



PENGARUH GREEN ACCOUNTING, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI KASUS PERUSAHAAN SEKTOR MANUFAKTUR SUB SEKTOR MAKANAN & MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE (2022 – 2024))

Elis Rahmawati^{a*}, Soemaryono^b,

^a Fakultas Ekonomi dan Bisnis/ Akuntansi; elisrhmwati@gmail.com, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya; Dukuh Kupang XXV No. 54, Kelurahan Dukuh Kupang, Kecamatan Dukuhpakis, Kota Surabaya, Jawa Timur

^b Fakultas Ekonomi dan Bisnis/ Akuntansi; maryonofeuwks@gmail.com, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya; Dukuh Kupang XXV No. 54, Kelurahan Dukuh Kupang, Kecamatan Dukuhpakis, Kota Surabaya, Jawa Timur

* Penulis Korespondensi: Elis Rahmawati

ABSTRACT

This study analyzes the effect of green accounting, Corporate Social Responsibility (CSR), and financial performance on firm value in food and beverage manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2022–2024. This study employed a quantitative approach using secondary data obtained from annual reports, sustainability reports, and PROPER data. The sampling technique used was purposive sampling, resulting in 49 companies with a total of 147 observations. Data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 23. The results indicate that green accounting has a negative and significant effect on firm value, CSR has no effect on firm value, while financial performance has a positive and significant effect on firm value. Simultaneously, green accounting, CSR, and financial performance have a significant effect on firm value.

Keywords: green accounting, Corporate Social Responsibility (CSR), financial performance, firm value, Price to Book Value (PBV).

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh green accounting, Corporate Social Responsibility (CSR), dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022–2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari annual report, sustainability report, dan data PROPER. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, sehingga diperoleh 49 perusahaan dengan total 147 observasi. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa green accounting berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, green accounting, CSR, dan kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: green accounting, Corporate Social Responsibility (CSR), kinerja keuangan, nilai perusahaan, Price to Book Value (PBV).

1. PENDAHULUAN

Perubahan iklim dan kerusakan lingkungan telah menjadi isu global yang semakin mendapat perhatian karena memberikan dampak signifikan terhadap kehidupan masyarakat dan keberlanjutan dunia usaha. Di Indonesia, permasalahan lingkungan masih menjadi tantangan serius, salah satunya disebabkan oleh aktivitas perusahaan yang lebih berorientasi pada pencapaian keuntungan tanpa mempertimbangkan dampak terhadap lingkungan [25]. Kondisi tersebut dapat mempengaruhi persepsi investor dan menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Kepercayaan investor yang menurun akan tercermin pada fluktuasi harga saham yang pada akhirnya berdampak pada penurunan nilai perusahaan. Padahal, nilai perusahaan merupakan indikator penting yang menggambarkan persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa depan serta menjadi cerminan tingkat kesejahteraan pemegang saham [2].

Dalam menghadapi permasalahan lingkungan, perusahaan dituntut untuk tidak hanya berfokus pada pencapaian laba, tetapi juga memperhatikan aspek keberlanjutan lingkungan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melalui penerapan green accounting atau akuntansi hijau. Green accounting merupakan sistem akuntansi yang mempertimbangkan dan menghitung biaya yang berkaitan dengan upaya pencegahan maupun dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas operasional perusahaan (Hamidi, 2019). Penerapan green accounting memungkinkan perusahaan untuk mengukur dan melaporkan dampak lingkungannya secara lebih transparan dan akuntabel kepada para pemangku kepentingan [7]. Selain itu, perusahaan yang menerapkan green accounting berpotensi meningkatkan reputasi, efisiensi operasional, dan nilai perusahaan karena dinilai memiliki komitmen terhadap keberlanjutan (Putra et al., 2022).

Selain penerapan green accounting, Corporate Social Responsibility (CSR) juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan nilai perusahaan. CSR merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat yang diwujudkan melalui berbagai program yang memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingan (Apriani, 2019). Penerapan CSR tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kewajiban moral perusahaan, tetapi juga dapat membangun hubungan yang harmonis antara perusahaan, masyarakat, dan lingkungan sekitarnya [17]. Reputasi positif yang diperoleh dari implementasi CSR dapat meningkatkan minat investor untuk menanamkan modalnya, sehingga memberikan dampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Di samping faktor lingkungan dan sosial, kinerja keuangan juga menjadi aspek yang tidak dapat dipisahkan dari nilai perusahaan. Kinerja keuangan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan. Salah satu indikator yang umum digunakan untuk mengukur kinerja keuangan adalah Return on Assets (ROA), yaitu rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui pemanfaatan total aset yang dimiliki (Mardiono, 2019). Semakin tinggi nilai ROA, maka semakin baik kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan [26].

