

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN *GREEN ACCOUNTING*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN VARIABEL MODERASI PROFITABILITAS**

<https://www.e-journal.trisakti.ac.id/index.php/jet/index>



JET

JURNAL EKONOMI TRISAKTI



Susi Dwi Mulyani - Google Schol... PENGARUH CORPORATE SOCIAL...
e-journal.trisakti.ac.id/index.php/jet/article/view/18059

Inggris Indonesia
Google Translate

RESPONSIBILITAS DAN GREEN ACCOUNTING TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN VARIABEL MODERASI PROFITABILITAS



Tal 1 No. 24 Oktober 2023
e-ISSN: 2798-1040
JET
JURNAL EKONOMI TRISAKTI

Hiemelda Gunawan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti

Susi Dwi Mulyani
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti

Abstract

Dalam penelitian ini akan diteliti pengaruh CSR dan *Green Accounting* terhadap nilai perusahaan, profitabilitas sebagai variabel moderasi, dan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol. *Purposive sampling* digunakan sebagai teknik pengambilan sampel, sehingga menghasilkan sampel 180 untuk penelitian ini. Data yang digunakan berasal dari laporan tahunan perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 sampai dengan tahun 2021. Berdasarkan temuan penelitian, variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan dan *Green Accounting* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Variabel Profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan dan mampu memperkuat pengaruh positif *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

PDF

Published: Sep 25, 2023

DOI:
<https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.18059>

Keywords:
Corporate Social...

ARTICLE TEMPLATE
Article Template

TUTORIAL
Video Template

Manual Book Register

Type here to search
30°C
10:19 AM
2/2/2024

Susi Dwi Mulyani - Google Sch... Contact | Jurnal Ekonomi Trisakti

e-journal.trisakti.ac.id/index.php/jet/about/contact

Home / Contact

Contact

Jl. Kyai Tapa No.1, RT.6/RW.16, Tomang, Kec. Grogol petamburan, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11440

Principal Contact

Tiara Puspa
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti
tiarapuspa@trisakti.ac.id

Support Contact

Ajid.
ajids.hidqon@trisakti.ac.id

PENGUMUMAN

1. Kewajiban Publikasi
2. Proses Penerbitan
3. Verifikasi LOA

ARTICLE TEMPLATE

Article Template

TUTORIAL

Video Template

Type here to search

30°C 10:18 AM 2/2/2024

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN *GREEN ACCOUNTING* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN VARIABEL MODERASI PROFITABILITAS

Hiemelda Gunawan¹
Susi Dwi Mulyani²

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti

*Penulis korespondensi: susi.dwimulyani@trisakti.ac.id

Abstrak:

Dalam penelitian ini akan diteliti pengaruh CSR dan *Green Accounting* terhadap nilai perusahaan, profitabilitas sebagai variabel moderasi, dan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol. *Purposive sampling* digunakan sebagai teknik pengambilan sampel, sehingga menghasilkan sampel 180 untuk penelitian ini. Data yang digunakan berasal dari laporan tahunan perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 sampai dengan tahun 2021. Berdasarkan temuan penelitian, variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan dan *Green Accounting* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Variabel Profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan dan mampu memperkuat pengaruh positif *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

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

Abstract:

In this study, will examine the effect of CSR and Green Accounting on firm value, profitability as a moderating variable, and firm size as a control variable. Purposive sampling was used as a sampling technique, resulting in a sample of 180 for this research. The data used comes from annual reports of energy sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange from 2019 to 2021. Based on research findings, the Corporate Social Responsibility variable has a positive effect on Company Value and Green Accounting has no effect on Firm Value. The Profitability variable is unable to moderate the influence of Green Accounting on Company Value and is able to strengthen the positive influence of Corporate Social Responsibility on Company Value.

