

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian terdahulu untuk dapat dijadikan sebagai referensi pada riset ini disajikan padan tabel berikut ini:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dan Persamaan
Pengaruh Implementasi <i>Green Banking, Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI Romli, Zaputra.A.R.R (2021)	X <sub>1</sub> : <i>Green Banking</i> X <sub>2</sub> : Pengungkapan CSR Y: Nilai Perusahaan	1. Implementasi <i>green banking</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan 2. Pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Persamaan: sama-sama meneliti <i>green banking</i> , CSR, dan nilai perusahaan  Perbedaan: dari populasi yang diambil yaitu 2017-2019
Pengaruh Kinerja Keuangan dan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015 Sari.P.Y., Pariantinah.D. (2018)	Y: Nilai Perusahaan X <sub>1</sub> : <i>Non Performing Loan (NPL)</i> X <sub>2</sub> : <i>Loan to Deposit Ratio (LDR)</i> X <sub>3</sub> : <i>Return on Asset (ROA)</i> X <sub>4</sub> : <i>Capital Adequacy Ratio (CAR)</i> X <sub>5</sub> : <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	1. <i>Non Performing Loan (NPL)</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan 2. <i>Loan to Deposit Ratio (LDR)</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan 3. <i>Return on Asset (ROA)</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan	Persamaan: sama-sama meneliti <i>Corporate Social Responsibility</i> dan nilai perusahaan  Perbedaan: dari populasi yang diambil yaitu 2011-2015 dan tidak meneliti tentang kinerja keuangan

		<p>4. <i>Capital Adequacy Ratio (CAR)</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan</p> <p>5. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan</p>	
<p>Pengaruh <i>Good Coporate Governance</i> dan Pengungkapan <i>Coporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2013 Syafrialdi.K. (2015)</p>	<p>Y: Nilai Perusahaan X<sub>1</sub>: Ukuran Dewan Direksi X<sub>2</sub>: Komisaris Independen X<sub>3</sub>: Intensitas Dewan X<sub>4</sub>: <i>Corporate Social Responsibility</i></p>	<p>1. Ukuran Dewan Direksi berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan</p> <p>2. Komisaris Independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan</p> <p>3. Intensitas Dewan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan</p> <p>4. CSR memiliki berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan</p>	<p>Persamaan: sama-sama meneliti tentang <i>Corporate Social Responsibility</i> dan nilai perusahaan</p> <p>Perbedaan: dari populasi yang diambil yaitu 2012-2013 dan tidak meneliti tentang <i>Good Corporate Governance</i></p>
Pengaruh <i>Green</i>	Y: Nilai	<i>Green banking</i>	Persamaan:

<p><i>Banking Terhadap Nilai Perusahaan: Peran Pemeditasi Efisiensi Bank</i> Hastuti.T., Kusumadewi.R.R.K.A. (2023)</p>	<p>Perusahaan X<sub>1</sub>: <i>Green Banking</i> X<sub>2</sub>: Efisiensi Bank</p>	<p>dan efisiensi bank berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan</p>	<p><i>Green Banking</i> dan nilai perusahaan  Perbedaan: populasi yang diteliti yang 2019-2021 dan tidak meneliti tentang efisiensi bank</p>
<p>Pengaruh <i>Green Banking Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia</i> Winarto.W.W.A., Nurhidayah.T., Sukirno (2021)</p>	<p>Y: Nilai Perusahaan X<sub>1</sub>: <i>Green Banking Disclosure</i></p>	<p><i>Green Banking Disclosure</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p>	<p>Persamaan: sama-sama meneliti tentang nilai perusahaan dan <i>green banking</i>  Perbedaan: populasi yang diambil yaitu 2017-2020 dan pada sektor perbankan syariah</p>
<p>The Impact of Enterprise Risk Management, Corporate Social Responsibility, And Sustainability Report on Firm Value in Banking Sector of Indonesia, Malaysia, and Thailand Amerta.A., Soernarno.Y.N. (2022)</p>	<p>Y: Firm Value X<sub>1</sub>: Enterprise Risk Management X<sub>2</sub>: Corporate Social Responsibility X<sub>3</sub>: Sustainability Report</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Enterprise Risk Management has a significant positive effect on firm value in Indonesia, Malaysia, and Thailand</li> <li>2. Corporate Social Responsibility does not affect firm value in Indonesia, Malaysia, and Thailand.</li> <li>3. Sustainability Report does not affect firm</li> </ol>	<p>Persamaan: sama-sama meneliti tentang Corporate Social Responsibility, dan Firm Value  Perbedaan: 1. Tidak meneliti tentang Enterprise Risk Management, dan Sustainability Report. 2. Sampel yang</p>

