

BAB II

DASAR TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Grand Theory

2.1.1. Teori Legitimasi

Timbulnya permasalahan kontrak sosial antara perusahaan dengan lingkungan sekitar, ataupun karena adanya tujuan perusahaan yang berhubungan dan sejalan dengan nilai yang ada di masyarakat maka hal tersebut menyebabkan munculnya teori legitimasi (Romli dan Zaputra, 2021). Menurut Suchman (1995) dalam Romli dan Zaputra (2021), legitimasi sendiri merupakan penyamaan pandangan atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan perusahaan merupakan tindakan yang wajar serta sesuai dengan nilai dan norma yang dianut oleh masyarakat sosial. Namun seiring berjalannya waktu, sistem nilai dan norma yang dianut oleh masyarakat juga mengalami perubahan. Perusahaan dituntut agar mengikuti perubahan tersebut secara dinamis dan dari waktu ke waktu terhadap lingkungan dimana perusahaan tersebut beroperasi. Dari hal tersebut, perusahaan diharapkan dapat menjalankan serta melaporkan aktivitasnya dengan memperhatikan isu-isu sosial dan lingkungan sekitar.

Pada perusahaan perbankan, legitimasi dapat dicapai dengan cara mengungkapkan informasi seperti praktik *green banking* dalam laporan tahunan dan/atau laporan *sustainability*. Perbankan yang melakukan pengungkapan informasi mengenai praktik *green banking* yang dilakukan akan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Hal tersebut dikarenakan bahwa dalam

menjalankan kegiatan operasionalnya, perbankan memiliki tanggungjawab dan kepedulian terhadap lingkungan hidup, sosial, dan masyarakat.

2.1.2. Teori Stakeholder

Sebuah kelompok yang berkepentingan dan berhubungan secara langsung atau tidak langsung ataupun memiliki keterkaitan dengan adanya kegiatan atau aktivitas suatu perusahaan, disebut dengan *stakeholder*. Oleh karena itu kelompok ini dapat dipengaruhi atau mempengaruhi perusahaan. *Stakeholder* perusahaan seperti karyawan, masyarakat, pemerintah, investor, dan perusahaan pesaing. Hubungan baik antara perusahaan dengan *stakeholder* tentu harus dijaga, hal tersebut karena *stakeholder* dapat memiliki pengaruh terhadap ketersediaan sumberdaya yang dibutuhkan oleh perusahaan guna menunjang kegiatan operasional perusahaan. Selain itu, ketika terjadi keseimbangan antara kepentingan dan permintaan oleh berbagai kelompok *stakeholder* maka hal tersebut dapat membuat tujuan perusahaan dapat tercapai.

Menurut Freeman (1983) dalam Romli dan Zaputra (2021), teori *stakeholder* merupakan teori yang menjelaskan mengenai perusahaan bertanggungjawab terhadap pihak mana saja. Terdapat 2 (dua) konsep dalam pengembangan teori *stakeholder*, yaitu model kebijakan dan perencanaan bisnis; dan model tanggungjawab sosial perusahaan dari manajemen *stakeholder*. Perusahaan harus memberikan perhatian terhadap tanggungjawab sosial kepada pemegang saham serta kepada pemangku kepentingan di lingkungan dimana perusahaan berada, oleh karena hal tersebut teori

stakeholder muncul. Selain hal tersebut, teori *stakeholder* juga memberikan pemahaman kepada perusahaan dalam upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui kegiatan operasional yang dapat dilaksanakan dengan meminimalkan dampak kerugian bagi pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Bagi perbankan, melakukan pengungkapan informasi mengenai praktik *green banking* merupakan salah satu tindakan dalam memenuhi keinginan *stakeholder* perusahaan. Pengungkapan informasi *green banking* perbankan akan meningkatkan kepercayaan *stakeholder*, sehingga hal tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut.

2.2. Nilai Perusahaan

Menurut Noerirawan (2012), nilai perusahaan adalah kondisi yang dapat dicapai oleh perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan selama proses aktivitas bisnis baik dari sejak berdiri hingga saat ini. Perusahaan berusaha untuk mencapai tujuannya, yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat secara signifikan dapat berarti bahwa pengelolaan perusahaan berjalan dengan baik, hal tersebut dapat juga menandakan bahwa kinerja yang dicapai oleh perusahaan juga baik sehingga tujuan perusahaan dapat dikatakan tercapai.