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

Artikel dikirim: 03-09-2023

Artikel Revisi: 09-09-2023

Artikel diterima: 25-09-2023

PENDAHULUAN

Menurut situs resmi WALHI (“Wahana Lingkungan Hidup Indonesia”), kondisi lingkungan di Indonesia saat ini tidak baik-baik saja. Salah satu sumber terjadinya permasalahan lingkungan adalah perusahaan. Terkadang ada perusahaan yang hanya mementingkan keuntungan yang didapatkan sehingga tidak memperhatikan beberapa aspek lainnya seperti salah satunya aspek

lingkungan sehingga menimbulkan terjadinya permasalahan lingkungan. Indonesia tentunya terdapat beberapa kasus permasalahan lingkungan yang dialami oleh suatu perusahaan, salah satunya adalah kasus pencemaran lingkungan yang terjadi pada perusahaan sektor energi. Salah satu kasus perusahaan sektor energi pada tahun 2020 yang menyebabkan kerusakan lingkungan adalah PT. Medco, yang diduga melakukan pencemaran air sungai dari aktivitas pembuangan limbah produksi gas bumi, sehingga limbah tersebut mengalir ke anak sungai Teupin Raya (Sheryn dan Hendrawati, 2020). Dilihat dari permasalahan lingkungan yang disebabkan oleh sektor energi, dapat berdampak buruk terhadap nilai perusahaan. Salah satu contoh peningkatan nilai perusahaan dapat dilihat dari peranan yang harus dilakukan perusahaan terhadap lingkungan maupun sosial.

Dalam mempertanggungjawabkan lingkungan perusahaan dapat mempraktikkan konsep *Green Accounting*, terutama perusahaan *accounting* harus menerapkan *Green Accounting*. Tentunya hal tersebut berpengaruh baik terhadap nilai perusahaan. Pendapat yang dikeluarkan oleh Sheryn dan Hendrawati (2020) dikeluarkan atas dasar pertimbangan hal-hal yang memiliki pengaruh pada nilai perusahaan. Penelitian yang akan diteliti adalah pengembangan penelitian dari Sheryn dan Hendrawati (2020) dengan menambahkan variabel independen yaitu *Green Accounting* dari penelitian Sapulette dan Limba (2021) dan penelitian ini akan menerapkan Ukuran Perusahaan sebagai variabel kontrol serta penambahan variabel moderasi yaitu Profitabilitas. Dan alasan dilakukannya penelitian ini dikarenakan terdapat gap atau perbedaan dengan beberapa penelitian terdahulu.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori *Signaling*

Teori *Signaling* menurut Spence (1973) adalah rasa tanggung jawab dari bagian manajemen suatu perusahaan yang merupakan sinyal atau petunjuk untuk menggambarkan keadaan perusahaan kepada investor. Teori sinyal menjelaskan bagaimana perusahaan harus mengkomunikasikan sinyalnya atau informasi perusahaan kepada pemakai laporan keuangan (Sheryn dan Hendrawati, 2020). Teori sinyal menyatakan bahwa pembagian informasi lingkungan menunjukkan tindakan perusahaan sebagai ekspresi kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat. Hal ini dapat mengirimkan sinyal yang positif kepada pihak di luar perusahaan, terutama investor dan diharapkan dapat menambah nilai perusahaan (Hapsoro dan Adyaksana, 2020).

Teori Legitimasi

Teori Legitimasi menurut Dowling dan Pfeffer adalah adanya hubungan atau keterkaitan antara perusahaan dengan masyarakat karena masyarakat adalah salah satu faktor penting berkembangnya suatu usaha. Dalam teori legitimasi, sangat ketat kaitannya dengan teori *stakeholder*, yang menjelaskan bahwa suatu perusahaan akan secara ikhlas mengungkapkan tindakan perusahaan nya jika manajemen yakin bahwa hal itu akan bermanfaat bagi masyarakat (Angraini, 2023). Perusahaan melakukan cara untuk mendapatkan legitimasi dengan menunjukkan dan membuktikan tanggung jawab lingkungan dan sosial perusahaan mereka dan

mengungkapkannya di laporan tahunan perusahaan agar para pemangku kepentingan bisa melihat tindakan perusahaan (Rusmana dan Purnaman, 2020).

Teori Stakeholder

Freeman mengungkapkan bahwa berdasarkan prinsip pemangku kepentingan, korporasi tidak bisa hanya berfungsi untuk keuntungannya sendiri. Penting juga untuk memberikan pengaruh atau manfaat kepada pemangku kepentingan. Teori pemangku kepentingan ini menyatakan bahwa selain informasi keuangan, pemangku kepentingan juga memerlukan informasi mengenai aktivitas sosial dan lingkungan organisasi. Dengan melihat bagaimana *green accounting* dan tanggung jawab sosial perusahaan diterapkan, pemangku kepentingan dapat memahami informasi mengenai tantangan sosial dan lingkungan. (Sapulette dan Limba, 2021).

