkan kelestarian lingkungan dapat terjaga, yang pada gilirannya akan mendorong perusahaan untuk secara sukarela mematuhi kebijakan pemerintah dalam menjalankan operasionalnya. Menurut Lako, (2018), *green accounting* didasarkan pada beberapa prinsip dasar dalam pelaksanaan praktik akuntansi berkelanjutan, seperti yang diuraikan berikut:

a. Prinsip Keberlanjutan atau Kelestarian

Proses akuntansi mengenali dan mengukur nilai, mencatat, merangkum, dan melaporkan informasi terkait dampak, objek, peristiwa, serta transaksi keuangan, sosial, dan lingkungan secara sistematis dan terpadu dalam laporan akuntansi untuk mendukung pertumbuhan laba perusahaan, kesejahteraan sosial, dan kelestarian ekologi. Dengan menerapkan proses akuntansi yang terintegrasi, diharapkan dapat menghasilkan *green accounting* atau laporan keuangan berkelanjutan yang terpadu, relevan, dan dapat diandalkan dalam penilaian sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan terkait risiko dan prospek keberlanjutan perusahaan.

b. Prinsip Pengakuan Aset

Dengan mengalokasikan sumber daya ekonomi perusahaan untuk melaksanakan *green business* dan tanggung jawab sosial korporasi (CSR) secara sukarela atau tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan yang wajib dilaksanakan, pengorbanan tersebut dapat diakui sebagai investasi (aset) jika dianggap memberikan manfaat ekonomi (*tangible benefits*) dan manfaat non ekonomi (*intangible benefits*). Namun, jika tidak memenuhi kriteria tersebut, pengorbanan harus diakui sebagai beban periodik dalam laporan laba rugi.

c. Prinsip Pengakuan Liabilitas

Liabilitas lingkungan atau liabilitas sosial harus diakui segera jika perusahaan diwajibkan oleh pemerintah atau pihak lain untuk menanggung

kerugian dan mengganti biaya kerusakan lingkungan serta kerugian masyarakat yang dihasilkan oleh kegiatan operasionalnya. Tanggung jawab perusahaan dalam mengatasi pencemaran dan polusi, memulihkan kerusakan lingkungan, serta berpartisipasi dalam inisiatif pelestarian lingkungan dan program CSR dapat diakui sebagai liabilitas sosial dan lingkungan.

d. Matching Principle

Dalam mengukur nilai antara biaya dan manfaat serta upaya yang terlibat dalam pertanggungjawaban sosial dan lingkungan, pengukuran nilai dengan membandingkan hasil dengan biaya-biaya dan upaya-upaya pencapaian tanggung jawab sosial dan lingkungan tidak hanya berlaku dalam periode akuntansi yang sama, tetapi juga dalam periode yang berbeda di masa mendatang jika pengorbanan tersebut memberikan manfaat ekonomi dan non ekonomi. Esensi dari prinsip pengukuran nilai tersebut dapat menjadi dasar dalam prinsip pengukuran biaya dan pengakuan pendapatan.

e. Prinsip Proses Akuntansi Terintegrasi

Proses akuntansi melibatkan pengenalan, penilaian nilai, pencatatan, ringkasan, dan penyampaian informasi akuntansi yang menyatukan obyek, transaksi, serta peristiwa keuangan/ekonomi, sosial, dan lingkungan secara otomatis dalam laporan. Ini memastikan bahwa pengguna memperoleh informasi akuntansi yang menyeluruh, komprehensif, relevan, dan dapat diandalkan, yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan.

f. Prinsip Pelaporan dan Pengungkapan Informasi Akuntansi yang Terintegrasi

Dalam melakukan pelaporan dan pengungkapan informasi akuntansi, perusahaan harus menyajikan seluruh informasi yang berkaitan dengan akuntansi keuangan, sosial, dan lingkungan, baik dalam bentuk kuantitatif maupun kualitatif, secara menyeluruh. Pentingnya pengungkapan informasi akuntansi kualitatif dapat dilihat dalam melengkapi dan menjelaskan aspek-aspek kritis yang terkait dengan komponen informasi akuntansi sosial dan lingkungan yang bersifat kuantitatif. Pengungkapan kualitatif terkait lingkungan dapat diimplementasikan melalui catatan-catatan dalam laporan *green*.