Bagi perusahaan yang sudah melakukan penawaran atau penjualan saham kepada public, maka nilai perusahaan tersebut seringkali dihubungkan dengan harga sahamnya. Ketika harga saham perusahaan tersebut tinggi, maka juga berarti bahwa nilai perusahaan tinggi. Hal tersebut juga menandakan bahwa dengan nilai perusahaan yang tinggi berarti bahwa tujuan perusahaan tercapai dan

dapat meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Selain itu, para investor dan calon investor akan lebih percaya terhadap perusahaan yang memiliki nilai perusahaan tinggi yang mencerminkan kinerja dan prospek perusahaan yang baik, sehingga investor akan tetap bersedia bahkan berinvestasi lebih tinggi kepada perusahaan. Dalam menilai nilai perusahaan, dapat juga menggunakan rasio pasar, dimana dengan membandingkan antara nilai pasar dengan nilai buku perusahaan (Sukamulja, 2019). Terdapat beberapa rasio pasar yang dapat digunakan dalam menilai perusahaan, yaitu *price to book value* (PBV), *market to book ratio*, dan rasio *Tobin's Q*.

2.3. Pengungkapan *Green Banking*

2.3.1. Pengertian *Green Banking*

Menurut Schultz (2010), *green banking* merupakan praktik ramah lingkungan dan usaha untuk mengurangi emisi karbon yang dihasilkan oleh kegiatan operasional yang dilakukan perbankan. Praktik *green banking* oleh perbankan juga dianggap sebagai bentuk respon perbankan terhadap isu mengenai permasalahan terhadap lingkungan hidup. Perbankan mulai mengimplementasikan praktik *green banking* karena sebenarnya sebelumnya bank juga turut andil dalam menyebabkan kerusakan lingkungan, walaupun tidak secara langsung terlihat yang menyebabkan perbankan kurang diperhatikan akan penyebab hal tersebut. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut, perbankan tentu harus melakukan inovasi teknologi dan inovasi perilaku dan manajemen dalam aktivitas operasional perbankan.

Menurut Ragupathi dan Sujatha (2015), terdapat beberapa manfaat dan keunggulan dalam *green banking*, yaitu:

1. *Green banking* menghindari pekerjaan yang menggunakan kertas, sehingga semua transaksi perbankan dilakukan secara online
2. Kepada para pelaku bisnis, *green banking* memberikan penyadaran akan tanggung jawab lingkungan dan social dengan memungkinkan perusahaan melakukan aktivitas bisnisnya secara ramah lingkungan
3. *Green banking* memberikan standar kepada perbankan dalam hal pinjaman, sehingga menjadikan bisnis kedepan perbankan menjadi ramah lingkungan.

Dalam penerapan *green banking*, perbankan tentu akan menemui beberapa halangan dan tantangan. Konsep *green banking* merupakan konsep baru, sehingga diperlukan waktu perbankan untuk mengadopsi dan menerapkannya. Perbankan membutuhkan teknologi, teknik daur ulang dan terbarukan yang mahal, serta perlindungan data dalam menerapkan *green banking*. Selain itu, perbankan perlu memberikan pelatihan mengenai praktik *green banking* kepada semua karyawan sebelum akan menerapkan *green banking*.

2.4. Pengungkapan *Green Banking*

Permasalahan atau isu mengenai lingkungan hidup saat ini semakin mendapatkan perhatian dari banyak orang, sehingga hal tersebut menjadi dorongan dan motivasi bagi perbankan untuk menjalankan praktik *green banking*. Namun tidak hanya sampai disitu saja, ternyata hal tersebut juga menjadi desakan bagi perbankan agar juga melaporkan praktik *green banking* yang telah

diterapkan. Peraturan yang dikeluarkan oleh OJK yaitu POJK Nomor 51/POJK.03/2017 yang mengatur mengenai kewajiban perusahaan untuk menyusun laporan keberlanjutan, tentu menambah desakan tersebut. Perbankan dapat melaporkan atau mengungkapkan informasi praktik *green banking* yang dilakukan dalam laporan tahunan dan/atau laporan keberlanjutan.

Dalam menganalisis informasi *green banking*, dapat menggunakan *Green Banking Disclosure Indeks* (GBDI) yang dikembangkan oleh Bose, *et al* (2018). Terdapat 21 item dalam GBDI yang dapat mencerminkan seberapa banyak praktik dan pengungkapan *green banking* oleh perbankan.

