

**PENGARUH GREEN ACCOUNTING DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI****Rr Yoppy Palupi Purbaningsih**

S1 Akuntansi, STIE EKUITAS Bandung

ypalupi@gmail.com

**INFO ARTIKEL****Dikumpulkan:** 24 Mei 2024;**Diterima:** 10 Juli 2024;**Terbit:** 30 Juli 2024;

Volume 29, Nomor 2,

Juli 2024, pp. 194-203

<http://doi.org/10.23960/jak.v29i2.3366>**Corresponding author:**

Rr Yoppy Palupi Purbaningsih

Jl PHH Mustofa Bandung

**Email:** ypalupi@gmail.com**ABSTRACT**

Three guiding principle economic, social, and environmental development are the center of sustainable development. A corporation must consider the three profit, people, and planet if it hopes to remain sustainable. The inference is that businesses become sustainable through the application of CSR (Corporate Social Responsibility) initiatives as a means of fulfilling a duty to improve society and the environment through the company's production activities, specifically through the application of green accounting in the financial reporting domain. The purpose of this study was to examine and evaluate how corporate social responsibility and green accounting affect company value, which is influenced by profitability. This study looks at 15 manufacturing companies that are listed on the Indonesia Stock Exchange. Purposive sampling was used to gather the research sample, and moderate regression analysis was used to analyze the data. The study's findings indicate that while corporate social responsibility has a major impact on a company's value, green accounting has no such effect. The value of a corporation is influenced by profitability. While corporate social responsibility can reduce the impact of green accounting on a company's value, profitability cannot moderate the impact of green accounting on that value. This study's shortcoming is that it only looks at manufacturing enterprises. To determine whether the company has complied with environmental laws, stakeholders, the government, and readers of financial reports interested in purchasing shares from the company are the target audience for this research's contribution.

**Keywords:** Green Accounting, Corporate Social Responsibility, Company Value and Profitability

**ABSTRAK**

Pembangunan berkelanjutan difokuskan pada tiga prinsip, yaitu prinsip pembangunan ekonomi, prinsip sosial dan prinsip lingkungan hidup. Jika suatu perusahaan ingin berkelanjutan, maka perusahaan tersebut perlu memperhatikan 3P (profit, people, planet). Implikasinya perusahaan menjadi berkelanjutan dengan melaksanakan CSR program sebagai bentuk kewajiban dengan memberikan dampak positif dan manfaatnya bagi masyarakat, serta dampaknya terhadap perusahaan untuk melestarikan lingkungan hidup akibat produksi dalam kegiatannya menerapkan akuntansi hijau di bidang keuangan pelaporan. *Green accounting* dalam strategi perusahaan dapat berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan melalui pengelolaan risiko yang baik. Perusahaan yang menghasilkan laba secara konsisten cenderung memiliki nilai pasar yang lebih tinggi. Penelitian ini mencakup perusahaan manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan menganalisis data dengan menggunakan *Moderate Regression Analysis*.

**Kata Kunci:** Green Accounting, Corporate Social Responsibility, Nilai Perusahaan dan Profitabilitas

**A. PENDAHULUAN**

Kabut asap besar yang menyelimuti kota Jakarta selama musim kemarau yang lalu terjadi di tahun 2023 merupakan polusi udara yang sangat membahayakan kesehatan dan juga hidup manusia. Salah satu sumber polusi udara adalah aktivitas bisnis perusahaan (Handayani, S. 2021). Kemarau panjang yang terjadi dalam jangka waktu lama menurut Wahana Lingkungan polusi udara disebabkan oleh aktivitas transportasi dan industri di Jabodetabek, terutama produksi batu bara. Menurut Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, transportasi adalah penyebab utama pencemaran udara di Indonesia. Akibatnya, pemerintah disarankan untuk memfokuskan perhatian mereka pada mengurangi polusi udara yang dihasilkan oleh sektor transportasi. Pembangkit listrik tenaga uap

(PLTU) Batubara Kabupaten Tangerang telah mengubah cara orang mandi dengan air hujan. Air hujan yang digunakan oleh warga berubah menjadi hitam karena partikel yang diduga berasal dari aktivitas PLTU, dan kampung-kampung mereka sering mengalami asap hitam pekat. Ketika peralatan PLTU diperbaiki, biasanya terjadi dalam waktu beberapa bulan. Sejauh ini, efek paling signifikan dari keberadaan PLTU adalah munculnya masalah kulit dan peningkatan suhu udara di wilayah tersebut menjadi lebih panas dibandingkan wilayah lain. Menurut CREA, lembaga penelitian tentang polusi udara yang bekerja secara mandiri tidak terkait dengan pemerintah, penyebab utama pencemaran udara di Kota Jakarta adalah pembangkit listrik dan manufaktur, diikuti oleh pencemaran yang berasal dari Provinsi Banten dan Jawa Barat. Terdapat 16 PLTU yang menggunakan Batubara beroperasi di dekat Jakarta. Tahun 2019 terdapat perusahaan manufaktur dengan jumlah 418 yang berada dalam jarak 100 km dari wilayah kota Jakarta. Selain mengejar keuntungan finansial, perusahaan manufaktur harus mempertimbangkan masalah lingkungan dan sosial yang disebutkan sebelumnya.