Meskipun berbagai penelitian menunjukkan bahwa green accounting, Corporate Social Responsibility, dan kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan [1]; [9], hasil penelitian lainnya menunjukkan adanya inkonsistensi. Penelitian [14] serta [19] menemukan bahwa green accounting tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian [17] menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan, tetapi green accounting tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Adanya perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan masih terdapat research gap yang perlu dikaji lebih lanjut. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh green accounting, Corporate Social Responsibility, dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Stakeholder

Teori stakeholder (Stakeholder Theory) pertama kali diperkenalkan oleh R. Edward Freeman pada tahun 1984 dan menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan pemegang saham, tetapi juga bertanggung jawab terhadap seluruh pihak yang berkepentingan, seperti pemerintah, investor, kreditur, karyawan, pemasok, konsumen, masyarakat, dan lingkungan (Saputri et al., 2024; [29]). Teori ini menekankan pentingnya perusahaan membangun hubungan yang harmonis dengan para pemangku kepentingan melalui penciptaan nilai yang berkelanjutan. Dalam konteks penelitian ini, penerapan green accounting dan Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, sedangkan kinerja keuangan yang baik menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kepentingan para stakeholder. Pemenuhan tanggung jawab tersebut dapat meningkatkan kepercayaan dan dukungan stakeholder, sehingga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan dalam jangka panjang (Agustina, 2023).

2.2. Teori Legitimasi

Teori legitimasi (Legitimacy Theory) menjelaskan bahwa perusahaan harus menjalankan aktivitasnya sesuai dengan norma, nilai, dan harapan masyarakat agar memperoleh dukungan dan pengakuan dari publik [3], [8]. Keberlangsungan perusahaan sangat bergantung pada legitimasi yang diberikan oleh masyarakat karena

terdapat hubungan timbal balik antara perusahaan dan lingkungan sosial tempat perusahaan beroperasi (Kinasih et al., 2021). Oleh karena itu, perusahaan perlu menunjukkan komitmennya terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan melalui pelaporan yang berkelanjutan, penerapan green accounting, dan pelaksanaan CSR. Apabila perusahaan gagal memenuhi ekspektasi masyarakat, maka akan terjadi legitimacy gap, yaitu kesenjangan antara harapan masyarakat dan tindakan perusahaan yang dapat mengakibatkan penurunan reputasi, hilangnya kepercayaan stakeholder, dan berkurangnya dukungan publik [13]; [11].

2.3. Teori Sinyal

Teori sinyal (Signaling Theory) menjelaskan bahwa perusahaan memberikan informasi kepada pihak eksternal, khususnya investor, sebagai sinyal mengenai kondisi dan prospek perusahaan di masa depan [12]. Informasi yang disampaikan melalui laporan keuangan dan pengungkapan non keuangan membantu investor mengurangi asimetri informasi dan menjadi dasar dalam pengambilan keputusan investasi [15]. Dalam penelitian ini, penerapan green accounting dan Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dipandang sebagai sinyal positif yang menunjukkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial, sedangkan kinerja keuangan yang baik mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya secara efektif. Sinyal positif tersebut dapat meningkatkan kepercayaan investor, memperkuat citra perusahaan, dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan (Afiyah et al., 2023; [23]).

2.4 Green Accounting

Green Accounting atau akuntansi lingkungan merupakan pendekatan akuntansi yang mencatat dan menganalisis pengeluaran serta dampak aktivitas perusahaan terhadap lingkungan [16]. Green accounting mencakup proses pengakuan, pengukuran, pencatatan, pelaporan, dan pengungkapan informasi terkait transaksi, peristiwa, serta dampak ekonomi dan lingkungan perusahaan bagi masyarakat dan ekosistem [27]. Konsep ini juga dipahami sebagai akuntansi yang mengungkapkan biaya lingkungan akibat aktivitas operasional perusahaan. Penerapan green accounting bertujuan mengurangi penggunaan sumber daya alam, meminimalkan risiko kesehatan, serta meningkatkan daya saing perusahaan melalui praktik bisnis yang ramah lingkungan, seperti pengelolaan limbah dan investasi teknologi berkelanjutan. Selain meningkatkan transparansi laporan keuangan dan kepercayaan pemangku kepentingan, green accounting juga mendorong kolaborasi antara perusahaan, pemerintah, dan masyarakat dalam mencapai pembangunan berkelanjutan [6]. Dengan demikian, green accounting tidak hanya mengevaluasi kinerja lingkungan, tetapi juga mendukung perbaikan praktik bisnis jangka panjang.