Tabel 2.1.
Indeks Pengungkapan *Green Banking*

Item	
GBDI-1	Kebijakan bank terhadap pelestarian lingkungan alam, maupun kepedulian serta kesadaran bank terhadap pelestarian lingkungan alam dan/atau kebijakan penanganan perubahan iklim.
GBDI-2	Pembiayaan proyek klien juga berdasarkan isu-isu lingkungan, tidak hanya berdasarkan kriteria keuangan. Informasi berkaitan proyek ramah lingkungan (proyek energi terbarukan, pabrik biogas, pembangunan stasiun gas alam terkompresi (CNG), lapangan batu bata, dll) dan kegiatan pemantauan inisiatif lingkungan klien (instalasi pengolahan limbah, fasilitas daur ulang, dan unit penahan asap dan gas).
GBDI-3	Pengurangan penggunaan kertas atau <i>paperless</i> , komunikasi internal menggunakan email, cetakan dua sisi dan kertas daur ulang.
GBDI-4	Adopsi kebijakan dan teknologi untuk mengurangi penggunaan dan pemborosan air dan gas dalam operasi internal bank <i>electronic office</i> (menggunakan keran hemat air).
GBDI-5	Penggunaan material ramah lingkungan seperti kertas daur ulang, penggunaan sistem tenaga surya.
GBDI-6	Konservasi energi dari operasi bisnis seperti penghematan listrik melalui penerapan lampu hemat energi.
GBDI-7	Upaya mengurangi dampak perubahan iklim dan emisi oleh karyawan, semisal dengan memangkis perjalanan bisnis karyawan.
GBDI-8	Informasi tentang green product bank untuk mengurangi emisi karbon seperti perbankan online, anjungan tunai mandiri (ATM) dan <i>mobile banking</i> .

GBDI-9	Pelaporan mengenai inisiatif dan keterlibatan bank dalam membangun jejaring pada masalah lingkungan, misalnya keanggotaan atau hubungan dengan kelompok “hijau” dan badan pemerintah, LSM, dll.
GBDI-10	Evaluasi secara kompeten terhadap dampak yang ditimbulkan oleh bisnis klien terhadap lingkungan sebelum memberi sanksi kepada fasilitas pembiayaan
GBDI-11	Pengorganisasian kegiatan untuk meningkatkan kesadaran lingkungan bagi masyarakat, seperti seminar, lokakarya atau pelatihan.
GBDI-12	Informasi penghargaan yang diberikan kepada bank atas peran sebagai bank yang ramah lingkungan, kontribusi terhadap perbaikan lingkungan, dan keunggulan dalam praktik pelaporan lingkungan.
GBDI-13	Informasi klien atau mitra bank yang menerima penghargaan atas inisiatif pelestarian lingkungan.
GBDI-14	Keterlibatan bank dalam mendukung fasilitas yang sejalan dengan program lingkungan, seperti memulihkan dan melestarikan bangunan/cagar budaya, dan kontribusi tunai atau non-tunai untuk mempercantik kota dengan penanaman pohon.
GBDI-15	Informasi tentang pembentukan dana perubahan iklim.
GBDI-16	Pengaturan <i>green branch</i> untuk tujuan efisiensi operasional.
GBDI-17	Internalisasi green marketing pada media komunikasi internal, seperti “Tanam Pohon, Selamatkan Lingkungan” pada kop surat atau media komunikasi lainnya.
GBDI-18	Prakarsa dan keterlibatan bank untuk mendorong dan melatih karyawannya mengenai <i>green movement</i> dengan memberikan program pendidikan dan mendorong karyawan untuk aktif mengambil bagian dalam “ <i>green operation</i> ”.
GBDI-19	Jumlah anggaran yang dialokasikan setiap tahun untuk praktik <i>green banking</i> .
GBDI-20	Jumlah aktual yang dibelanjakan untuk berbagai program <i>green banking</i> .
GBDI-21	Penggunaan halaman terpisah untuk pelaporan <i>green banking</i> dalam laporan tahunan.

Sumber : Bose, *et al* (2018)

2.5. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang menguji nilai perusahaan sudah banyak dilakukan, namun dalam penelitian ini, peneliti memilih tiga penelitian terdahulu yang peneliti gunakan sebagai referensi. Penelitian oleh Romli dan Zaputra (2021), meneliti mengenai Pengaruh Implementasi *Green Banking, Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang

tercatat di BEI tahun 2017-2019. Variabel yang dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan, sedangkan variabel independen yang digunakan adalah implementasi *green banking*, dan pengungkapan *corporate social responsibility*. Pengujian hipotesis yang digunakan adalah metode uji regresi linier berganda. Dari pengujian dan penelitian yang dilakukan, didapatkan hasil bahwa variabel Implementasi *Green Baking* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian kedua dilakukan oleh Winarto, dkk (2021), yang meneliti mengenai Pengaruh *Green Banking Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan pada Bank Umum Syariah yang tercatat di BEI tahun 2017-2020. Variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan, sedangkan variabel independennya adalah *Green Banking Disclosure*. Pengujian pengaruh antar variabel dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis *Eviews*. Hasil yang diperoleh dengan melakukan pengujian dan penelitian tersebut adalah *green banking disclosure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perbankan syariah.