		value in Indonesia, Malaysia, and Thailand.	digunakan yaitu Malaysia, dan Thailand dari 2019-2020
Pengaruh Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020 Fana. A.A.A.A., Prena. G.D. (2021)	Y: Nilai Perusahaan X <sub>1</sub> : Corporate Social Responsibility X <sub>2</sub> : Good Corporate Governance X <sub>3</sub> : Kepemilikan Manajerial	1. Corporate social responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2. Good Corporate Governance berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 3. Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan	Persamaan: sama-sama meneliti tentang corporate social responsibility, dan nilai perusahaan  Perbedaan: 1. Tidak meneliti tentang good corporate governance dan kepemilikan manajerial 2. Populasi yang diteliti 2018-2020
Pengungkapan Green Banking dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Bank Umum Swasta yang Terdaftar Di BEI Gustiana.D., Helliana (2024)	Y: Nilai Perusahaan X <sub>1</sub> : Green Banking X <sub>2</sub> : Good Corporate Governance	1. Green banking berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2. Good Corporate Governance berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan	Persamaan: sama-sama meneliti tentang green banking, dan nilai perusahaan  Perbedaan: 1. Tidak meneliti tentang Good Corporate Governanc

			e 2. Populasi yang diteliti 2021-2022
--	--	--	---

## 2.2 Tinjauan Teori

### 2.2.1. Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* yaitu menata hubungan organisasi dengan semua pihak yang mempengaruhi organisasi dan dipengaruhi oleh organisasi, baik pihak luar organisasi, sehingga cakupan yang dirasakan lebih luas oleh masyarakat (Lumentut, 2020). Semakin kuat *stakeholder*, semakin baik perusahaan untuk beradaptasi dengan *stakeholder* (Rokhlinasari, n.d.). Melalui teori ini bisa menjelaskan kepada manajemen perusahaan bagaimana cara meningkatkan nilai perusahaan melalui tindakan dalam meminimalisir dampak kerugian terhadap pemangku kepentingan perusahaan (Romli dan Zaputra, 2022).

### 2.2.2. Teori Legitimasi

Teori legitimasi adalah gambaran mengenai kewajaran dari tindakan suatu organisasi berlandaskan pada nilai yang mempengaruhi masyarakat dimana organisasi tersebut menjalani aktivitas sehari-hari (Simanungkalit dan Mayangsari, 2020). Teori legitimasi juga dikatakan bahwa organisasi tidak cuma mengawasi hak terhadap investor, tapi

juga memperhatikan hak yang didapatkan oleh masyarakat luas (Efria et al., 2023).

### 2.2.3. Triple Bottom Line

Menurut Wibisono (2007) dalam penelitian (Hanifah, 2016) menyampaikan bahwa teori *triple bottom line* menyatakan suatu perusahaan dalam melindungi eksistensinya harus memperhatikan “3P”. Selain untuk mencari keuntungan (*profit*), organisasi harus peduli dan berpartisipasi untuk mencapai kesejahteraan sosial (*people*) dan ikut serta berpartisipasi terhadap perlindungan lingkungan hidup (*planet*).

Pertama *people* merupakan *stakeholder* yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, karena itu perusahaan harus memperhatikan keberadaan masyarakat sekitar, melalui interaksi perusahaan dapat mengenal dan memahami masyarakat sekitar untuk menghindari reaksi negatif masyarakat. Kedua *planet* mengacu pada cara perusahaan mengelola operasi bisnisnya tanpa merusak sumber daya alam, yang paling penting yaitu sumber daya alam yang tidak bisa diperbarui. Dengan melakukan pelestarian terhadap sumber daya alam yang bisa diperbarui. Ketiga *profit* tidak selalu mementingkan keuntungan, namun perusahaan membeli dan mencari bahan baku untuk diproses, sehingga menciptakan transaksi yang dipercaya bertujuan untuk tetap menciptakan kelestarian alam (Michael et al., 2019).