Akuntansi hijau adalah penelitian tentang bagaimana tujuan ekonomi dan lingkungan bisnis berkorelasi satu sama lain. Dengan menerapkan metode akuntansi yang ramah lingkungan, bisnis berharap dapat mengurangi berbagai masalah lingkungan yang akan mereka hadapi. Ini bermanfaat untuk mengatasi masalah lingkungan perusahaan dan menyelesaikan masalah lingkungan yang disebabkan oleh operasi produksi. Evaluasi biaya lingkungan perusahaan juga dapat meningkatkan cara pengelolaan lingkungan digunakan. Penerapan akuntansi hijau harus direncanakan dengan cermat jika ingin menghasilkan dampak positif pada operasi bisnis. Penggunaan sumber daya yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk memperoleh profit setinggi tingginya sehingga dapat menjaga kelangsungan hidup dan meningkatkan nilai perusahaan. Pada umumnya, upaya peningkatan profit serta nilai perusahaan mempengaruhi kepada penggunaan sumber daya alam.

Konsep akuntansi hijau dianggap dapat mengurangi polusi lingkungan yang disebabkan oleh aktivitas industri jika bisnis membayar biaya pengelolaan lingkungan hidup. Program Pengendalian, Evaluasi, dan Penilaian Kinerja (PROPER) bertujuan agar perusahaan dapat patuh terhadap ketentuan dengan menciptakan produk yang aman digunakan serta ramah terhadap lingkungan. Pengelolaan lingkungan ini merupakan bagian dari program tersebut. Untuk mencapai tujuan ini di semua tingkatan organisasi adalah tujuan akhir dari akuntansi hijau, juga dikenal sebagai akuntansi lingkungan. Akibat prinsip pemeliharaan dan pengembangan keuangan, akuntan harus mempertimbangkan efek lingkungan dari audit, akuntansi, manajemen bisnis, dan sistem pengungkapan. Bagaimana akuntan dapat membantu menjaga lingkungan saat ini sangat diperhatikan oleh akuntan di seluruh dunia (Huang, Gunawang, & Alfaiza, 2020). Tujuan dari akuntansi hijau mengatasi adanya kelemahan dari akuntansi konservatif yang tidak melibatkan lingkungan ke dalam aturannya. Selain itu, akuntansi hijau digunakan oleh bisnis dalam pengidentifikasian dan menjadi sumber informasi tentang lingkungan, sosial dan aspek keuangan.

Studi Yuliasuti (2018) menemukan bahwa penerapan akuntansi hijau meningkatkan harga saham. Hal ini sesuai dengan penelitian (Edward Narayana, I. P. 2020) yang menunjukkan bahwa menggunakan akuntansi hijau meningkatkan nilai perusahaan. Akuntansi hijau muncul sebagai bagian dari upaya perusahaan untuk melindungi lingkungan. Tujuan utama akuntansi hijau adalah perusahaan taat atas ketentuan-ketentuan dari lingkungan yang dibuat Pemerintah. Kinerja ramah lingkungan membantu perusahaan selain akuntansi hijau. Ada korelasi positif antara nilai perusahaan dan kinerja keuangan (Jitmaneroj, 2018). Menurut penelitian lain (Sa'adah, L 2020), kinerja lingkungan mempengaruhi hubungan positif antara nilai perusahaan dan nilainya. Ini terutama berlaku untuk perusahaan pertambangan. Tujuan kinerja lingkungan adalah agar perusahaan memenuhi peraturan lingkungan yang harus ditaati. Diharapkan dampak negatif terhadap lingkungan akan dikurangi oleh tujuan ini. Kinerja keuangan perusahaan dan minat investor dan pihak eksternal lainnya dapat dipengaruhi oleh lingkungan yang dijaga dengan baik sehingga nilai perusahaan naik disebabkan adanya peningkatan dari harga pasar saham.

## **B. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Profitabilitas**

Profitabilitas adalah laba yang dihasilkan dari suatu organisasi yang dihitung dari arus kas, keuntungan, dan penjualan (Sirait, 2017). Profitabilitas adalah ukuran yang menunjukkan efektifitas dari perusahaan dalam peningkatan keuntungan yang diperoleh investasi yang ditanamkan serta hasil penjualan. Namun, profitabilitas didefinisikan sebagai kemampuan sebuah entitas untuk menghasilkan keuntungan yang sebanding dengan total aset, penjualan, dan ekuitas (Sartono 2008). Menurut para ahli yang sudah disebutkan di atas, profitabilitas adalah hasil akhir laba bersih, yang menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan mengelola sumber daya yang tersedia. Rasio Profitabilitas bermanfaat dalam penentuan kemampuan perusahaan dalam pengelolaan asset serta modal

yang menghasilkan keuntungan. Seberapa efektif dan efisien sebuah perusahaan mengelola modalnya untuk menghasilkan keuntungan setiap tahunnya diukur Return on Equity (ROE). Rumus ROE seperti berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \dots\dots\dots (1)$$

**Nilai Perusahaan**

Perusahaan harus menjaga dan mempertahankan nilainya agar masyarakat percaya. Pengukuran dari nilai perusahaan dengan melakukan penilaian terhadap harga sahamnya di pasar. (Syafitri, Nuzula, 2018) menyatakan bahwa penilaian publik terhadap kinerja bisnis dapat menentukan harga saham perusahaan. Perusahaan yang memiliki kemampuan untuk meningkatkan nilainya akan menerima keuntungan yang paling besar. Rasio Tobins'q digunakan untuk mengukur nilai perusahaan dicerminkan dari perkiraan harga pasar saham dibandingkan dengan *return* dari investasi. Nilai aset dan pangsa pasar Digambar dengan Tobins'q, termasuk *intellectual capital* dan prospek. Karena nilainya lebih dari satu, suatu perusahaan dianggap *overvalue*, menurut Tobins'q. Rumus Tobins'q :

$$\text{Tobin' s Q} = \frac{\text{Market value of all outstanding shares+ Total Liabilities}}{\text{Total Asset}} \dots\dots\dots (2)$$

*Green Accounting* menurut (Lako, A 2018) adalah proses akuntansi yang menyampaikan informasi tentang transaksi yang berkaitan dengan lingkungan, sosial, dan keuangan. Akuntansi hijau bertujuan untuk mengumpulkan data untuk membantu orang membuat keputusan ekonomi dan selain keputusan ekonomi. Pengurangan pengaruh negatif dari praktik pelaporan lingkungan secara konvensional maka digunakan metode akuntansi hijau.