Setiap perusahaan yang mengimplementasikan *green accounting* dengan baik tidak hanya mengekspresikan kepedulian terhadap lingkungan, tetapi juga terhadap kualitas produk, keamanan produk, dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya. Dengan demikian, perusahaan menunjukkan kepedulian terhadap keselamatan dan kesejahteraan tenaga kerja. Pengembangan *green accounting* bertujuan untuk mendorong pertanggungjawaban perusahaan dan meningkatkan transparansi lingkungan, membantu entitas dalam merumuskan strategi untuk menanggapi isu lingkungan hidup. Dalam konteks hubungan perusahaan dengan masyarakat, khususnya dengan kelompok penggiat atau penekan terkait isu lingkungan, hal ini menciptakan citra positif yang mendukung entitas dalam mendapatkan dana dari kelompok dan individu "hijau". Seiring dengan peningkatan tuntutan etis dari investor, hal ini mendorong konsumen untuk

memilih produk yang lebih ramah lingkungan, memberikan perusahaan keunggulan pemasaran yang lebih kompetitif dibandingkan dengan yang tidak melakukan pengungkapan akuntansi lingkungan. Ini mencerminkan komitmen perusahaan terhadap upaya perbaikan lingkungan, sambil mencegah adanya pandangan negatif dari publik. Perusahaan yang berusaha di bidang berisiko lingkungan umumnya akan menghadapi risiko yang lebih rendah jika mereka mengadopsi praktik yang mendukung keberlanjutan (Hernawati, 2018).

Pada prinsipnya, unsur-unsur yang terdapat dalam green accounting tidak secara signifikan berbeda dengan komponen dalam laporan keuangan akuntansi konvensional yang berbasis dan diatur oleh IAS-IFRS dan SAK. Unsur-unsur tersebut melibatkan aspek-aspek seperti aset, liabilitas, ekuitas pemilik, pendapatan, biaya, dan laba. Menurut Lako, (2018), terdapat beberapa akun tertentu yang menjadi pembeda antara green accounting dengan akuntansi keuangan konvensional. Perbedaan-perbedaan tersebut melibatkan:

1. Struktur aset perusahaan yang telah melakukan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan (TJSLP), CSR, dan bisnis hijau akan menggambarkan adanya akun-akun baru, seperti aset sumber daya alam, investasi sosial dan lingkungan, investasi hijau, atau investasi CSR, yang ditempatkan di bawah kategori aset tetap. Struktur aset dalam akuntansi hijau mencakup aset lancar, investasi keuangan, aset tetap, aset sumber daya alam, investasi sosial dan lingkungan, aset tak berwujud, dan aset lainnya.
2. Struktur liabilitas dalam perusahaan yang menerapkan TJSLP, CSR, dan prinsip bisnis hijau akan mencakup akun-akun baru, seperti liabilitas sosial

dan liabilitas lingkungan yang bersifat kontinjensi. Kewajiban tersebut timbul sebagai hasil tanggung jawab manajemen terhadap pemerintah dan masyarakat agar pelaksanaan TJSPL, CSR, atau bisnis hijau dapat terwujud jika terjadi kerugian terkait kerusakan lingkungan. Liabilitas sosial kontinjensi dan liabilitas lingkungan kontinjensi dapat bersifat jangka pendek atau jangka panjang.

3. Struktur akun-akun entitas korporasi yang melibatkan diri dalam kegiatan CSR secara sukarela dapat dipengaruhi oleh niat batin dan nilai-nilai spiritual dari pemegang saham. Akun baru seperti Donasi CSR dapat muncul di bawah akun laba-rugi periode berjalan. Adanya akun Donasi CSR disebabkan oleh adanya program CSR yang bersifat amal kasih, dan informasi mengenai donasi ini tidak diungkapkan kepada para stakeholder dan masyarakat umum. Biaya yang dikeluarkan dalam program CSR biasanya berasal dari laba bersih setelah pajak atau saldo laba (*retained earnings*), karena informasi tersebut tidak disampaikan kepada publik. Dari perspektif *green accounting*, pengorbanan tersebut dapat diakui, dicatat, dan dilaporkan pada akun Donasi CSR sebagai pengurang nilai pemilik ekuitas.
4. Struktur akun biaya produksi dan biaya operasional perusahaan yang mengadopsi TJSPL, CSR, dan bisnis hijau akan mencakup akun biaya baru, seperti biaya sosial dan lingkungan, atau biaya penghijauan perusahaan (*green cost*), yang bersifat berkelanjutan. Secara umum, struktur biaya dalam laporan kinerja laba-rugi dari akuntansi hijau mencakup biaya produksi, biaya operasional, biaya sosial dan lingkungan, serta biaya lainnya.