2.5 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan yang memberikan manfaat bagi organisasi, komunitas, dan pemerintah. Implementasi CSR dapat meningkatkan reputasi perusahaan, produktivitas karyawan, serta kualitas hidup masyarakat sekitar. Perusahaan dituntut untuk bertindak bertanggung jawab terhadap lingkungan dan komunitas tempat mereka beroperasi guna mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan [13]; [18]. CSR diwujudkan melalui pelaporan keberlanjutan yang mengungkap kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan sebagai bentuk akuntabilitas dalam pembangunan berkelanjutan (Muhlis & Gultom, 2021). Laporan keberlanjutan berperan sebagai dokumen strategis yang mencerminkan komitmen jangka panjang perusahaan terhadap keberlanjutan.

2.6 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya keuangan untuk mencapai tujuan dan menghasilkan laba. PSAK No. 1 menyatakan bahwa laporan keuangan menyediakan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja, dan arus kas untuk membantu pengambilan keputusan ekonomi. Kepatuhan terhadap norma dan perhatian terhadap pemangku kepentingan, sebagaimana dijelaskan dalam teori legitimasi, dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Profitabilitas merupakan indikator utama kinerja keuangan yang menggambarkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba melalui pemanfaatan aset, ekuitas, dan penjualan [11]. Profitabilitas yang tinggi, khususnya melalui rasio Return on Assets (ROA), menunjukkan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba dan meningkatkan daya tarik investor [10]; [14]. Selain profitabilitas, likuiditas mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendek, sedangkan solvabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan melunasi seluruh kewajiban baik jangka pendek maupun jangka panjang.

2.7 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap keberhasilan perusahaan yang umumnya dikaitkan dengan harga saham [18]. Nilai perusahaan tidak hanya mencakup aset fisik, tetapi juga aset tidak berwujud seperti merek dan loyalitas pelanggan. Perusahaan dengan kinerja yang baik cenderung memiliki nilai yang tinggi. Nilai perusahaan sering diukur menggunakan Price to Book Value (PBV), di mana PBV yang tinggi menunjukkan kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan di masa depan [4]. Nilai perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kinerja keuangan, Corporate Social Responsibility (CSR), dan Green Accounting, sehingga penting untuk menganalisis keterkaitan faktor-faktor tersebut terhadap peningkatan nilai perusahaan.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan tujuan menguji hubungan sebab akibat antara variabel independen, yaitu green accounting, Corporate Social Responsibility (CSR), dan kinerja keuangan terhadap variabel dependen, yaitu nilai perusahaan. Pendekatan kuantitatif dipilih karena berfokus pada pengolahan data numerik dan pengujian hipotesis melalui analisis statistik [22]. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022–2024. Pemilihan sektor tersebut didasarkan pada karakteristik industri yang memiliki dampak lingkungan cukup signifikan sehingga relevan untuk mengkaji penerapan green accounting dan CSR. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria perusahaan yang terdaftar di BEI, mengikuti Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) secara konsisten, serta menerbitkan laporan keuangan dan laporan keberlanjutan selama periode penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh 49 perusahaan dengan total observasi sebanyak 147 sampel.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh melalui laporan tahunan, laporan keberlanjutan, dan data PROPER yang diakses melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id), website masing-masing perusahaan, serta situs Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (<https://proper.menlhk.go.id>). Pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi melalui teknik observasi dan penelusuran dokumen yang relevan. Variabel green accounting diukur menggunakan peringkat PROPER, variabel CSR diukur dengan Corporate Social Responsibility Index (CSRI) berdasarkan indikator Global Reporting Initiative (GRI), kinerja keuangan diukur menggunakan Return on Assets (ROA), dan nilai perusahaan diukur menggunakan Price to Book Value (PBV). Analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS 23 melalui uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi, serta pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji F, dan uji t pada tingkat signifikansi 5%.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

4.1.1 Gambaran Objek Penelitian

Penelitian ini mengambil objek berupa perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode pengamatan tahun 2022–2024 serta termasuk dalam Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) yang dikelola oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia. Penentuan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling berdasarkan kriteria perusahaan yang secara konsisten menerbitkan laporan keuangan tahunan (annual report) dan laporan keberlanjutan (sustainability report) selama periode penelitian. Dari populasi awal sebanyak 68 perusahaan, sebanyak 49 perusahaan memenuhi kriteria penelitian sehingga diperoleh total 147 unit observasi yang digunakan dalam pengujian pengaruh Green Accounting, Corporate Social Responsibility (CSR), dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan. Rincian nama emiten serta data pendukung disajikan secara lengkap pada bagian lampiran.