Nilai Perusahaan

Nilai suatu perusahaan yang ditentukan oleh investor berdasarkan tingkat kinerjanya. Ketika harga saham melonjak, nilai perusahaan mungkin terlihat meningkat. Nilai suatu perusahaan dapat ditentukan dengan menggunakan rasio Tobin's Q, yang membandingkan nilai pasar saham suatu perusahaan dengan nilai buku ekuitasnya. Jika suatu perusahaan memiliki rasio Tobin's Q yang rendah, yaitu berkisar antara 0 hingga 1, berarti nilai pasarnya akan sebanding dengan biaya penggantian asetnya. (Sheryn dan Hendrawati, 2020).

Corporate Social Responsibility

Perseroan berkomitmen untuk berkontribusi dalam terciptanya perekonomian berkelanjutan yang akan meningkatkan taraf hidup dan lingkungan hidup untuk kepentingan Perseroan, lingkungan sekitar, dan komunitas yang lebih besar. (Sheryn dan Hendrawati, 2020). Tanggung jawab sosial dimuat pada laporan yang bernama *Sustainability report*. *Sustainability Report* memuat informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Organisasi Internasional untuk Standardisasi mengembangkan ISO 26000 sebagai standar global untuk pelaporan keberlanjutan (ISO).

Green Accounting

Green accounting merupakan praktik akuntansi dimana perusahaan memperhitungkan biaya lingkungan, juga dikenal sebagai biaya pelestarian lingkungan, sebagai bagian dari pengeluarannya. Implementasi jangka panjang dari ide akuntansi hijau oleh bisnis akan memungkinkan untuk mengurangi biaya produksi, yang akan menurunkan biaya operasional. (Dewi dan Narayana, 2020). Jika sebuah perusahaan mengungkapkan kepeduliannya terhadap lingkungan, dapat dikatakan bahwa ia dapat berkontribusi penuh untuk melindungi lingkungan. Kinerja lingkungan suatu perusahaan dapat menunjukkan betapa pedulinya perusahaan terhadap lingkungan, dan biaya lingkungannya dapat menunjukkan betapa pedulinya perusahaan terhadap lingkungan (Gustinya, 2022). *Green accounting* diukur memakai variabel *dummy* yang sesuai dengan yang diteliti oleh Sapulette dan Limba (2021).

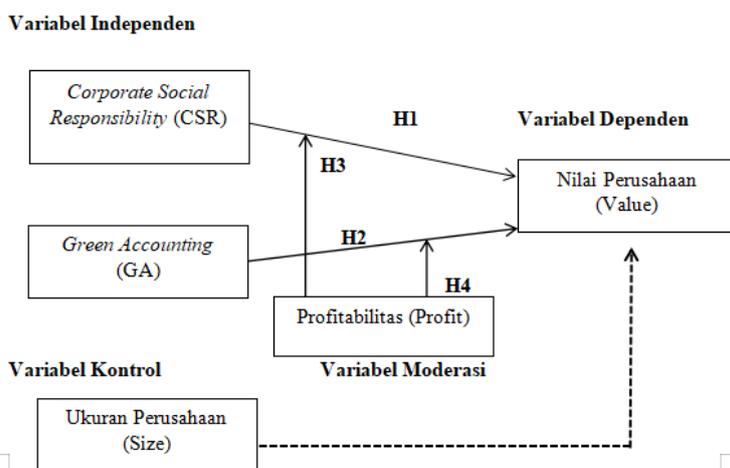
Profitabilitas

Kapasitas perusahaan untuk menghasilkan keuntungan bersih dari operasi selama periode akuntansi dikenal sebagai profitabilitas. Laba yang tersisa setelah pajak dan bunga dibayarkan kepada pemegang saham (Melawati dan Rahmawati, 2022). Profitabilitas yaitu wujud dari berbagai keputusan dan kebijakan yang dibuat oleh perusahaan. Nilai perusahaan akan naik seiring dengan harga saham jika performa perusahaan dapat memperoleh keuntungan dalam waktu yang panjang. Kemampuan suatu entitas untuk menghasilkan laba sambil menggunakan semua modalnya disebut sebagai profitabilitas (Yanti dan Darmayanti, 2019).