Terdapat perbedaan dalam perlakuan akuntansi terhadap biaya yang terjadi dalam implementasi program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan (TJSLP)/CSR serta program korporasi hijau dari sudut pandang akuntansi keuangan konvensional, yang akan mengakibatkan perubahan pada nilai aset, biaya (beban), laba, dan ekuitas. Perubahan nilai tersebut mencakup aset, liabilitas, ekuitas, pendapatan, serta biaya atau beban periodik pada perusahaan. Adanya perbedaan antara pendekatan Akuntansi Konservatif dan akuntansi hijau (*green accounting*) adalah seperti berikut (Lako, 2018) :

Tabel 2. 2

Perbedaan Akuntansi Konservatif Dan *Green Accounting*

Uraian	Akuntansi Keuangan Konservatif	Akuntansi Hijau
Pengakuan	Banyak yang diakui sebagai beban periodik (<i>expense</i>) karena masih dianggap adanya manfaat dimasa depan belum bisa dipastikan.	Banyak yang diakui sebagai investasi sosial- lingkungan atau investasi hijau karena di yakini dapat memberikan manfaat ekonomi dimasa depan.
Pengukuran nilai	Nilai yang dikeluarkan <i>costs</i> -nya pasti sementara nilai manfaat ekonomi dimasa depan (<i>future economic benefit</i>) belum pasti dan sulit pengukurannya.	Nilai pengorbanan dan manfaatnya dimasa depan baik ekonomi atau non ekonomi cukup pasti dan dapat diukur antar periode.

Uraian	Akuntansi Keuangan Konservatif	Akuntansi Hijau
Pencatatan, peringkasan dan pelaporan informasi akuntansi	Dicatat sebagai beban periodik yang dapat menjadi pengurang nilai aset dan dilaporkan sebagai biaya atau beban periodik dalam laporan laba rugi.	Dicatat sebagai investasi sosial lingkungan atau investasi hijau yang tidak menjadi pengurang nilai aset, dan tidak berkaitan dengan beban <i>periodic</i> dalam laporan laba rugi. Namun, untuk biaya TJSL/CSR dan perusahaan hijau yang tidak memenuhi “Definisi Aset” yang bisa diperlakukan dengan beban <i>periodic</i> dalam laporan laba-rugi.

(Sumber : Lako, 2018)

2.2.5 Profitability

Menurut Kasmir, (2016), *Profitability* adalah suatu ukuran kinerja yang digunakan oleh manajemen untuk mengevaluasi pengelolaan kekayaan perusahaan, yang tercermin dari laba yang dihasilkan. Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan CSR kepada pemegang saham, sehingga dapat dijelaskan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan entitas untuk menghasilkan laba demi meningkatkan nilai pemegang saham (Kurnianingsih, 2013). Rasio profitabilitas ini mengindikasikan sejauh mana manajemen secara keseluruhan efektif dalam menciptakan laba bagi perusahaan. Seorang investor cenderung menghubungkan tingkat *profitability* suatu perusahaan dengan tingkat risiko yang mungkin timbul dari investasinya.

Dalam penelitian ini, tingkat profitabilitas diukur menggunakan rasio *Return on Equity* (ROE). *Return on Equity* (ROE) adalah ukuran kemampuan

perusahaan untuk menghasilkan tingkat kembalian perusahaan atau efektivitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas (*shareholder's equity*) yang dimiliki oleh perusahaan (Triastuti Kurnia Ningsih, 2017). Semakin tinggi nilai ROE, semakin baik kinerja perusahaan. Peningkatan dalam rasio ini menunjukkan peningkatan dalam manajemen pengelolaan sumber dana operasional secara efektif untuk mencapai laba bersih yang lebih tinggi (Wijaya, 2019).

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

2.2.6 *Financial Distress*

2.2.6.1 Pengertian *Financial Distress*

Menurut Curry et al., (2018), *financial distress* merupakan suatu keadaan yang menggambarkan penurunan keuangan perusahaan sebelum mengalami kebangkrutan. Kendala keuangan yang bersifat jangka pendek biasanya dimulai sebagai tantangan sebentar namun bisa menjadi lebih serius. Irham, (2014), juga menyatakan bahwa *financial distress* "dimulai ketika perusahaan tidak mampu memenuhi kewajiban-kewajibannya, terutama yang bersifat jangka pendek, termasuk kewajiban likuiditas, dan juga termasuk kewajiban dalam kategori solvabilitas".