4.2 Statistik Deskriptif

Selaras dengan penetapan objek penelitian, populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode pengamatan tahun 2022–2024. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh melalui dokumentasi laporan tahunan (annual report) dan laporan keberlanjutan (sustainability report) yang diakses dari laman resmi BEI, situs resmi masing-masing emiten, serta publikasi peringkat PROPER yang dikeluarkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia. Berdasarkan data yang

tersedia, terdapat 68 perusahaan yang termasuk dalam populasi penelitian. Setelah dilakukan seleksi menggunakan metode purposive sampling sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan, diperoleh 49 perusahaan yang memenuhi syarat sebagai sampel penelitian. Dengan periode pengamatan selama tiga tahun, jumlah observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 147 data.

Analisis statistik deskriptif dilakukan terhadap 147 unit observasi yang mencakup variabel Green Accounting yang diukur menggunakan skor PROPER, Corporate Social Responsibility (CSR) yang diprosikan melalui indeks CSRI, Kinerja Keuangan yang diukur dengan Return on Assets (ROA), serta Nilai Perusahaan yang diprosikan dengan Price to Book Value (PBV). Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Green Accounting memiliki nilai rata-rata sebesar 3,1641 dengan standar deviasi yang relatif rendah, yang mengindikasikan bahwa penerapan praktik lingkungan pada perusahaan sampel tergolong cukup baik dan relatif homogen. Variabel CSR memiliki nilai rata-rata sebesar 0,6369 dengan sebaran data yang cenderung stabil. Variabel ROA menunjukkan tingkat variasi yang cukup tinggi antarperusahaan dengan nilai rata-rata 0,06284, serta nilai minimum negatif yang mengindikasikan adanya perusahaan yang mengalami kerugian selama periode penelitian. Sementara itu, variabel PBV memiliki nilai rata-rata sebesar 1,7614 dengan rentang nilai yang beragam namun masih berada dalam batas wajar.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,135

Hasil pengujian menunjukkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,135 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, residual pada model regresi dinyatakan berdistribusi normal sehingga asumsi normalitas telah terpenuhi.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi adanya hubungan linear antarvariabel independen dalam model regresi. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), dengan ketentuan tolerance > 0,1 dan VIF < 10.

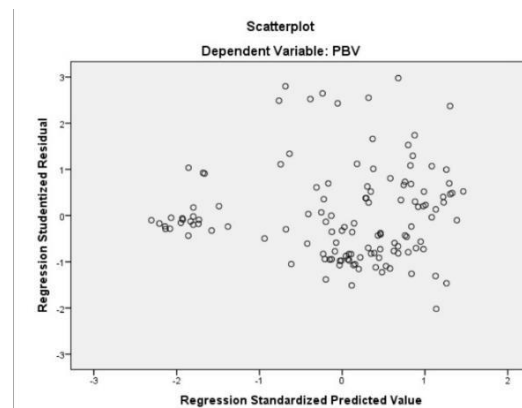
Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1	GREEN	.578
	ACC	1.731
	CSR	1.819
	ROA	1.099

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Green Accounting memiliki nilai tolerance 0,578 dan VIF 1,731, variabel CSR memiliki nilai tolerance 0,550 dan VIF 1,819, serta variabel ROA memiliki nilai tolerance 0,910 dan VIF 1,099. Seluruh variabel memenuhi kriteria yang ditetapkan, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah multikolinearitas.

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians residual antarobservasi dalam model regresi. Pengujian dilakukan menggunakan grafik scatterplot.



Gambar 1. Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengamatan menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar secara acak di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan, sehingga model regresi terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

4.3.4 Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah kondisi dalam model regresi di mana ada korelasi antara residu pada periode waktu t dengan residu pada periode sebelumnya ($t-1$). Jika tidak ada autokorelasi. Model regresi tersebut dapat dianggap baik. Uji Durbin Watson (DW). Autokorelasi terjadi karena observasi yang berurutan sepanjang waktu dan berkaitan satu sama lainnya. Uji ini menggunakan metode Durbin Watson (DW). Dasar penentuan ada atau tidaknya kasus autokorelasi didasari oleh kaidah sebagai berikut [5].

1. Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
2. Angka D-W di atas -2 sampai +2, berarti dikatakan tidak ada autokorelasi.
3. Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.397 ^a	.158	.137	1,243812243	.883

Berdasarkan hasil Model Summary, diperoleh nilai DW sebesar 0,883. Karena nilai DW tersebut berada di dalam rentang antara -2 sampai +2 ($-2 \leq 0,883 \leq +2$), menurut Nachrowi dan Usman dan penelitian oleh Chairani et al., (2023), maka model regresi ini dinyatakan tidak memiliki masalah autokorelasi, baik autokorelasi positif maupun negatif.

4.3.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Regresi Linear

MODEL	B	Sig
Constant	5.468	.000
Green acc	-1.408	.000
CRS	.808	.373
ROA	3.705	.037

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh Green Accounting (X1), Corporate Social Responsibility (X2), dan Kinerja Keuangan (X3) terhadap Nilai Perusahaan (Y). Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 23, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5,468 - 1,408X_1 + 0,808X_2 + 3,705X_3$$

Nilai konstanta sebesar 5,468 menunjukkan bahwa apabila variabel Green Accounting, CSR, dan ROA bernilai konstan atau tidak mengalami perubahan, maka nilai Price to Book Value (PBV) sebagai proksi Nilai Perusahaan berada pada angka 5,468. Koefisien regresi Green Accounting bernilai negatif sebesar -1,408,

yang mengindikasikan bahwa peningkatan penerapan Green Accounting akan diikuti oleh penurunan nilai perusahaan dengan asumsi variabel lain tetap. Variabel CSR memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,808, yang menunjukkan bahwa peningkatan pengungkapan CSR cenderung meningkatkan nilai perusahaan, meskipun pengaruhnya tidak signifikan. Sementara itu, variabel ROA memiliki koefisien regresi positif sebesar 3,705, yang menandakan bahwa peningkatan kinerja keuangan berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

4.4 Uji Hipotesis

4.4.1 Hasil uji F

Tabel 5. Hasil uji f

MODEL	F	Sig
Regression	7.748	.000 ^b
Residual		
Total		

Uji simultan (uji F) dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel Green Accounting, Corporate Social Responsibility (CSR), dan Kinerja Keuangan (ROA) secara bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan yang diprosikan dengan Price to Book Value (PBV). Berdasarkan hasil uji ANOVA pada Tabel 4.7, diperoleh nilai Fhitung sebesar 7,748 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, sehingga hipotesis diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Green Accounting, CSR, dan ROA secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

4.5 Hasil uji T

4.5.1 Tabel 6. Hasil Uji t

MODEL	t	Sig
Constant	5.529	.000
Green acc	-3.603	.000
CRS	.895	.373
ROA	2.109	.037

Uji parsial (uji t) bertujuan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dengan tingkat signifikansi 5% dan nilai tabel sebesar 1,97928. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Green Accounting memiliki nilai thitung sebesar -3,603 dengan nilai signifikansi 0,000, sehingga dapat disimpulkan bahwa Green Accounting berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Variabel CSR memiliki nilai thitung sebesar 0,895 dengan nilai signifikansi 0,373, yang menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sementara itu, variabel Kinerja Keuangan (ROA) memiliki nilai thitung sebesar 2,109 dengan nilai signifikansi 0,037, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kinerja Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Koefisien Determinasi

MODEL	R-Square
1	0.158

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai R-Square sebesar 0,158. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Green Accounting, CSR, dan Kinerja Keuangan secara bersama-sama mampu menjelaskan sebesar 15,8% variasi Nilai Perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 84,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Green Accounting terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t), variabel Green Accounting (X1) terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV), namun dengan arah hubungan negatif. Hal ini tercermin dari nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berada jauh di bawah taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, serta nilai |thitung| sebesar 3,603 yang lebih besar dibandingkan nilai tabel sebesar 1,97928. Koefisien regresi yang bernilai -1,408 menunjukkan bahwa setiap peningkatan penerapan Green Accounting justru diikuti oleh penurunan nilai perusahaan pada periode dan sampel penelitian ini. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa implementasi Green Accounting masih dipersepsikan secara ambivalen oleh pelaku pasar, khususnya

Pengaruh Green Accounting, Corporate Sosial Responsibility, Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Sektor Manufaktur Sun Sektor Makanan & Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode (2022 – 2024)(Elis Rahmawati)

investor jangka pendek. Biaya lingkungan yang timbul akibat aktivitas pengelolaan limbah, konservasi sumber daya, serta investasi teknologi ramah lingkungan sering kali dipandang sebagai beban operasional tambahan yang berpotensi menekan laba berjalan perusahaan. Akibatnya, meskipun secara normatif praktik ini mencerminkan kepedulian perusahaan terhadap keberlanjutan, pasar belum sepenuhnya meresponsnya sebagai faktor peningkat nilai perusahaan dalam jangka pendek.