Ukuran Perusahaan

Istilah "ukuran perusahaan" mengacu pada besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran dari suatu perusahaan meningkat secara proporsional dengan tingkatan suatu asetnya yang artinya besarnya ukuran suatu perusahaan ditentukan dari besarnya suatu aset milik perusahaan tersebut. Total aset, total pendapatan, dan kapitalisasi pasar, biasanya digunakan untuk menggambarkan ukuran perusahaan. Perusahaan akan terus mengembangkan kinerja keuangannya agar dapat dipertanggungjawabkan operasional-operasionalnya karena dapat ditentukan bahwa semakin banyak dana yang ditangani dan semakin rumit penanganannya, maka semakin tinggi pula risiko perusahaan (Nurmayanti dan Lovita, 2020). Ukuran perusahaan bisa dilihat dari *logaritma natural* (Ln) dari total suatu aset perusahaan (Intan *et al*, 2021).

RERANGKA KONSEPTUAL



Gambar 1. Rerangka Konseptual

HIPOTESIS

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Korporasi mengungkapkan kepeduliannya terhadap isu-isu sosial dan lingkungan dalam laporan keberlanjutannya. Menurut teori legitimasi, suatu perusahaan dapat meningkatkan kredibilitasnya dengan menyatakan secara terbuka dedikasinya terhadap CSR dalam laporan tahunannya sehingga pihak yang berkepentingan dapat melihat perbuatan terpuji perusahaan tersebut. Apabila pengungkapan tersebut dilakukan dalam laporan tahunan perusahaan maka dapat memberitahukan bahwa adanya sinyal positif kepada pihak luar perusahaan (pihak ekstern) dan tentunya berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan seperti sudah disebutkan pada teori signaling. Penelitian Sheryn dan Hendrawati (2020) mengungkapkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan mempunyai dampak positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan deskripsi yang telah dipaparkan, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H1: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan

Menurut teori *stakeholder*, perusahaan harus melaporkan tindakan lingkungan dan kegiatan sosial mereka dilaporan tahunan atau laporan keberlanjutan mereka sehingga pihak yang berkepentingan bisa membuat langkah yang tepat tentang bagaimana perusahaan mengelola lingkungan. Sehingga dengan adanya pengungkapan lingkungan pada laporan tahunan atau laporan berkelanjutan dapat membantu perusahaan untuk mencapai tujuan pembangunan perusahaan

berkelanjutan. (Sapulette dan Limba, 2021). *Green Accounting* dapat membantu memberikan sinyal positif dan meningkatkan reputasi yang positif pada perusahaan jika diungkapkan dalam laporan tahunan. Oleh karena itu, bisnis dengan reputasi positif bisa memiliki dampak pada nilai perusahaan mereka (Melawati dan Rahmawati, 2022). Dalam penelitian Dewi dan Narayana (2022) memberikan pernyataan bahwa *Green Accounting* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan deskripsi yang telah dipaparkan, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H2: *Green Accounting* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi dalam Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan

Menurut teori *signaling* ketika adanya peningkatan profitabilitas perusahaan, maka dapat memperoleh sinyal positif dari investor karena meningkatnya profitabilitas dapat menaikkan harga saham (Rahmantari, 2020). Dengan meningkatnya tingkat profitabilitas, maka semakin bisa terjadinya kemungkinan perusahaan mampu untuk melaksanakan kegiatan sosial dan melaporkan hasil dari kegiatan sosial dalam laporan tahunan oleh perusahaan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan sekaligus meningkatkan profitabilitasnya. Menurut penelitian yang dikutip oleh Oktariko dan Amanah (2018), profitabilitas meningkatkan dampak tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan yang sudah dipaparkan, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H3: Profitabilitas memperkuat pengaruh positif *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi dalam Hubungan antara *Green Accounting* dan Nilai Perusahaan

Dengan meningkatnya profitabilitas perusahaan, dikatakan bahwa semakin baik kemampuan perusahaan mengalokasikan biaya lingkungan kepada lingkungan atau masyarakat dan mencantumkan biaya lingkungan ke laporan tahunan perusahaan. Sehingga dengan adanya pengungkapan biaya lingkungan terhadap laporan tahunan perusahaan dapat membuktikan bahwa perusahaan telah melakukan upaya terkait meningkatkan kinerja lingkungan dan menarik perhatian masyarakat untuk memberikan pandangan positif. Dengan adanya pandangan positif dari masyarakat dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dijelaskan oleh (Oktariko dan Amanah, 2018) memperoleh hasil bahwa memperkuat pengaruh *Green Accounting* terhadap nilai perusahaan.