Financial distress is an important issue in economic because of businesses health and success are of widespread concern to policy makers, industry participants, investors, managers, and consumers. Moreover, financial sector and

banks in general, need an objective support to estimate the probability of failing firms and so evaluate risks they take on (Marso et al. 2020).

Menurut Hery, (2018), *financial distress* adalah kondisi di mana perusahaan mengalami masalah keuangan, dimulai ketika perusahaan tidak dapat memenuhi jadwal pembayaran atau proyeksi arus kas menunjukkan bahwa perusahaan tersebut akan segera tidak mampu memenuhi kewajibannya.

Berdasarkan berbagai pengertian yang telah disajikan, dapat disimpulkan bahwa *financial distress* adalah keadaan di mana suatu perusahaan menghadapi masalah keuangan. Kendala keuangan terjadi ketika perusahaan tidak dapat memenuhi tenggat pembayaran atau ketika proyeksi arus kas menunjukkan bahwa perusahaan tersebut akan segera kesulitan memenuhi kewajibannya.

2.2.6.2 Faktor *Financial Distress*

Menurut Damodaran, (1977), *financial distress* lebih dipengaruhi oleh faktor mikro perusahaan. Beberapa faktor mikro yang memainkan peran penting meliputi:

a. Kesulitan arus kas

Kondisi kesulitan arus kas terjadi ketika pendapatan yang diterima tidak mampu menutupi beban-beban yang timbul dari kegiatan operasional. Adanya kesalahan manajemen dalam mengelola aliran kas perusahaan juga dapat memperburuk kondisi keuangan.

b. Jumlah hutang yang besar

Kebijakan pengambilan hutang untuk memenuhi beban operasional berpotensi menghasilkan kewajiban pembayaran di masa depan. Jika tagihan jatuh tempo tanpa tersedia dana untuk pembayaran, kreditur dapat melakukan penyitaan aset perusahaan.

c. Kerugian operasional

Kerugian dalam kegiatan operasional mengakibatkan arus kas negatif karena beban operasional melebihi pendapatan. Kemampuan perusahaan untuk mengatasi kondisi ini dapat menjadi faktor penentu apakah perusahaan akan terhindar dari *financial distress*.

Selain faktor-faktor mikro tersebut, terdapat pula faktor-faktor makro seperti kebijakan pemerintah yang dapat meningkatkan beban usaha, kenaikan tarif pajak, dan kebijakan suku bunga yang dapat memengaruhi kondisi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dapat mengalami *financial distress* akibat berbagai faktor, baik yang berasal dari internal perusahaan (faktor mikro) maupun dari lingkungan eksternal perusahaan (faktor makro).

2.2.6.3 Pihak Yang Memerlukan Informasi Prediksi *Financial Distress*

Menurut Rudianto, (2017), Banyak pihak yang mulai memberikan perhatian terhadap kondisi *financial distress* karena dampaknya yang memiliki signifikansi pada kegiatan bisnis. Oleh karena itu, mendapatkan informasi mengenai kondisi *financial distress* suatu perusahaan menjadi hal yang sangat penting untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan, seperti yang dijelaskan berikut:

- a. Pemberi Pinjaman, penelitian terkait *financial distress* memiliki relevansi yang tinggi bagi institusi pemberi pinjaman, baik dalam proses pengambilan keputusan untuk memberikan pinjaman maupun dalam perumusan kebijakan pengawasan terhadap pinjaman yang telah disalurkan.
- b. Investor, model prediksi *financial distress* dapat memberikan bantuan kepada investor saat melakukan penilaian terhadap kemungkinan permasalahan yang mungkin dialami oleh suatu perusahaan, khususnya dalam hal pembayaran kembali pokok dan bunga.
- c. Pembuat Peraturan, lembaga regulator memiliki tanggung jawab untuk memantau kemampuan perusahaan dalam melunasi utangnya serta menjaga stabilitas perusahaan secara individual. Oleh karena itu, diperlukan adanya suatu model aplikatif yang dapat membantu dalam menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya.
- d. Pemerintah, proyeksi *financial distress* memiliki kepentingan yang signifikan bagi pemerintah dalam mengatur regulasi *antitrust*.
- e. Auditor, pemanfaatan model prediksi *financial distress* dapat berfungsi sebagai alat yang berguna bagi auditor dalam mengevaluasi kelangsungan usaha suatu perusahaan.
- f. Manajemen, ketika suatu perusahaan menghadapi risiko kebangkrutan, perusahaan harus menanggung biaya secara langsung (biaya akuntan dan pengacara) serta biaya tidak langsung (kerugian penjualan atau kerugian akibat keputusan pengadilan). Dengan adanya model prediksi *financial distress*, diharapkan dapat membantu menghindari kebangkrutan

perusahaan dan secara otomatis mengurangi biaya-biaya yang terkait dengan kebangkrutan tersebut.