Ditinjau dari teori sinyal (*signaling theory*), pengungkapan praktik Green Accounting seharusnya berfungsi sebagai sinyal positif yang dikirimkan manajemen kepada investor untuk menunjukkan komitmen perusahaan terhadap tata kelola berkelanjutan dan tanggung jawab lingkungan. Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian [28] yang menyatakan bahwa Green Accounting berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena mampu meningkatkan citra dan kepercayaan investor jangka panjang. Namun demikian, arah koefisien negatif yang muncul dalam penelitian ini juga mendukung pandangan [14] serta [21], yang mengungkapkan bahwa dalam jangka pendek, pengeluaran biaya lingkungan sering kali dipersepsikan pasar sebagai sinyal penurunan efisiensi laba. Perbedaan respons pasar ini menegaskan bahwa efektivitas sinyal Green Accounting sangat bergantung pada kedalaman pengungkapan, konsistensi implementasi, serta tingkat literasi investor dalam menilai investasi lingkungan sebagai sumber nilai tambah jangka panjang, bukan sekadar pengurang laba.

Dari perspektif teori legitimasi (*legitimacy theory*), perusahaan berupaya memperoleh pengakuan sosial dengan menyesuaikan aktivitas operasionalnya terhadap nilai dan norma yang berlaku di masyarakat. Penerapan Green Accounting menjadi sarana penting untuk menunjukkan kepatuhan perusahaan terhadap tuntutan keberlanjutan lingkungan. Temuan ini kembali mendukung hasil penelitian [28] yang menyatakan bahwa praktik akuntansi lingkungan dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui legitimasi sosial yang diperoleh. Namun, koefisien negatif yang ditemukan juga menunjukkan bahwa legitimasi tersebut tidak bersifat instan, sebagaimana dikemukakan oleh [14] dan [21].

Hal ini mengindikasikan bahwa legitimasi sosial merupakan proses dinamis yang sangat dipengaruhi oleh transparansi informasi, konsistensi kebijakan lingkungan, serta persepsi investor terhadap motif perusahaan apakah dipandang sebagai komitmen keberlanjutan yang autentik atau sekadar beban operasional tambahan. Selanjutnya, berdasarkan teori stakeholder (*stakeholder theory*), perusahaan dituntut untuk tidak hanya berorientasi pada kepentingan pemegang saham, tetapi juga memperhatikan kepentingan seluruh pemangku kepentingan, termasuk masyarakat dan lingkungan. Dalam konteks ini, Green Accounting berperan sebagai instrumen akuntabilitas perusahaan dalam mengelola dampak ekologis. Hasil penelitian ini tetap sejalan dengan temuan [28], namun juga memperkuat argumen [14] serta [21]) bahwa pemenuhan ekspektasi stakeholder melalui akuntansi lingkungan belum tentu langsung tercermin dalam peningkatan nilai pasar perusahaan. Oleh karena itu, keberhasilan Green Accounting dalam meningkatkan nilai perusahaan sangat ditentukan oleh bagaimana stakeholder khususnya investor memaknai biaya lingkungan sebagai investasi jangka panjang.

4.6.2 Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t (parsial), variabel Corporate Social Responsibility (CSR) menunjukkan koefisien regresi bernilai positif, dengan nilai thitung sebesar 0,895 dan tingkat signifikansi sebesar 0,373. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari $\alpha = 0,05$, sehingga secara statistik CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada sampel penelitian ini. Meskipun demikian, arah hubungan positif mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas dan transparansi pengungkapan CSR cenderung diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan, meskipun pengaruh tersebut belum cukup kuat secara statistik.

Secara konseptual, CSR tetap dipandang sebagai instrumen strategis dalam membangun reputasi, legitimasi, dan kepercayaan publik terhadap perusahaan. Aktivitas CSR yang berkelanjutan mampu mempererat hubungan perusahaan dengan stakeholder, termasuk masyarakat, pemerintah, dan investor, sehingga menciptakan iklim usaha yang lebih kondusif bagi keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang.