*Green accounting*, atau akuntansi lingkungan, adalah pendekatan akuntansi yang fokus pada pengukuran, pelaporan, dan pengelolaan dampak lingkungan dari kegiatan bisnis. Tujuan utamanya adalah untuk mencatat dan mengintegrasikan biaya dan manfaat lingkungan ke dalam laporan keuangan perusahaan untuk mencerminkan kinerja lingkungan yang lebih lengkap dan transparan.

Beberapa aspek utama dari green accounting meliputi:

1. Pengukuran Biaya Lingkungan  
Mengidentifikasi dan mengukur biaya yang terkait dengan dampak lingkungan, seperti biaya pengelolaan limbah, biaya pembersihan, dan biaya kepatuhan terhadap regulasi lingkungan.
2. Pelaporan Dampak Lingkungan  
Menyediakan informasi yang jelas dan akurat mengenai dampak lingkungan dari aktivitas perusahaan, termasuk emisi gas rumah kaca, penggunaan sumber daya, dan dampak terhadap ekosistem.
3. Pengelolaan Sumber Daya  
Memonitor dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya alami dan energi untuk mengurangi pemborosan dan dampak negatif terhadap lingkungan.
4. Evaluasi dan Pengambilan Keputusan  
Menggunakan data lingkungan untuk membuat keputusan bisnis yang lebih berkelanjutan dan mengidentifikasi peluang untuk penghematan biaya dan peningkatan efisiensi.
5. Kepatuhan dan Transparansi  
Memastikan bahwa perusahaan mematuhi peraturan lingkungan dan standar akuntansi yang relevan, serta menyediakan transparansi yang diperlukan kepada pemangku kepentingan tentang kinerja lingkungan perusahaan.

*Green accounting* membantu perusahaan untuk tidak hanya mematuhi peraturan lingkungan tetapi juga untuk beroperasi dengan lebih berkelanjutan, mengurangi dampak lingkungan, dan meningkatkan reputasi mereka di mata publik dan investor.

Pengakuan biaya dan pendapatan yang berhubungan dengan lingkungan terkait dengan pelaporan konvensional dan menciptakan konsep baru tentang pelaporan keuangan dan non-keuangan. Pusat pembangunan berkelanjutan terdiri dari tiga pilar: ekonomi, sosial, dan lingkungan. Jika perusahaan ingin mempertahankan (tetap bertahan dan bertahan), John Elkington mengatakan bahwa mereka harus mempertimbangkan tiga P. Ini berarti bahwa perusahaan bukan hanya meningkatkan keuntungan saja tapi juga mampu memberikan sumbangan kepada lingkungan sekitar dalam menjaga kelangsungan dari bumi. Menurut Edward Narayana (Edward Narayana, 2020), akuntansi hijau adalah pendekatan untuk mengungkapkan informasi tentang kinerja lingkungan bisnis untuk akuntabilitas bisnis. Salah satu cara untuk menilai akuntansi hijau adalah dengan menampilkan dalam laporan keuangan perusahaan ditampilkan biaya lingkungan (Rosaline, 2020) variabel dummy bernilai nol (0) memiliki

arti bahwa lingkungan perusahaan tidak dicantumkan di dalam laporan keuangan tahunan dan jika mencantumkan biaya lingkungan makan bernilai satu (1).

### **Corporate Social Responsibility (CSR)**

Merupakan bentuk bertanggung jawab perusahaan secara sosial melakukan kegiatan usaha yang memperhatikan lingkungan dan sosial di masyarakat terdapat di dalam laporan *Corporate Social Responsibility (CSR)* (Pratiwi 2018). Kaitan antara *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *Global Reporting Initiative (GRI) Index* terletak pada bagaimana CSR dilaporkan dan diukur menggunakan kerangka kerja GRI. Berikut adalah beberapa hubungan kunci antara keduanya:

1. **Standar Pelaporan**  
GRI menyediakan standar dan panduan untuk pelaporan CSR. Melalui GRI Standards, perusahaan dapat melaporkan inisiatif dan hasil CSR mereka dengan cara yang sistematis dan terstruktur. Ini membantu perusahaan dalam menyampaikan komitmen sosial dan lingkungan mereka dengan transparansi yang lebih besar.
2. **Pengukuran Kinerja CSR**  
GRI Index digunakan untuk mengukur dan menilai kinerja CSR perusahaan. Dengan mengikuti standar GRI, perusahaan dapat mengidentifikasi area di mana mereka telah mencapai tujuan CSR mereka dan di mana ada ruang untuk perbaikan.
3. **Transparansi dan Akuntabilitas**  
GRI Index mendorong transparansi dan akuntabilitas dalam pelaporan CSR. Perusahaan yang mengikuti GRI Standards memberikan laporan yang komprehensif mengenai dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari aktivitas mereka, sehingga memungkinkan pemangku kepentingan untuk mengevaluasi kinerja CSR secara lebih objektif.
4. **Komunikasi dengan Pemangku Kepentingan**  
GRI membantu perusahaan untuk menyampaikan informasi CSR kepada berbagai pemangku kepentingan, termasuk investor, pelanggan, karyawan, dan masyarakat umum. Ini memungkinkan perusahaan untuk menunjukkan tanggung jawab sosial mereka dan membangun kepercayaan dengan pemangku kepentingan.
5. **Benchmarking dan Perbandingan**  
GRI Index memungkinkan benchmarking dan perbandingan antara perusahaan dalam hal pelaporan CSR. Standar GRI menyediakan kerangka kerja yang seragam, sehingga memungkinkan analisis dan perbandingan yang lebih mudah antara berbagai perusahaan mengenai bagaimana mereka menangani tanggung jawab sosial dan lingkungan mereka.