Model yang diterapkan untuk menilai *financial distress* adalah Model *Z-Score*, di mana Model *Z-Score* (Altman) berperan sebagai alat yang mempertimbangkan dan menggabungkan sejumlah rasio keuangan khusus dalam persamaan diskriminan. Model ini menghasilkan skor tertentu yang menunjukkan tingkat kemungkinan kebangkrutan perusahaan (Diana, 2018).

$$Z'' = 0,717 X1 + 0,874 X2 + 3,107X3 + 0,420 X4 + 0,99 X5$$

Keterangan :

Z = Indeks Keseluruhan

X1 = *Working Capital/Total Assets*

X2 = *Retained Earnings/Total Assets*

X3 = *Earnings Before Interest and Taxes/Total Assets*

X4 = *Book Value of Equity/Total Liabilities*

X5 = *Sales/Total Assets*

1. Untuk nilai *Z-Score* < 1,1 berarti perusahaan mengalami kesulitan keuangan dan resiko kebangkrutan tinggi.
2. Untuk nilai *Z-Score* antara 1,1 sampai 2,6 maka perusahaan dianggap berada pada daerah abu-abu (*grey area*). Pada daerah ini ada kemungkinan perusahaan bangkrut dan ada pula yang tidak.

3. Untuk nilai *Z-Score* > 2,6 memberikan penilaian bahwa perusahaan berada dalam keadaan yang sangat sehat sehingga kemungkinan kebangkrutan sangat kecil sekali.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 3
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Aldo Saputra, Iing Lukman, Wiewiek Indriani, 2020	Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan <i>Financial Distress</i> Terhadap Nilai Perusahaan	Nilai Perusahaan (Y), Likuiditas (X1) Ukuran Perusahaan (X2), Profitabilitas (X3) Dan <i>Financial Distress</i> (X4)	1. Ukuran 40 perusahaan tidak berpengaruh pada nilai 40 perusahaan, 2. Likuiditas, profitabilitas dan <i>Financial Distress</i> berpengaruh pada nilai 40 perusahaan.
2.	Yori Amalatisa, Windhy Puspitasari, 2023	Pengaruh Kualitas Audit, Ukuran Perusahaan, <i>Financial Distress</i> Dan Komisaris Independen Terhadap Nilai Perusahaan	Nilai Perusahaan (Y), Kualitas Audit (X1), Ukuran Perusahaan (X2), <i>Financial Distress</i> (X3) Dan Komisaris Independen (X4)	1. Kualitas Audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. Ukuran 40 perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 3. <i>Financial Distress</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 4. Komisaris Independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

No	Nama Peneliti Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
3.	Anisa Delima, Linawati, 2023	<i>The Effect Of Accounting Conservatism, Free Cash Flow And Financial Distress On Company Value</i>	Company Value (Y), <i>Accounting Conservatism</i> (X1), <i>Free Cash Flow</i> (X2) And <i>Financial Distress</i> (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Konservatisme Akuntansi, <i>Free Cash Flow</i> dan <i>Financial Distress</i> berpengaruh terhadap nilai 41 perusahaan. 2. Secara parsial Konservatisme Akuntansi dan <i>Free Cash Flow</i> tidak berpengaruh terhadap nilai 41 perusahaan, sedangkan <i>Financial Distress</i> berpengaruh terhadap nilai 41 perusahaan pada 41 perusahaan konsumen non-siklikal
4.	Marlisa Juniarsi, Fadhil Yamaly, Ummi Kalsum & Nurul Intan Dwi Astuti, 2023	<i>The Effect Of Company Size And Financial Distress On Firm Value In Conventional Banking Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange</i>	<i>Firm Value</i> (Y), <i>Company Size</i> (X1) And <i>Financial Distress</i> (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pengaruh signifikan ukuran Perusahaan dan <i>Financial Distress</i> terhadap nilai 41 perusahaan. 2. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan terdapat pengaruh signifikan ukuran 41 perusahaan terhadap nilai 41