Dalam kerangka teori sinyal (*signaling theory*), pengungkapan CSR merupakan sinyal positif yang bertujuan mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan investor. Temuan ini sejalan dengan penelitian Anggraini (2024) serta [2] yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, tidak signifikannya pengaruh CSR dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pasar belum sepenuhnya menginternalisasi informasi CSR sebagai dasar utama pengambilan keputusan investasi. Ditinjau dari teori legitimasi, CSR berfungsi sebagai sarana perusahaan untuk memperoleh pengakuan sosial. Hasil empiris yang tidak signifikan ini menegaskan bahwa legitimasi sosial melalui CSR tidak bersifat otomatis,

melainkan sangat dipengaruhi oleh kualitas implementasi, kedalaman pengungkapan, serta persepsi investor terhadap motif perusahaan.

Berdasarkan teori stakeholder, CSR berperan penting dalam menjaga keseimbangan kepentingan seluruh pemangku kepentingan. Meskipun dalam penelitian ini pengaruh CSR belum signifikan secara statistik, temuan ini tidak meniadakan peran strategis CSR dalam membangun nilai perusahaan dalam jangka panjang, sebagaimana ditegaskan oleh [1].

4.6.3 Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji t menunjukkan bahwa kinerja keuangan (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Hal ini dibuktikan oleh nilai signifikansi sebesar 0,037 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, serta nilai t hitung sebesar 2,109 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,97928. Koefisien regresi positif sebesar 3,705 mengindikasikan bahwa peningkatan ROA akan diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan.

Temuan ini menegaskan bahwa profitabilitas merupakan indikator utama yang diperhatikan investor dalam menilai kinerja dan prospek perusahaan. Perusahaan dengan ROA tinggi dinilai mampu mengelola aset secara efisien dan menghasilkan laba yang berkelanjutan, sehingga lebih menarik bagi investor.

Dalam perspektif teori sinyal, kinerja keuangan yang baik merupakan sinyal kuat mengenai kesehatan fundamental perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan [24] serta [14] yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Dari sudut pandang teori legitimasi, kinerja keuangan yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya ekonomi secara bertanggung jawab, sehingga memperoleh legitimasi dari investor. Sementara itu, berdasarkan teori stakeholder, ROA yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai ekonomi bagi seluruh pemangku kepentingan. Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian yang menyatakan bahwa perusahaan dengan kinerja keuangan yang sehat cenderung memiliki nilai pasar yang lebih tinggi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Green Accounting berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam jangka pendek, pengeluaran biaya lingkungan masih dipersepsikan sebagai beban yang dapat menurunkan laba, sehingga praktik akuntansi berkelanjutan tersebut belum sepenuhnya mampu meningkatkan nilai perusahaan dari sudut pandang investor. Selanjutnya, Corporate Social Responsibility (CSR) tidak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan, yang mengindikasikan bahwa tingkat pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial belum menjadi pertimbangan utama investor dalam menilai harga pasar perusahaan, karena dampaknya dianggap belum bersifat langsung terhadap pergerakan saham. Sementara itu, kinerja keuangan yang diprosikan melalui Return on Assets (ROA) terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, yang menegaskan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan mengelola aset secara efisien menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya variabel yang digunakan masih terbatas pada Green Accounting, CSR, dan kinerja keuangan, objek penelitian hanya difokuskan pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman, serta periode pengamatan yang relatif singkat yaitu selama tiga tahun (2022–2024). Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian ke sektor industri lain, menambahkan variabel-variabel lain yang berpotensi memengaruhi nilai perusahaan, serta memperpanjang periode pengamatan agar dapat menghasilkan temuan yang lebih komprehensif dan memiliki daya generalisasi yang lebih kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Afifah, N., Astuti, S. W. W., & Irawan, D. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 5(3). <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4644>