Dengan kata lain, GRI Index adalah alat yang membantu perusahaan untuk melaporkan dan mengelola inisiatif CSR mereka secara efektif, sementara CSR mencakup tindakan dan komitmen yang dilaporkan melalui GRI. *Global Reporting Initiative (GRI)* digunakan untuk mengukur *Corporate Social Responsibility (CSR)* bisnis membuat pelaporan yang berkelanjutan. Pedoman G4 (2013), GRI bertujuan agar pelaporan keberlanjutan dalam kegiatan bisnisnya terorganisir secara standar. Oleh karena itu, GRI biasanya digunakan untuk mengevaluasi CSR. Laporan keberlanjutan GRI terdapat 48 indikator sosial, 34 indikator lingkungan, dan 9 indikator ekonomi (Pedoman GRI 4, 2013). perhitungan dari indeks CSR dengan cara melihat seberapa banyaknya indikator pengungkapan CSR yang dapat dilihat di dalam pelaporan keberlanjutan.

Komitmen bisnis yang dilakukan oleh perusahaan dengan patuh terhadap aturan yang telah diatur oleh perusahaan, peningkatan kualitas lingkungan di sekitar baik lingkungan di perusahaan maupun di masyarakat sekitar merupakan bentuk *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Citra yang baik pada masyarakat diciptakan dengan adanya akuntansi hijau dengan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan. Dengan menghadapi masalah lingkungan hidup, orang menjadi sadar dan berpartisipasi dalam mencegah kerusakan lingkungan. Reputasi perusahaan mengalami peningkatan jika masyarakat mulai membeli produk yang ramah terhadap lingkungan. Penelitian ini sesuai dengan (Priyanto, B 2022) dan (Erlangga, 2021), yang menunjukkan bahwa akuntansi yang ramah lingkungan mempengaruhi nilai perusahaan. *Green accounting*, atau akuntansi lingkungan, mengacu pada metode yang digunakan untuk mengukur dan melaporkan dampak lingkungan dari kegiatan perusahaan. Kaitan antara *green accounting* dan nilai perusahaan bisa dilihat dari beberapa perspektif:

1. **Pengelolaan Risiko**  
*Green accounting* membantu perusahaan mengidentifikasi dan mengelola risiko lingkungan, yang bisa mengurangi potensi biaya terkait dengan regulasi lingkungan atau kerusakan reputasi.

Pengelolaan risiko ini dapat meningkatkan stabilitas finansial dan nilai perusahaan.

2. **Kepatuhan Regulasi**  
Dengan mengadopsi praktik *green accounting*, perusahaan bisa lebih mudah mematuhi peraturan lingkungan yang semakin ketat. Kepatuhan ini bisa menghindari denda dan sanksi, yang pada gilirannya dapat melindungi nilai perusahaan.
3. **Keberlanjutan dan Reputasi**  
Perusahaan yang secara transparan melaporkan dampak lingkungannya sering dipandang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan. Ini dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan menarik investor yang peduli dengan aspek lingkungan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai saham perusahaan.
4. **Efisiensi Operasional**  
Praktik *green accounting* sering kali mendorong perusahaan untuk lebih efisien dalam penggunaan sumber daya dan energi, yang dapat mengurangi biaya operasional. Pengurangan biaya ini dapat berdampak positif pada profitabilitas dan nilai perusahaan.
5. **Akses ke Pembiayaan**  
Perusahaan dengan rekam jejak lingkungan yang baik mungkin lebih mudah mendapatkan pembiayaan dari investor dan lembaga keuangan yang mendukung keberlanjutan. Akses ini bisa mempengaruhi nilai perusahaan dengan memberikan lebih banyak sumber daya untuk pertumbuhan dan inovasi.

Secara keseluruhan, integrasi *green accounting* dalam strategi perusahaan dapat berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan melalui pengelolaan risiko yang lebih baik, kepatuhan regulasi, reputasi yang lebih baik, efisiensi operasional, dan akses yang lebih baik ke pembiayaan.

Maka hipotesisnya adalah:

H1 = *Green Accounting* ada pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan.

Tanggung jawab moral yang dilakukan oleh perusahaan (Hamdani 2016) atau istilah lainnya *Corporate social responsibility* (CSR) dilakukan kepada masyarakat di lingkungan sekitar bisnisnya. Peningkatan kesejahteraan masyarakat di sekitar lingkungan merupakan indikator keberhasilan perusahaan dalam menerapkan Program *Corporate social responsibility* (CSR) dalam jangka panjang sehingga nilai perusahaan mengalami peningkatan.