No	Nama Peneliti Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				perusahaan dan terdapat pengaruh signifikan <i>Financial Distress</i> terhadap nilai perusahaan
5.	Sabaruddin, Qiyy, Elizhia Pujarani, 2023	<i>Influence Of Liquidity, Leverage, Profitability And Company Size To Company Value (Empire Study On Food Sub-Sector Companies And Beverages Listed On The Indonesia Stock Exchange Period 2014-2017)</i>	<i>Company Value (Y), Liquidity (X1), Leverage (X2), Profitability (X3) And Company Size (X4)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel likuiditas (CR) tidak berpengaruh terhadap nilai 42 perusahaan. 2. Variabel <i>leverage</i> (DER) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai 42 perusahaan (PBV). 3. Profitabilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai 42 perusahaan (PBV) 4. Variabel ukuran 42 perusahaan (\ln Total <i>Asset</i>) mempunyai pengaruh 42 perusaha dan signifikan terhadap nilai 42 perusahaan (PBV).
6.	Muhammad Yasin, Pramita Studiviany, 2021	<i>The Influence Of Profitability And Capital Structure On Company Value In Coal Sub-Sector Mining</i>	<i>Company Value (Y), Profitability (X1) And Capital Structure (X2)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Struktur Modal berpengaruh 42 perusaha terhadap nilai 42 perusahaan,

No	Nama Peneliti Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		<i>Companies Registered In Idx For The 2014-2017</i>		2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai 43 perusahaan. 3. Sedangkan hasil simultan menunjukkan Struktur Modal berpengaruh signifikan terhadap nilai 43 perusahaan.
7.	Candra Kurnia Saputri, Axel Giovanni, 2021	Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan	Nilai Perusahaan (Y), Profitabilitas (X1), Pertumbuhan Perusahaan (X2) Dan Likuiditas (X3)	1. Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan dan Likuiditas secara simultan berpengaruh terhadap nilai Berusahaan. 2. Secara parsial Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan Terhadap nilai 43 perusahaan, pertumbuhan 43 perusahaan tidak berpengaruh Terhadap nilai 43 perusahaan dan Likuiditas berpengaruh 43 perusaha dan signifikan Terhadap nilai 43 perusahaan.
8	Ni Komang Nilawati Astuti, Ni	Pengaruh Penerapan <i>Green Accounting</i> ,	Nilai Perusahaan (Y), <i>Green Accounting</i> (X1), Profitabilitas	1. Penerapan hijau akuntansi memiliki pengaruh positif

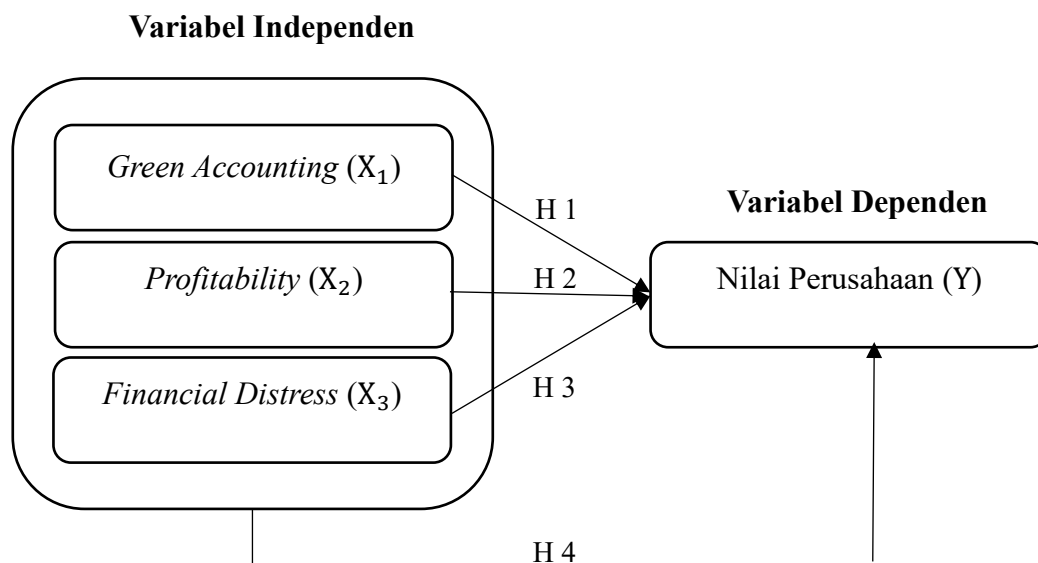
No	Nama Peneliti Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Luh Putu Sri Purnama Pradnyani, Putu Aristya Adi Wasita, 2023	Profitabilitas, Dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	(X2), Dan <i>Corporate Social Responsibility</i> (X3)	terhadap nilai 44 perusahaan. 2. Profitabilitas memiliki positif pengaruh pada nilai 44 perusahaan. 3. Tanggung jawab 44 perusa 44 perusahaan (csr) memiliki sisi positif