#### 2.2.4. Akuntansi Hijau

Akuntansi hijau merupakan proses mengidentifikasi, mengukur nilai, mencatat, meringkas, menyajikan, dan melaporkan informasi mengenai akibat dari ekonomi, sosial, dan lingkungan suatu objek, transaksi, peristiwa atau perusahaan pada masyarakat dan lingkungan, juga terhadap perusahaan itu sendiri pada suatu laporan informasi akuntansi yang terintegrasi untuk memberi manfaat untuk para pengguna untuk mengevaluasi dan mengambil sebuah keputusan ekonomi dan non-ekonomi (Lako, 2018:82).

Sebelum membuat sebuah keputusan ekonomi dan non-ekonomi yang bersifat final, sasaran untuk akuntansi hijau adalah para pengguna seperti konsumen, manajemen, pemerintah, *shareholders*, karyawan, kreditur dan masyarakat luas dengan mampu menilai laporan keuangan, risiko bisnis, prospek pertumbuhan, kinerja bisnis, kinerja laba perusahaan dan keberlanjutan. Selanjutnya supaya para pemangku kepentingan memahami sepenuhnya informasi akuntansi tentang kualitas manajemen dalam hal pengelolaan bisnis yang berwawasan sosial dan lingkungan sebagai syarat terpenting dalam menentukan keberlanjutan dan keberlangsungan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang.

#### 2.2.5. Green Banking

*Green banking* yaitu konsep suatu bisnis yang mengarah dalam pelaksanaan bisnis ramah lingkungan (Dewi dan Dewi, 2017). Menurut (Setyoko, 2022) *green banking* yaitu sebuah konsep untuk mendorong perbankan untuk mengurangi pencemaran lingkungan dan dapat menghasilkan manfaat bagi lingkungan.

Konsep *green banking* awalnya dikembangkan di negara barat. Perbankan ramah lingkungan secara resmi diperkenalkan pada tahun 2003 dengan tujuan untuk melindungi lingkungan. Menurut Responsi Bank Indonesia (2014) dalam penelitian (Ratnasari dan Arni Surwanti, 2016) Konsep perbankan hijau di Indonesia sendiri tertuang pada Perkumpulan Prakarsa di Indonesia yang bertajuk “Mengawal *Green Banking* Indonesia Dalam Kerangka Pembangunan Berkelanjutan”. UU Lingkungan Hidup disahkan oleh pemerintah Indonesia yaitu UU No 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Kebijakan tersebut mengacu pada perlunya menyelaraskan kegiatan ekonomi dengan upaya perlindungan lingkungan hidup dari dampak kegiatan tersebut. Oleh karena itu, aktivitas perusahaan penting untuk melalui proses Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL).

*Green banking* atau perbankan ramah lingkungan sebagai wujud kepedulian lingkungan akan memberikan manfaat bagi perusahaan perbankan. Sebab sejatinya bisnis yang memberikan kontribusi terhadap lingkungan akan memberikan nilai tambah pada

penilaian yang diberikan oleh masyarakat luar untuk perusahaan. Oleh karena itu bank yang menggunakan *green banking* mendapatkan nilai yang baik dari masyarakat sehingga akan memberikan reputasi yang baik dimata masyarakat.

Tujuan dari konsep *green banking* adalah menjadikan proses operasioanal bank dan pemakaian teknologi, infrastruktur fisik perbankan menjadi efisien dan efektif. *Green banking* berharap bisa meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat luas.

Indikator Green Banking menurut Nath et.al (2014) dalam (Hanif et al., 2022), terdapat beberapa indikator untuk menentukan *green banking*. Dengan menggunakan sebuah konsep *Green Coin Rating* (GCR), dengan 6 indikator GCR yaitu:

1) *Carbon Emisi*

Merupakan pembuangan hasil pembakaran bahan bakar pada mesin pembakaran dalam, luar, mesin jet yang dikeluarkan dari sistem, pembuangan mesin. Termasuk bahan bakar, pemakaian listrik dan sebagainya. Dari emisi karbon tersebut dihasilkan dari kegiatan yang melepaskan gas yaitu karbon dioksida dan metana ke atmosfer. Gas-gas ini disebut gas rumah kaca dan memperburuk lingkungan yang baik dan ramah lingkungan akibat perubahan cuaca. Hal ini diharapkan perusahaan dan perbankan mampu memanfaatkan teknologi rendah karbon.

## 2) *Green Rewards*

Adalah perusahaan etis dan ramah lingkungan yang didirikan dengan visi yang sederhana yaitu memberdayakan masyarakat dan bisnis untuk hidup berkelanjutan. Dalam hal ini, perusahaan terlibat langsung dalam proses perlindungan alam atau ekosistem yang dikandungnya. Jenis *green rewards* yang dimiliki perusahaan meliputi penghargaan dan sertifikat dalam menjaga atau melestarikan ekosistem lingkungan.