Penelitian menemukan bahwa CSR memengaruhi nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) berhubungan erat dengan nilai perusahaan dalam beberapa cara utama:

1. **Reputasi dan Citra Merek**  
Perusahaan yang aktif dalam CSR sering kali membangun reputasi positif dan citra merek yang kuat. Reputasi yang baik ini dapat menarik pelanggan, investor, dan mitra bisnis yang lebih memilih perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial, yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan.
2. **Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan**  
Pelanggan cenderung lebih setia kepada perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosial dan etika. Ini dapat meningkatkan retensi pelanggan dan mendatangkan pelanggan baru, yang berdampak positif pada pendapatan dan profitabilitas perusahaan.
3. **Hubungan dengan Investor**  
Investor semakin mencari perusahaan yang memiliki komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perusahaan dengan kebijakan CSR yang baik mungkin lebih menarik bagi investor yang mencari investasi berkelanjutan, yang dapat meningkatkan nilai saham perusahaan.
4. **Kepatuhan dan Pengurangan Risiko**  
CSR membantu perusahaan mematuhi peraturan dan norma sosial yang dapat mengurangi risiko hukum dan reputasi. Pengelolaan risiko ini dapat mencegah denda dan sanksi, yang pada akhirnya melindungi nilai perusahaan.
5. **Kesejahteraan Karyawan**  
Perusahaan yang berfokus pada CSR sering kali menciptakan lingkungan kerja yang lebih baik, meningkatkan kepuasan dan motivasi karyawan. Karyawan yang puas lebih produktif dan cenderung bertahan lebih lama, yang dapat mengurangi biaya turnover dan meningkatkan kinerja perusahaan.
6. **Akses ke Modal**  
Perusahaan dengan kebijakan CSR yang solid mungkin memiliki akses yang lebih baik ke modal dan pembiayaan dari investor yang mengutamakan aspek sosial dan lingkungan. Akses ini dapat mendukung pertumbuhan dan ekspansi perusahaan.

Secara keseluruhan, CSR dapat memperkuat nilai perusahaan melalui peningkatan reputasi, loyalitas pelanggan, daya tarik investor, kepatuhan hukum, kepuasan karyawan, dan akses ke pembiayaan.

H2: *Corporate Social Responsibility* ada pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan menjadi acuan bagi investor dalam melakukan investasi. Kinerja perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan (Maria, E. 2022), sehingga disimpulkan bahwa profitabilitas dipengaruhi oleh nilai perusahaan.

Profitabilitas dan nilai perusahaan saling terkait erat dan dapat mempengaruhi satu sama lain dalam beberapa cara:

1. **Kinerja Keuangan**  
Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Laba yang konsisten atau meningkat biasanya menunjukkan bahwa perusahaan efisien dan mampu mengelola biaya serta pendapatan dengan baik. Kinerja keuangan yang solid umumnya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.
2. **Penilaian Saham**  
Investor sering kali menilai perusahaan berdasarkan potensi laba masa depan. Profitabilitas yang tinggi atau pertumbuhan laba yang stabil dapat meningkatkan harapan investor terhadap return investasi, yang pada gilirannya dapat mendorong harga saham dan nilai perusahaan.
3. **Dividen dan Pengembalian**  
Perusahaan yang profitable dapat membayar dividen kepada pemegang saham atau menginvestasikan kembali laba untuk ekspansi. Pembayaran dividen yang stabil dan meningkat bisa meningkatkan daya tarik perusahaan bagi investor, berkontribusi pada nilai pasar perusahaan.
4. **Kemampuan Mengakses Pembiayaan**  
Profitabilitas yang kuat membuat perusahaan lebih menarik bagi kreditor dan investor, memudahkan akses ke modal tambahan dengan syarat yang lebih baik. Akses yang lebih baik ke modal dapat mendukung pertumbuhan dan investasi, meningkatkan nilai perusahaan.
5. **Pengelolaan Risiko**  
Perusahaan yang menguntungkan memiliki lebih banyak sumber daya untuk mengatasi ketidakpastian dan risiko bisnis. Ini memberi perusahaan kekuatan finansial untuk menghadapi tantangan dan berinvestasi dalam peluang baru, yang bisa meningkatkan nilai perusahaan.
6. **Reputasi dan Daya Saing**  
Profitabilitas yang baik juga dapat meningkatkan reputasi perusahaan sebagai pemain yang sukses dan kompetitif di industri. Reputasi yang baik dapat menarik pelanggan, mitra bisnis, dan talenta, yang dapat mendukung pertumbuhan dan nilai perusahaan.

Secara keseluruhan, profitabilitas adalah indikator penting dari kesehatan keuangan perusahaan dan sering kali berhubungan langsung dengan nilai perusahaan. Perusahaan yang menghasilkan laba secara konsisten cenderung memiliki nilai pasar yang lebih tinggi, sementara profitabilitas yang menurun bisa berdampak negatif pada nilai perusahaan.