(Sumber : Data Diolah, 2023)

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini terbentuk dari keterkaitan antara variabel independen dan variabel dependen. Menurut Sugiono, (2018) kerangka pemikiran merangkum model konseptual yang menggambarkan hubungan teoretis antara berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah yang signifikan dan layak untuk diinvestigasi. Dengan merujuk pada dasar teori dan penelitian sebelumnya yang telah diuraikan sebelumnya, terbentuklah kerangka konseptual penelitian ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi pengaruh *Green Accounting*, *Profitability*, dan *Financial Distress* terhadap Nilai Perusahaan.

Dalam penelitian ini dapat digambarkan bagaimana hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan, sementara variabel independen melibatkan *Green Accounting* (X1), *Profitability* (X2), dan *Financial Distress* (X3). Berikut adalah gambaran kerangka konseptual penelitian ini:



Gambar 2. 1

Kerangka Pemikiran Penelitian

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan respons awal terhadap perumusan masalah dalam penelitian, yang mencakup pernyataan masalah dalam bentuk kalimat. Hipotesis dalam konteks penelitian ini dibentuk sesuai dengan pernyataan masalah penelitian, dan dirumuskan sebagai berikut:

2.4.1 Pengaruh *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan

Green accounting merupakan konsep baru dalam bidang akuntansi yang mendukung upaya perusahaan dalam mengadopsi prinsip-prinsip ramah lingkungan. Konsep ini melibatkan pengenalan, kualifikasi, pengukuran, dan pencatatan kontribusi terhadap lingkungan dalam kegiatan bisnis. *Green accounting* dianggap sebagai solusi yang berpotensi mengatasi tantangan lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan (Yayu et al., 2023). Dalam

penerapannya, *green accounting* berfungsi sebagai alat komunikasi manajemen yang memandu keputusan bisnis internal dengan memperhitungkan aspek biaya lingkungan dalam praktik akuntansi perusahaan atau lembaga pemerintah (M. Lestari, 2023).

Menurut Ningsih et al. (2017), jika *green accounting* diterapkan dalam jangka panjang maka dapat menjadi program penghematan biaya produksi, sehingga dapat mengurangi beban operasional perusahaan. Selain itu, diharapkan bahwa melalui penerapan konsep ini, perusahaan dapat secara sukarela patuh terhadap kebijakan lingkungan yang diterapkan pemerintah di tempat mereka beroperasi.

Penelitian Astuti et al., (2023), yang menyimpulkan bahwa *green accounting* memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan kearah positif. Sejalan dengan itu penelitian Monica et al. (2023), menemukan bahwa *green accounting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Atas dasar pemaparan diatas maka hipotesis yang diturunkan adalah:

H1: *Green accounting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.4.2 Pengaruh *Profitability* Terhadap Nilai Perusahaan

Profit atau keuntungan yang dihasilkan dari kegiatan operasional perusahaan memiliki peranan penting dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan di masa depan. Kesuksesan perusahaan dapat diukur dari kemampuannya bersaing di pasar, dengan harapan mendapatkan keuntungan seoptimal mungkin. Laba menjadi tolok ukur utama dalam menilai keberhasilan

suatu perusahaan. Menurut Brigham et al. (2018), *Profitability* atau profitabilitas perusahaan menjadi dasar penilaian kondisinya, sehingga diperlukan alat analisis tertentu untuk mengevaluasinya. Alat analisis yang dimaksud di sini adalah rasio-rasio keuangan. Rasio *Profitability* membantu mengukur efektivitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian dari penjualan dan investasi.