- [2] Aryani, D. N., & Fauzi, R. (2023). Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Leverage Pada Perusahaan Pertambangan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 572–586. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.988>
- [3] Badjuri, A., Jaeni, J., & Kartika, A. (2021). Peran Corporate Social Responsibility Sebagai Pemoderasi Dalam Memprediksi Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Di Indonesia: Kajian Teori Legitimasi. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 28(1), 1–19. <https://doi.org/10.35315/jbe.v28i1.8534>
- [4] Cahyadi, J. K., & Ruslim, H. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(2), 381–390.
- [5] Chairani, Z., Marliyah, & Syarvina, W. (2023). Pengaruh Harga CPO Dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Harga Minyak Goreng Di Pasar Tradisional Kota Medan. *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)*, 3(2), 566–578.
- [6] Damayanti, A., & Astuti, S. B. (2022). Pengaruh Green Accounting Terhadap Kinerja Perusahaan. *Relevan: Jurnal Riset Akuntansi*, 2(2), 116–125.
- [7] Ekawati, A. S. (2021). Pengaruh Penerapan Green Accounting Melalui Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Media Akuntansi Dan Perpajakan Indonesia*, 5(1).
- [8] Emalia, D., & Shauki, E. R. (2023). Analisa Krisis Legitimasi dan Pembangunan Berkelanjutan PT Pelindo Bengkulu akibat Konflik Lahan dengan Masyarakat. *Owner*, 7(2), 1612–1623. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1399>
- [9] Erlangga, C. M., Fauzi, A., & Sumiati, A. (2021). Penerapan Green Accounting Dan Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas. *Akuntabilitas*, 14(1), 61–78.
- [10] Fina, F., Maulidia, R., & Mustika, I. G. (2024). The effect of green accounting, carbon emission disclosure and profitability on company value. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 12(5), 685–694.
- [11] Gunawan, H., & Mulyani, S. D. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Variabel Moderasi Profitabilitas. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3523–3532
- [12] Hariadi, S., & Nurwanda, R. M. (2024). Pengaruh Carbon Emission Disclosure (CED), Corporate Social Responsibility (CSR), Dan Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 13(2), 714. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1053>
- [13] Kholmi, M., & Nafiza, S. A. (2022). Pengaruh Penerapan Green Accounting dan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2019). *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 143–155. <https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.12998>
- [14] Kumala, N., & Priantilianingiasari, R. (2024). Pengaruh Green Accounting, CSR dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2022. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 776–795.
- [15] Maulida, M. N., Yousida, I., & Lestari, T. (2022). Analisis Pengelolaan Keuangan Program Pemberdayaan Ekonomi Keluarga Bkkbn Porvinsi Kalimantan Selatan. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 133–140.
- [16] Meiriani, I. R., Dunakhir, S., & Samsinar, S. (2022). Pengaruh Penerapan Green Accounting Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *Artikel Mahasiswa*.
- [17] 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), 1–25.
- [18] Oktiara, K., & Effriyanti, E. (2024). Pengaruh Green Accounting, Corporate Social Responsibility (CSR), dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Energi di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018–2022). *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(2), 1125–1136.
- [19] 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 Akuntansi: Kumpulan Artikel Akuntansi*, 2(1).
- [20] Saputro, M. H., & Mujiyati, M. (2023). Pengaruh Penerapan Corporate Social
- [21] Silalahi, A. S., Susanti, M., & Hutapea, J. Y. (2025). Pengaruh Green Accounting Dan Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Sektor Manufaktur Sub Sektor Makanan & Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2023). *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance*, 3(1), 93–110.

- [22] Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan* (27 ed.). ALFABETA.
- [23] Thoriq, I. G., Murni, Y., & Munira, M. (2024). Pengaruh Green Accounting, Total Asset Turnover, Debt Equity Ratio, dan Kepemilikan Institusional Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Pancasila (JIAP)*, 4(1), 52–60.
- [24] Wahab, A., & Syam, S. (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Corporate Social Responsibility(Csr) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Administrative and Social Science*, 3(2), 67-83
- [25] WALHI. (2021). Tinjauan Lingkungan Hidup 2021: Negara Gagal Atasi Krisis? Eksekutif Nasional Walhi.
- [26] Wijaya, R. (2019). Analisis Perkembangan Return On Assets (ROA) dan Return On Equity (ROE) untuk Mengukur Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 40. <https://doi.org/10.32502/jimn.v9i1.2115>
- [27] Wiranti, B. N. (2023). Analisis Penerapan Green Accounting dan Dampaknya terhadap Laba Usaha. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(3), 943–949.
- [28] Yani, V., & Wijaya, T. (2024, April). Pengaruh Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Energi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2018-2022. In MDP Student Conference (Vol. 3, No. 2, pp. 489-496).
- [29] Zalukhu, R. S., Hutauruk, R. P. S., Hutabarat, M. I., & Andini, N. S. (2022). Pengaruh Penerapan Green Accounting Dan Struktur Modal Terhadap Kinerja Perusahaan. *AKUNTANSI* 45, 3(2), 208–217. <https://doi.org/10.30640/akuntansi45.v3i2.873>