H3 = Profitabilitas ada pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas dapat memoderasi hubungan antara *green accounting* dan nilai perusahaan dalam beberapa cara:

1. **Sumber Daya untuk Investasi Lingkungan**  
Perusahaan yang sangat profitable memiliki sumber daya finansial lebih besar untuk menginvestasikan dalam praktik *green accounting* dan teknologi ramah lingkungan. Investasi ini dapat meningkatkan nilai perusahaan lebih efektif dibandingkan perusahaan dengan profitabilitas rendah yang mungkin kesulitan untuk mendanai inisiatif lingkungan.
2. **Persepsi Investor**  
Investor mungkin lebih cenderung memperhatikan inisiatif *green accounting* pada perusahaan yang sudah profitable, karena profitabilitas yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan untuk berkomitmen pada tanggung jawab sosial dan lingkungan tanpa mengorbankan kinerja finansial. Hal ini dapat memperkuat dampak positif *green accounting* terhadap nilai perusahaan.
3. **Kemampuan Mengelola Biaya**  
Profitabilitas yang baik memungkinkan perusahaan untuk menangani biaya tambahan yang terkait dengan *green accounting*, seperti biaya untuk teknologi ramah lingkungan atau sertifikasi. Perusahaan dengan

profitabilitas tinggi bisa lebih mudah menyerap biaya ini dan mendapatkan manfaat jangka panjang dari inisiatif tersebut, meningkatkan nilai perusahaan lebih signifikan.

4. Pengaruh pada Reputasi

Perusahaan yang profitable dan juga menerapkan *green accounting* sering kali dipandang lebih positif oleh publik dan investor, karena mereka tidak hanya bertanggung jawab secara sosial tetapi juga menunjukkan keberhasilan finansial. Ini dapat meningkatkan nilai perusahaan lebih dari sekadar adopsi *green accounting* di perusahaan yang kurang profitable.

5. Dampak pada Risiko dan Kinerja Jangka Panjang

Perusahaan dengan profitabilitas tinggi mungkin lebih mampu memitigasi risiko terkait dengan isu lingkungan dan regulasi, berkat dasar finansial yang kuat. Ini dapat memperkuat hubungan antara *green accounting* dan nilai perusahaan dengan cara yang lebih efektif dibandingkan perusahaan dengan profitabilitas rendah.

Secara keseluruhan, profitabilitas dapat memoderasi efek *green accounting* pada nilai perusahaan dengan menyediakan sumber daya yang diperlukan untuk implementasi dan mempengaruhi bagaimana investor dan publik memandang inisiatif lingkungan perusahaan. Jika masalah lingkungan muncul, orang menjadi lebih sadar dan berpartisipasi dalam mencegah kerusakan lingkungan, sehingga mereka memilih dan membeli barang yang ramah lingkungan. Nilai perusahaan dan masyarakat akan meningkat dengan tingkat profitabilitas yang lebih tinggi. Ini sejalan dengan temuan bahwa profitabilitas sebagai variabel intervensi mempengaruhi nilai bisnis dalam (Maria, E. 2022), (Priyanto, B 2022), (Sari, R.A 2022) dan (Hafidz, S. A 2022). Dapat ditarik Hipotesis: H4 = Profitabilitas memoderasi *Green Accounting* terhadap nilai Perusahaan

Profitabilitas dapat memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan dengan beberapa cara:

1. Kemampuan Finansial untuk Implementasi CSR

Perusahaan yang lebih profitable memiliki kapasitas finansial yang lebih besar untuk mengimplementasikan inisiatif CSR secara efektif. Mereka dapat mengalokasikan sumber daya untuk program CSR tanpa mengorbankan kinerja finansial mereka. Ini membuat dampak CSR pada nilai perusahaan lebih positif dibandingkan dengan perusahaan yang kurang profitable dan mungkin kesulitan untuk mendanai program CSR.

2. Pengaruh pada Persepsi Investor

Investor mungkin lebih cenderung melihat CSR sebagai nilai tambah pada perusahaan yang sudah profitable. CSR dapat dianggap sebagai tanda komitmen jangka panjang terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial, yang bisa meningkatkan daya tarik perusahaan bagi investor. Sebaliknya, CSR di perusahaan yang tidak profitable mungkin dipandang sebagai beban tambahan daripada nilai tambah, yang dapat mengurangi dampaknya pada nilai perusahaan.

3. Reputasi dan Citra Merek

Perusahaan yang profitable sering kali memiliki reputasi yang lebih baik dan citra merek yang lebih kuat. Implementasi CSR dalam konteks ini dapat memperkuat reputasi perusahaan dan memberikan nilai tambah yang lebih besar, yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Di perusahaan yang kurang profitable, CSR mungkin tidak cukup untuk membalikkan persepsi negatif atau dampak dari kinerja finansial yang buruk.

4. Kemampuan Mengelola Risiko

Perusahaan dengan profitabilitas tinggi mungkin lebih baik dalam mengelola risiko yang terkait dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Mereka memiliki sumber daya yang cukup untuk menangani masalah CSR dan memitigasi risiko yang timbul dari isu-isu sosial atau lingkungan, yang dapat memperkuat dampak positif CSR pada nilai perusahaan.

5. Kepuasan dan Loyalitas Karyawan

Perusahaan yang profitable dan berkomitmen pada CSR mungkin lebih sukses dalam menarik dan mempertahankan karyawan berbakat. Karyawan cenderung lebih loyal dan puas bekerja di perusahaan yang dianggap bertanggung jawab secara sosial, yang dapat meningkatkan produktivitas dan kontribusi terhadap nilai perusahaan.

Secara keseluruhan, profitabilitas dapat memperkuat atau melemahkan hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Perusahaan yang lebih profitable memiliki lebih banyak sumber daya dan kemampuan untuk mengimplementasikan CSR secara efektif, sehingga meningkatkan dampak positifnya pada nilai perusahaan. Sebaliknya, CSR di perusahaan yang kurang profitable mungkin tidak memiliki dampak yang sama besar pada nilai perusahaan karena keterbatasan sumber daya dan potensi persepsi negatif terkait kinerja finansial.