Profitability dapat didefinisikan sebagai kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Untuk menilai kinerja keuangan perusahaan, *Profitability* dibagi menjadi lima kelompok. Rasio *Profitability* juga memiliki pengaruh terhadap harga saham suatu perusahaan. Pengukuran dapat dilakukan dengan menghubungkan laba atau keuntungan yang diperoleh dari kegiatan utama perusahaan dengan aset yang dimiliki untuk menghasilkan profit perusahaan. Semakin tinggi nilai *Profitability*, semakin besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sabaruddin et al. (2023), menemukan bahwa *Profitability* berpengaruh pada nilai perusahaan. Penelitian lain yang sejalan dengan penelitian tersebut adalah Yasin et al. (2021) dan Saputri et al. (2021), juga mengungkapkan bahwa *Profitability* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan. Atas dasar paparan diatas, maka hipotesis yang diturunkan adalah:

H2: *Profitability* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.4.3 Pengaruh *Financial Distress* Terhadap Nilai Perusahaan

Theory signaling menjelaskan bagaimana *company* berbagi informasi tentang *company* yang fit atau tidak fit. Kesulitan *financial* ialah masalah *financial*

yang mungkin membuat *company* rugi. Ini adalah formula multivariat Altman Z-Score untuk mengukur potensi kerugian, yang terdiri dari utang, likuiditas, solvabilitas, profitabilitas, dan performa. Penelitian yang dilakukan oleh Saputra et al., (2020), menghasilkan kalau *financial distress* berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian juga dilakukan oleh Delima et al. (2023), juga mengatakan *financial distress* berdampak positif pada nilai perusahaan. Didukung juga oleh penelitian Juniarsi et al., (2023), yang menyatakan kalau *financial distress* berpengaruh positif terhadap nilai *company*. Atas dasar pemaparan diatas maka hipotesis yang diturunkan adalah:

H3: *Financial Distress* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.4.4 Pengaruh *Green Accounting*, *Profitability* dan *Financial Distress* Terhadap Nilai Perusahaan

Green accounting dianggap sebagai salah satu solusi untuk memecahkan masalah yang ada (Angelina et al. 2021). Penerapan *green accounting* sebagai alat komunikasi manajemen untuk keputusan bisnis internal yang mengacu pada penyertaan biaya lingkungan dalam praktik akuntansi perusahaan atau lembaga pemerintah. Penerapan *green accounting* menunjukkan perusahaan peduli terhadap lingkungan, melalui biaya lingkungan yang diungkapkan pada laporan lingkungan perusahaan. Pengungkapan tersebut menunjukkan etika bisnis perusahaan, dan pengelolaan sumber daya secara bertanggungjawab dapat mempertahankan legitimasinya ditengah masyarakat. Perusahaan yang memperhatikan setiap aspek kegiatannya, akan berdampak pada nilai perusahaannya.

Hasil penelitian ini searah dengan penelitian yang dilakukan oleh Erlangga et al., (2021), yang menyatakan bahwa penerapan *green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Menurut Hery (2013) dalam Ali et al., (2021), Rasio *profitability* merupakan salah satu metode atau teknik dalam menganalisis laporan keuangan. Setiap teknik analisis memiliki pengertian, tujuan dan manfaat yang berbeda-beda. Rasio *profitabilty* digunakan untuk melakukan pengukuran terhadap kemampuan perusahaan di dalam memperoleh laba dari semua aktivitas normal bisnisnya.

Profitability digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjual maupun investasi. Perusahaan yang berhasil meningkatkan *profitability* setiap tahunnya, maka akan membuat ketertarikan banyak investor. Investor akan mempercayai perusahaan yang mampu menghasilkan profit yang besar karena return yang diperoleh rendah, sehingga hal tersebut menjadi sinyal positif bagi investor dari perusahaan. Keadaan tersebut akan digunakan manajer perusahaan untuk memperoleh sumber modal dalam bentuk saham. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat et al. (2022), yang menyatakan bahwa *profitability* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Prediksi *financial distress* khususnya untuk seorang manajemen keuangan perusahaan agar senantiasa waspada dan melakukan deteksi kesehatan perusahaan lebih dini dan berkala, sehingga apabila ditemukan adanya tanda-tanda *financial distress* maka perusahaan dapat mengatisipasinya lebih awal atau dapat

mengambil keputusan dalam memperbaiki keadaannya, karena diketahui dalam penelitian Kusumawati et al. (2022), ditemukan adanya pengaruh kondisi keuangan melalui rasio-rasio keuangan yang terdapat pada model prediksi Altman (Z-score) dan Zmijweski (X-score) yang dapat berpengaruh signifikan terhadap *firm value*. Atas dasar pemaparan diatas maka hipotesis yang diturunkan adalah:

H4 : *Green accounting, profitability dan financial distress berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan.*