## 3) *Green Bulding*

Adalah selain menjadi ruang dan kerja yang sehat dan nyaman merupakan bangunan hemat energi dalam hal desain, konstruksi, dan penggunaan dengan dampak lingkungan minimal. Pentingnya *green building* terletak pada penggunaan bahan-bahan yang ramah lingkungan dalam konstruksi bangunan atau pemberian aksesoris yang menjadi ciri khas alam, seperti menghias dinding dengan bunga atau tanaman. Konsep tersebut mencakup penggunaan material secara berkelanjutan, keterhubungan dengan ekosistem lokal, penghematan energi, efisiensi penggunaan air, pembuangan limbah.

## 4) *Rause/Recycle/Refurbish*

Adalah konsep dimana pemanfaatan bahan limbah dan pengolahan kembali menjadi barang dan produk baru yang bermanfaat. Tujuan dari indikator ini adalah untuk mengubah

barang-barang yang sudah tidak berguna lagi untuk digunakan kembali menjadi barang-barang yang baru agar dapat digunakan secara eksternal dan internal dalam kegiatan perusahaan. Seperti memanfaatkan kertas sebanyak dua halaman dengan harapan tidak menggunakan kertas baru dan mengurangi konsumsi kertas serta barang-barang lain yang dapat digunakan kembali dalam aktivitas sehari-hari.

5) *Paper Work Atau Paperless*

Adalah kegiatan administratif khususnya kebijakan pengurangan kertas diperbankan. Konsumsi kertas sejauh ini meningkat pesat dan terus meningkat dari waktu ke waktu dari semua sektor. Kertas sendiri terbuat dari serat pohon yang membutuhkan waktu untuk tumbuh, sehingga pengurangan kertas ini diharapkan dapat membantu seluruhnya agar tetap ramah lingkungan. Diperbankan, teknologi biasanya digunakan dalam kegiatan operasional dalam kegiatan perbankan. Konsep ini mencakup penggunaan smartphone pada aplikasi, penggunaan komputer di ATM, dan lainnya.

6) *Green Investment*

Adalah kegiatan investasi fokus pada perusahaan yang berkomitmen pada konversi sumber daya alam, produksi dan penemuan sumber energi alternatif baru dan terbarukan (EBT), pelaksanaan proyek air bersih dan udara bersih, dan kegiatan

perusahaan yang aktivitas investasinya ramah lingkungan. *Green investment* meliputi, input material yang ramah lingkungan, kekuatan material yang rendah, dan penerapan konsep 4R (*reduce, reuse, recyle, recovery*).

#### 2.2.6. Corporate Social Responsibility

CSR yaitu sebuah tanggung jawab sosial dari suatu perusahaan pada pemangku kepentingan dan masyarakat yang menjadi bentuk perhatian dan tanggung jawab untuk meningkatkan kesejahteraan dan memberikan dampak positif terhadap lingkungan (Munandar et al., 2021). Pengungkapan CSR dianggap penting karena akan mempengaruhi citra perusahaan dimasyarakat dan mempengaruhi nilai perusahaan.

Pengungkapan CSR ini didasarkan dari keterbukaan informasi perusahaan kepada publik dibagi indikator berlandaskan GRI-G4. Dengan menjaga pendekatan terstandarisasi, transparan dan konsisten terhadap laporan pengungkapan CSR, maka bisa memberikan sebuah informasi yang bermanfaat dan bisa diyakini oleh pasar dan masyarakat (Romli dan Zaputra, 2022).

Indikator kinerja berdasarkan pedoman GRI G4 yaitu indikator untuk membagikan sebuah informasi mengenai kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial suatu perusahaan, dapat ditemukan pada lampiran. Ada 91 indikator pada pedoman GRI G4 yaitu 9 indikator ekonomi, 34 indikator lingkungan, dan 48 indikator sosial, yang

dibagi lagi menjadi beberapa bagian seperti ketenagakerjaan dan pekerjaan yang layak, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk (Nichola dan Septiani, 2019). Untuk indikator GRI G4 terdapat pada lampiran.