Tingkat profitabilitas yang tinggi sangat penting untuk menarik investor karena keuntungan perusahaan dihasilkan dari adanya peningkatan aktivitas perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan melakukan pengungkapannya di dalam laporan tahunan. Profitabilitas memiliki kemampuan untuk mengontrol CSR dengan pengaruhnya nilai perusahaan (Frandy 2017).

H5 = Profitabilitas memoderasi *corporate social responsibility* terhadap nilai Perusahaan

### C. METODE PENELITIAN

Untuk mengevaluasi hubungan antara variabel dilakukan dengan pendekatan kausal komperatif dalam melakukan uji variabel *green accounting*, *corporate social responsibility* (CSR) dan profitabilitas pada nilai perusahaan, kemudian *green accounting* dan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan adanya variabel moderasi yaitu profitabilitas menggunakan *Moderate Regression Analysis* (MRA) adalah metode statistik untuk memahami bagaimana hubungan antara dua variabel (variabel independen dan variabel dependen) dipengaruhi oleh variabel ketiga, yang disebut variabel moderator. Variabel moderator ini dapat mempengaruhi kekuatan atau arah hubungan antara variabel independen dan dependen. Pemilihan sampel dengan purposive sampling non-probability dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2018 hingga 2022.

### D. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

**Pengaruh *Green Accounting* ( $X_1$ ), Profitabilitas ( $Z$ ), dan *Green Accounting* dimoderasi Profitabilitas ( $X_1*Z$ ) terhadap Nilai Perusahaan ( $Y$ )**

**Tabel 1** Pengujian Hipotesis Simultan Model 2

Root MSE	21.82033	R-squared	0.070946
Mean dependent var	4.002059	Adjusted R-squared	0.031690
S.D. dependent var	22.79059	S.E. of regression	22.42657
Sum squared resid	35709.52	F-statistic	1.807267
Durbin-Watson stat	1.631422	Prob(F-statistic)	0.153646

Dari tabel di atas nilai Prob(F-statistic) lebih besar ( $\alpha$ ) 5% ( $0.153646 > 0.05$ ), diartikan tidak memiliki pengaruh secara simultan *Green Accounting* ( $X_1$ ), Profitabilitas ( $Z$ ) dan *Green Accounting* dimoderasi Profitabilitas ( $X_1*Z$ ) terhadap Nilai Perusahaan ( $Y$ ).

**Tabel 2.** Pengujian Hipotesis Parsial Model 2

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	16.58913	9.621809	1.724118	0.0890
X1	1.498455	10.28129	0.145746	0.8845
Z	6.055536	29.16282	0.207646	0.8361
X1_Z	-116.6340	74.02869	-1.575524	0.1196

Dari tabel diatas dapat dilihat secara parsial, *Green Accounting* ( $X_1$ ) tidak ada pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan ( $Y$ ) diketahui dari i nilai Prob. 0.8845, lebih besar dari nilai  $\alpha$  5% ( $0.8845 > 0.05$ ). Profitabilitas ( $Z$ ) juga tidak ada pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan ( $Y$ ), sedangkan variabel *Green Accounting* dimoderasi Profitabilitas ( $X_1*Z$ ) juga tidak ada pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan ( $Y$ ).

**Pengaruh CSR ( $X_2$ ), Profitabilitas ( $Z$ ), dan CSR dimoderasi Profitabilitas ( $X_2*Z$ ) terhadap Nilai Perusahaan ( $Y$ )**

Dari hasil uji hipotesis simultan maka disimpulkan bahwa nilai Prob(F-statistic) lebih kecil dari  $\alpha=5\%$  ( $0.015208 < 0.05$ ), diartikan bahwa ada pengaruhnya dari CSR ( $X_2$ ), Profitabilitas ( $Z$ ) dan CSR dimoderasi Profitabilitas ( $X_2*Z$ ) secara simultan terhadap Nilai Perusahaan ( $Y$ ), sedangkan dari Uji Hipotesis Parsial CSR ( $X_2$ ) tidak ada pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan ( $Y$ ) diketahui dari nilai Prob. 0.3583 lebih besar dari nilai  $\alpha$  5% ( $0.3583 > 0.05$ ). Sedangkan *Green Accounting* ( $X_1$ ) tidak ada pengaruhnya secara parsial terhadap Nilai Perusahaan



(Y). *Profitabilitas* (Z) ada pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan (Y). Dan variabel *CSR* dimoderasi *Profitabilitas* ( $X_2 * Z$ ) juga ada pengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Y).

## E. SIMPULAN DAN SARAN

Perusahaan dapat menggunakan akuntansi hijau untuk menunjukkan kepedulian yang nyata terhadap lingkungan, yang berdampak baik pada produk yang dijualnya. Produk yang aman dan ramah lingkungan yang dibuat oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan meningkatkan nilai perusahaan dan membuat konsumen lebih waspada terhadap kerusakan lingkungan. Menurut hasil analisis, akuntansi hijau tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Perusahaan yang melakukan *CSR* memiliki tujuan utama dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat di lingkungan perusahaan tersebut. Program *CSR* mampu tingkatkan kinerja perusahaan dan nilainya bagi semua pihak yang terlibat dalam jangka panjang. Hasil analisis *Corporate Social Responsibility* tidak ada pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

Investor mempertimbangkan nilai perusahaan saat menanamkan modal. Nilai perusahaan gambaran dari perusahaan itu sendiri tercermin pada nilai perusahaan dalam hal ini menjelaskan bagaimana perusahaan menjalankan kegiatan usahanya secara bertahap, kinerja perusahaan yang diukur dengan *profitabilitas* dipengaruhi oleh nilai perusahaan (Maria, E. 2022). Kesimpulannya *profitabilitas* dipengaruhi oleh nilai bisnis.