Penelitian yang ketiga, dilakukan oleh Karyani dan Obrien (2020), yang meneliti tentang *Green Banking and Performance: The Role of Foreign and Public Ownership*. Variabel dependen yang digunakan adalah kinerja bank, sedangkan variabel independen yang digunakan adalah *green banking*. Pada penelitian ini juga menggunakan variabel moderasi yaitu kepemilikan asing dan kepemilikan publik. Pengujian hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini memberikan hasil bahwa praktik *green banking* berpengaruh negatif terhadap

profitabilitas, sedangkan praktik *green banking* berpengaruh positif terhadap nilai bank. Variabel moderasi kepemilikan publik memperkuat efek negatif atas pengaruh *green banking* terhadap profitabilitas, sedangkan variabel kepemilikan asing memperlemah pengaruh positif atas pengaruh positif praktik *green banking* terhadap nilai perbankan.

Tabel 2.2.
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Variabel	Subjek	Hasil Penelitian
1	Romli dan Zaputra (2021)	Pengaruh Implementasi <i>Green Banking, Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI	Variabel Dependen = Nilai Perusahaan Variabel Independen = Implementasi <i>Green Banking</i> dan Pengungkapan CSR	Perusahaan Perbankan yang tercatat di BEI tahun 2017-2019	Implementasi <i>Green Banking</i> memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan Pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan
2	Winarto, dkk (2021)	Pengaruh <i>Green Banking Disclosure</i> Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Umum Syariah di Indonesia	Variabel Dependen = Nilai Perusahaan Variabel Independen = <i>Green Banking Disclosure</i>	Bank Umum Syariah yang tercatat di BEI tahun 2017-2020	<i>Green Banking Disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perbankan syariah
3	Karyani dan Obrien (2020)	<i>Green Banking and Performance: The Role of Foreign and Public Ownership</i>	Variabel Dependen = Kinerja Bank Variabel Independen = <i>Green Banking</i> Variabel Moderasi = Kepemilikan Asing, Kepemilikan Publik	Perbankan yang masuk dalam <i>green investmen index</i> tahun 2012-2018	Praktik <i>green banking</i> berpengaruh negative terhadap profitabilitas bank Praktik <i>green banking</i> berpengaruh positif terhadap nilai bank Kepemilikan public memperkuat efek negative atas pengaruh <i>green banking</i> terhadap profitabilitas Kepemilikan asing memperlemah pengaruh positif praktik <i>green</i>

					<i>banking</i> terhadap nilai perusahaan
--	--	--	--	--	--

2.6. Pengembangan Hipotesis

2.6.1. Pengaruh Pengungkapan *Green Banking* Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Schultz (2010), *green banking* merupakan praktik ramah lingkungan dan usaha untuk mengurangi emisi karbon yang dihasilkan oleh kegiatan operasional yang dilakukan perbankan. Pada dunia dewasa ini, perusahaan dituntut agar dalam menjalankan bisnisnya dapat memperhatikan dampaknya terhadap lingkungan hidup. Ketika perbankan mulai menerapkan dan mengungkapkan praktik *green banking* guna mengurangi kerusakan lingkungan, tentu hal tersebut menjadi perhatian baik oleh masyarakat, pemerintah, investor, atau pemangku kepentingan lainnya. Oleh karena itu, ketika kepercayaan masyarakat, investor ataupun calon investor meningkat tentu akan berdampak pada peningkatan permintaan saham perusahaan. Ketika permintaan saham perusahaan meningkat hal tersebut mengakibatkan peningkatan nilai saham perusahaan. Nilai saham menjadi salah satu tolok ukur nilai suatu perusahaan tersebut. Ketika nilai saham meningkat, dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan meningkat.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Winarto, dkk (2021) menunjukkan hasil bahwa *green banking disclosure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada Bank Umum Syariah yang terdaftar di BEI 2017-2020. Perusahaan yang memperdulikan kondisi lingkungan merupakan salah satu hal yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan, hal tersebut dikarenakan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan yang meningkat seturut dengan

luasnya pengungkapan praktik *green banking*. Pengungkapan dan keterbukaan informasi praktik *green banking* perbankan dilakukan dengan tujuan agar meningkatkan legitimasi perusahaan kepada pemilik atau investor dengan memperhatikan lingkungan sekitar (Winarto, dkk, 2021). Berdasarkan teori dan hasil penelitian oleh Winarto, dkk (2021), maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Ha₁ : Pengungkapan *green banking* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