H4: Profitabilitas memperkuat pengaruh positif *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, digunakan teknik penelitian kuantitatif. Dengan menggunakan data sampel maka akan dapat diketahui apakah terdapat korelasi antara variabel independen *Green Accounting* dan CSR, variabel dependen Nilai Perusahaan, variabel moderasi Profitabilitas, dan variabel kontrol Ukuran Perusahaan dalam penelitian ini. Populasi penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan di sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) antara tahun 2019-2021. Untuk memilih sampel digunakan strategi purposive sampling. Informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah informasi sekunder.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada periode penelitian 2019–2021, sektor energi dengan total populasi penelitian sebanyak 80 perusahaan sektor energi telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan menggunakan kriteria pelaku usaha sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang merilis laporan tahunan periode 2019–2021, maka pengumpulan sampel untuk penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling, penelitian ini menggunakan metode *unbalance data*, sehingga menghasilkan jumlah sampel sebanyak 180 sampel.

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Variable	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR (X1)	0.514	0.865	0.780	0.078
Green Accounting (X2)	0	1	0.833	0.373
Ukuran Perusahaan (X3)	23.587	34.655	28.808	1.952
Profitabilitas (Z)	-1.538	0.520	0.010	0.183
Nilai Perusahaan (Y)	0,229	18.107	2.066	2.501

Sumber: Diolah menggunakan Eviews 10

Tabel 2. Frekuensi Green Accounting

Skor Green Accounting	Frekuensi
1	150
0	30

Sumber: Tabulasi Excel

Penentuan Model Estimasi antara *Common Effect Model (CEM)* dan *Fixed Effect Model (FEM)* dengan Uji *Chow*

Jika nilai probabilitas *cross-section Chi-square* < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jika nilai probabilitas *cross-section Chi-square* \geq 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Tabel 3. Hasil dari Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	1.959819	(61,114)	0.0010
Cross-section Chi-square	129.094814	61	0.0000

Sumber: Diolah menggunakan Eviews 10

Berdasarkan pada uji *Chow* pada Tabel 3, diperoleh nilai probabilitas yaitu 0,0000. Dikarenakan nilai probabilitas 0,0000 < 0,05, model estimasi yang digunakan adalah model *fixed effect model (FEM)*.

Penentuan Model Estimasi antara *Fixed Effect Model (FEM)* dan *Random Effect Model (REM)* dengan Uji *Hausman*

Jika nilai probabilitas *Cross-section random* < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
 Jika nilai probabilitas *Cross-section random* \geq 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Tabel 4. Hasil dari Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	3.328747	4	0.5044

Sumber: Diolah menggunakan Eviews 10

Berdasarkan hasil dari uji Hausman pada Tabel 4, diperoleh nilai probabilitas adalah 0,5044. Dikarenakan nilai probabilitas 0,5044 > 0,05, model estimasi yang digunakan adalah model *random effect model* (REM).

Uji Hipotesis

Karena Random Effect Model digunakan untuk menangani data ini, penelitian ini tidak menguji asumsi klasik. Rumus yang digunakan dalam Random Effect Model merupakan rumus yang cukup kuat atau akurat sehingga tidak perlu dilakukan uji asumsi tradisional. (Hill, *et al.*, 2018).

Tabel 5. Nilai statistik dari Koefisien Determinasi, Uji F, dan Uji t (Random Effect Model)

Variabel	Prediksi Arah	Coefficient	t-Statistic	Prob.	Simpulan
C		1.382884	2.491822	0.0136	
CSR	+	2.125323	4.275702	0,0000	H1 diterima
GA	+	-0.041852	-2.232876	0,2680	H2 ditolak
CSR*Profit	+	1.809310	4.443229	0,0000	H3 diterima
GA*Profit	+	0.035282	2.306782	0,0222	H4 diterima
Size		-0.001475	-0.300426	0,7642	
Adjusted R-squared			0.163585		
F-statistic			9.752115		
Prob(F-statistic)			0.00000		

Sumber: Diolah menggunakan Eviews 10

Analisis Koefisien Determinasi

Analisis Adjusted R-Squared menghasilkan nilai sebesar 0,163585 berdasarkan Tabel 5. Corporate Social Responsibility (X1), Green Accounting (X2), dan Ukuran Perusahaan (C) dilaporkan mempunyai pengaruh secara simultan sebesar 16,36% terhadap Nilai Perusahaan (Y), dan sisanya sebesar 83,64% dipengaruhi oleh faktor lain.

Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji F)

Berdasarkan Tabel 5 terlihat bahwa seluruh variabel independen antara lain tanggung jawab sosial perusahaan (X1), *green accounting* (X2), dan ukuran perusahaan (C) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel nilai perusahaan (Y). Nilai *Prob.* (F-statistik) yaitu 0,00000 < 0,05 mendukung kesimpulan tersebut.

KESIMPULAN

Diperoleh 58 perusahaan pada tahun 2019, 60 perusahaan pada tahun 2020, dan 62 perusahaan pada tahun 2021. Seluruhnya 180 data diperiksa. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, *Green Accounting* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, Profitabilitas memperkuat pengaruh positif *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan, dan Profitabilitas tidak mampu memperkuat pengaruh positif *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan. Pelaksanaan penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan, antara lain data yang digunakan merupakan data sekunder, sehingga menimbulkan kemungkinan kesalahan dalam memasukkan data dalam bentuk angka, dan beberapa pelaku usaha memilih untuk tidak mengungkapkan kegiatan terkait *Corporate Social Responsibility* mereka dalam laporan keberlanjutan. Sehingga, peneliti memiliki saran yang dapat menjadi masukan untuk melakukan perbaikan selanjutnya, yaitu menggunakan pengukuran yang lain seperti menggunakan *GRI Standards* untuk mengukur variable *Corporate Social Responsibility*, *PROPER* untuk pengukuran *green accounting*, dan *ROE* untuk pengukuran profitabilitas, peneliti selanjutnya dapat juga mengganti sampel penelitian dengan perusahaan yang bergerak dibidang industri barang konsumsi, pertanian, dll.

DAFTAR PUSTAKA

- Angraini, B. A. B. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1823-1830.
- Atmikasari, D., Indarti, I., & Aditya, E. M. (2020). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Deviden sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Aset*, 22(1), 25-34.
- Daromes, F. E., & Kawilarang, M. S. (2020). Peran Mediasi Pengungkapan Lingkungan Pada Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 14(1), 77-101.
- Dewi, P. P., & Narayana, I. P. E. (2020). Implementasi Green Accounting, Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(12), 3252-3262.
- Dewi, P. P., & Wardani, I. D. S. (2022). Green Accounting, Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(5), 1117-1128.
- Gustinya, D. (2022). Pengaruh Penerapan Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Peserta Proper Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis Krisnadwipayana*, 9(2), 759-770.
- Hapsoro, D., & Adyaksana, R. I. (2020). Apakah Pengungkapan Informasi Lingkungan Memoderasi Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Biaya Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan?. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 41-52.
- Masruroh, A., & Makaryanawati, M. (2020). Pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek. *Jurnal Akuntansi Aktual*, 7(1), 67-80.
- Melawati, H. G., & Rahmawati, M. I. (2022). Pengaruh Green Accounting Dan Pengungkapan Csr Terhadap Nilai Perusahaan: Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(6).
- Nurmayanti., & Lovita, E. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Kontrol Pada Perusahaan Real Estate Dan Property Di Bei Periode 2016–2018.

- Oktariko, B., & Amanah, L. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 7(9).
- Rahmantari, N. L. L. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Ganec Swara*, 15(1), 813-823.
- Rusmana, O., & Purnaman, S. M. N. (2020). Pengaruh pengungkapan emisi karbon dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, 22(1), 42-52.
- Sapulette, S. G., & Limba, F. B. (2021). Pengaruh Penerapan Green Accounting dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020. *Kupna Jurnal: Kumpulan Artikel Akuntansi*, 2(1), 31-43.
- UY, W. S., & Hendrawati, E. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan. *Liability*, 2(2), 87-108.
- Yanti, I. G. A. D. N., & Darmayanti, N. P. A. (2019). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur modal, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman (Doctoral dissertation, Udayana University).