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh *profitabilitas*. Dengan adanya masalah lingkungan hidup, meningkatkan kesadaran masyarakat dalam melakukan pencegahan terhadap kerusakan lingkungan dengan melakukan aksi pemilihan produk yang tidak mencemari lingkungan. Perusahaan yang menyediakan barang seperti ini akan menjadi pilihan utama masyarakat. Nilai perusahaan dan masyarakat akan meningkat dengan tingkat *profitabilitas* yang lebih tinggi. Ini sejalan dengan temuan bahwa *profitabilitas* sebagai variabel intervensi mempengaruhi nilai bisnis dalam Elisabeth & Maria (2022). Akibatnya, hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut: Berdasarkan analisis bab sebelumnya, ditarik kesimpulannya *profitabilitas* tidak dapat memoderasi *green accounting* terhadap nilai perusahaan.

Tingkat *corporate social responsibility* yang tinggi yang dimiliki oleh perusahaan merupakan tolak ukur atas keberhasilan perusahaan dalam peningkatan keuntungan perusahaan dan juga peningkatan keinginan investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Tingkat *profitabilitas* tinggi yang dicapai oleh perusahaan berpengaruh positif terhadap stakeholder dan masyarakat. Hasil analisis menyimpulkan *Profitabilitas* dapat memoderasi *Corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

## REFERENSI

- Armi, Ni Ketut Suransi, Alamsyah. 2019. "Pengaruh GCG Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi." *Jurnal Investasi Universitas Mataram*.
- Edward Narayana, I. P., Dewi, P. P. 2020. "Implementasi Green Accounting, Profitabilitas Dan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan." *E-Jurnal Akuntansi*, no. 30(12), 3252. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i12.p20>.
- Erlangga, C. M., Fauzi, A., & Sumiati, A. 2021. "Penerapan Green Accounting Dan Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas" 14(1), 61–78. <https://doi.org/10.15408/akt.v14i1.20749>.
- Frandy, Grace B. 2017. "Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas, Kepemilikan Manajemen, Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012 - 2016)." *Jurnal Riset Akuntansi Dan Goodwill* Vol. 8 No. 2 (2017): Goodwill Vol. 8 No. 2 (July).
- Hafidz, S. A., Deviyanti, D. R. 2022. "Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Intervening P." *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* ISSN: 0216-7743 (Print) 2528-1135 (Online) 19 (2): 366–74.
- Hamdani. 2016. *Good Corporate Governance: Tinjauan Etika Dalam Praktik Bisnis*. Edisi 1.
- Handayani, S., Maharani, P. 2021. "Pengaruh Green Accounting Pada Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan." *Edumaspul-Jurnal Pendidikan*, no. Vol. 5, No. 1.
- Huang, H. H., Gunawang, B., & Alfaiza, S. A., Riyadh, H. A., Al-Shmam, M. A. 2020. "The Analysis of Green Accounting Cost Impact on Corporations Financial Performance." *International Journal of Energy Economics and Policy*.
- Jitmaneroj, Jitmaneroj, B. 2018. "A Latent Variable Analysis of Corporate Social Responsibility and Firm Value." *Managerial Finance*, no. 44(4), 478–494. <https://doi.org/10.1108/MF-08-2017-0303>.
- Lako, A. 2018. *Akuntansi Hijau Isu, Teori, Dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maria, E., Elisabeth, Y. 2022. "Analisis Penerapan Green Accounting Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Harga Saham Melalui Profitabilitas Perusahaan." *Dinamika Ekonomi Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* Vol.15 No.2 September 2022, 15(2), 375–392.

- Meiranto, W., Prasetyo, A., 2017. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013 – 2015." *Diponegoro Journal of Accounting* 6(3),1-12.
- Pratiwi, Adhitya Putri. 2018. "Pengaruh Kepemilikan Institusional Dan Kinerja Keuangan Terhadap Penghindaran Pajak Dengan CSR Sebagai Pemediasi." *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 9(2). <https://doi.org/doi:10.17509/jimb.v9i2.13991>.
- Prijanto, B, Yuliani, E. 2022. "Pengaruh Penerapan Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Sub Sektor Tambang Batubara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-." *Ikopin Scientific Journal* 5(5), 2275–2284.
- Robby Heryanto, Agung Juliarto. 2017. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-." *Diponegoro Journal of Accounting* Vol 6, No 4:1–8.
- Rosaline, V. D, Wuryani, E. 2020. "Pengaruh Penerapan Green Accounting Dan Environmental Performance Terhadap Economic Performance." *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan* 8(3), 569–578.
- Sari, R.A. 2012. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure." *Jurnal Nominal* Vol. 1, No. 1.
- Sartono, A. 2008. *Manajemen Keuangan: Teori Dan Aplikasi*. Edisi Keempat. Vol. Yogyakarta. Yogyakarta: BPFE.
- Sirait, Pirmatua. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Ekuilibrium.
- Syafitri, T., Nuzula, N. F, Nurlaily, F. 2018. "Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Industri Sub Sektor Logam Dan Sejenisnya Yang Terdaftar Di Bei Periode 2012- 2016)." *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 56(1), 118-126.
- Yuliasuti, R., Nurunnisa, P. 2018. "Pengaruh Penerapan Green Accounting Terhadap Pertumbuhan Harga Saham Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating." *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 7(8), 1-15.