#### 2.2.7. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan yaitu kondisi yang telah diperoleh perusahaan guna untuk membuktikan bahwa keyakinan masyarakat pada perusahaan selepas melewati suatu proses beberapa tahun, operasional mulai dari pertama kali berdiri perusahaan hingga saat ini (Winarto et al., 2021). Sedangkan menurut Fahmi (2015) dalam penelitian (Ningrum, 2022) nilai perusahaan adalah rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi dipasar. rasio ini memberikan pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampak yang akan terjadi dimasa mendatang. Menurut Hrmono (2009: 233) dalam penelitian (Puspitasari & Ermayanti, 2019) mengatakan bahwa nilai perusahaan adalah suatu kinerja perusahaan yang mencerminkan harga saham yang dibentuk dari permintaan dan penawaran pasar modal yang mencerminkan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan.

Nilai perusahaan mempunyai signifikansi yang sangat besar karena apabila nilai tersebut tinggi, maka kekayaan *shareholders* juga akan meningkat. Kenaikan harga saham akan berdampak pada

peningkatan nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan menunjukkan tingkat kemakmuran yang lebih tinggi bagi *shareholder* (Mariani dan Suryani, 2018).

Menurut Weston dan Copelan (2010) dalam penelitian (Ningrum, 2022) pengukuran nilai perusahaan terdiri dari:

a. *Price Earning Ratio* (PER)

*Price Earning Ratio* (PER) yaitu perbandingan antara harga saham perusahaan dengan *earning per share* dalam saham. PER yaitu fungsi dari perubahan kemampuan laba yang diharapkan dimasa mendatang. Semakin besar PER, semakin besar juga kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan PER bisa dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga pasar perlembar saham}}{\text{Laba perlembar saham}}$$

b. Tobin's Q

Tobin's Q yaitu nilai pasar dari aset perusahaan dengan biaya penggantian. Menurut konsep, rasio Q lebih unggul dari rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini berfokus pada berapa nilai perusahaan saat ini secara relative terhadap biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini. Pada praktiknya, rasio Q sulit untuk dihitung dengan akurat karena

memperkirakan biaya penggantian atas asset sebuah perusahaan.

Tobin's Q bisa dihitung dengan rumus:

$$Q = \frac{MVE + DEBT}{TA}$$

keterangan:

Q = Nilai Perusahaan

MVE = Closing price saham × jumlah saham yang beredar

DEBT = Nilai buku dari total hutang

TA = Nilai buku dari total asset

c. *Price to Book Value* (PBV)

*Price to Book Value* (PBV) merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan seorang investor dalam menentukan saham mana yang akan dibeli. Untuk perusahaan yang berjalan baik, umumnya rasio ini mencapai diatas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar lebih besar dari nilai bukunya. PBV yang tinggi akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan kedepan. Hal tersebut juga menjadi keinginan dari para pemilik perusahaan, karena nilai perusahaan yang tinggi menandakan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. PBV dapat dihitung dengan rumus:

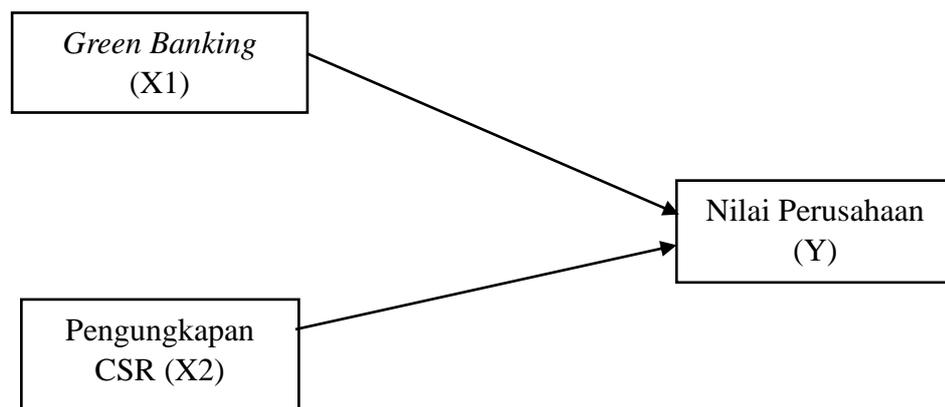
$$PBV = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai buku saham biasa}}$$

Pada penelitian ini untuk mengukur nilai perusahaan menggunakan rumus PBV. Alasan memilih rumus PBV dalam

penelitian ini untuk mengukur nilai perusahaan adalah karena perhitungan PBV dapat menunjukkan mengenai gambaran nilai perusahaan berdasarkan aset yang dimilikinya dan memberikan informasi yang diperlukan untuk membuat keputusan investasi yang tepat.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pemaparan diatas, maka variabel-variabel dari riset ini bisa dirumuskan ke dalam kerangka konseptual pada gambar dibawah ini:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

### 2.4 Pengaruh Antar Variabel

#### 2.4.1. Pengaruh *Green Banking* Terhadap Nilai Perusahaan

*Green banking* adalah konsep yang terkait dengan operasional lembaga keuangan yang mengutamakan kelestarian lingkungan dalam operasional bisnisnya (Romli dan Zaputra, 2022).

Berdasarkan teori *stakeholder*, tingginya saham perusahaan terjadi akibat kinerja yang baik seperti menerapkan praktik berkelanjutan. Ini membuktikan bahwa nilai perusahaan semakin tinggi adalah hasil dari kinerja yang baik, akan menarik para investor dengan baiknya peluang perusahaan dimasa mendatang. Oleh karena itu para investor akan tertarik menanamkan modalnya, sehingga harga saham mengalami peningkatan.

Selain teori stakeholder, teori legitimasi juga relevan dalam konteks ini. Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan perlu mendapatkan legitimasi dari masyarakat untuk dapat bertahan. Dengan menerapkan praktik *green banking*, perusahaan menunjukkan komitmen mereka terhadap kelestarian lingkungan, yang dapat memperkuat legitimasi di mata publik. Ini tidak hanya meningkatkan reputasi perusahaan tetapi juga meningkatkan kepercayaan investor, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.

Meningkatnya nilai perusahaan akan menunjukkan bahwa penerapan *green banking* mempengaruhi persepsi investor secara langsung untuk merespon positif untuk berinvestasi di perusahaan. Sependapat dengan penelitian (Winarto et al., 2021) mengatakan *green banking* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian (Ramadhani, 2023) menyebutkan

bahwa *green banking* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, artinya jika *green banking* semakin tinggi maka nilai perusahaan tersebut semakin tinggi juga.

#### **2.4.2. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai**

##### **Perusahaan**

Berdasarkan teori stakeholder, menyatakan perusahaan wajib melakukan dan mengungkapkan kegiatan CSR sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada stakeholder. Oleh karena itu, melalui pengungkapan CSR yang baik nantinya dapat terjalin kominasi yang baik antara perusahaan dengan stakeholder supaya perusahaan mendapatkan dukungan penuh dari stakeholder dari segala aktivitas yang memiliki tujuan dalam memaksimalkan kinerja perusahaan dan meningkatkan laba.

Selain itu, teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan perlu mendapatkan legitimasi dari masyarakat untuk mempertahankan eksistensinya. Dengan mengungkapkan CSR, perusahaan menunjukkan komitmennya terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan, yang membantu membangun legitimasi di mata publik. Ini tidak hanya meningkatkan reputasi perusahaan tetapi juga memperkuat hubungan dengan stakeholder, sehingga menarik minat investor dan secara keseluruhan meningkatkan nilai perusahaan.

Pengungkapan CSR organisasi bisa memberikan informasi kepada pemangku kepentingan dan masyarakat mengenai kegiatan operasional yang akan berdampak pada aspek sosial dan lingkungan. Pengungkapan CSR yaitu salah satu bentuk pengungkapan dari tanggung jawab perusahaan selain fungsi utama pengungkapan laporan keuangan kepada pihak yang berkepentingan, termasuk *shareholders*. Hal ini menunjukkan selain tugas perusahaan untuk mendapatkan keuntungan, pemilik perusahaan mempunyai tanggung jawab lain yang lebih luas (Romli dan Zaputra, 2022).

Kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan akan memberikan manfaat pada citra perusahaan dipasar. Oleh sebab itu, semakin tinggi CSR maka nilai perusahaan meningkat karena investor akan menangkap informasi tersebut sebagai hal yang positif (Amerta dan Soenarno, 2022). Hal ini sejalan dengan penelitian (Yanindha Sari, 2018) menyampaikan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian (Fana & Prena, 2021) menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

## **2.5 Hipotesis Penelitian**

Hipotesis diartikan sebagai beberapa komponen penting yakni asumsi awal, hubungan antar variabel dan uji kebenaran (Yam dan Taufik, 2021).

Berdasarkan latar belakang tersebut, secara teori serta bukti empiris penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diambil dari penelitian ini sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: *Green Banking* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

H<sub>2</sub>: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan