

**Efek Mediasi Profitabilitas pada Pengaruh Penerapan *Green Accounting*
dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai
Perusahaan**

Nabila Sani Fitri Firdhani¹⁾, Zulfikar²⁾
Universitas Muhammadiyah Surakarta^{1,2}
nabilafirdhani@gmail.com¹⁾, zul200@ums.ac.id²⁾

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Green Accounting, Corporate Social Responsibility on Firm Value with Profitability as a mediating variable. This study is a quantitative study using a sample of basic material companies listed on the main board of the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2019-2023. Sampling in this study used the purposive sampling method and obtained 30 research samples. This study uses the PROPER rating obtained by the company, the GRI Index, Return on Equity (ROE), and Tobins'q to measure the variables in the study. The research method used is a quantitative approach method by conducting hypothesis testing. The findings in this study indicate that the implementation of Green Accounting has no significant effect on Profitability or Firm Value. Meanwhile, the disclosure of Corporate Social Responsibility has a positive effect on Profitability and Firm Value. Profitability also has a positive effect on Firm Value. In addition, Profitability does not mediate the relationship between Green Accounting and Firm Value, but successfully mediates the relationship between Corporate Social Responsibility and Firm Value.

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel mediasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan memanfaatkan sampel perusahaan *basic material* yang tercatat dalam papan utama di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan didapatkan sampel sebanyak 30 sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan peringkat PROPER yang diperoleh perusahaan, Indeks GRI, *Return on Equity* (ROE), dan Tobins'q untuk mengukur variabel dalam penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan kuantitatif dengan melakukan uji hipotesis. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan *Green Accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas maupun Nilai Perusahaan. Sedangkan, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan. Profitabilitas juga berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Selain itu, Profitabilitas tidak memediasi hubungan antara *Green Accounting* dan Nilai Perusahaan, namun berhasil memediasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan.

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

PENDAHULUAN

Dunia bisnis saat ini menghadapi persaingan yang ketat baik di pasar domestik maupun internasional. Untuk mempertahankan posisi mereka di pasar, perusahaan harus terus memproduksi dan memenuhi permintaan pasar. Tujuan utama perusahaan adalah mempertahankan dan meningkatkan profitabilitasnya melalui pengelolaan sumber daya keuangan dan non-keuangan yang baik kemudian akan berdampak pada nilai jangka panjang sebuah perusahaan. Tujuan ini sangat penting bagi perusahaan karena dapat meningkatkan kesejahteraan pemegang saham yang merupakan tujuan utama.

Isu profitabilitas perusahaan selalu menarik untuk dibahas; dalam hal ini, Indonesia memberikan latar kontekstual yang menarik karena, sebagai negara berkembang, perusahaan dianggap memiliki volatilitas pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan di negara maju. Misalnya saja, perusahaan pertambangan di Indonesia, PT Indo Tambangraya Megah Tbk (ITMG) mengalami penurunan laba bersih sebesar 58,3% sepanjang 2023, turun dari US\$ 1.2 miliar pada tahun sebelumnya menjadi US\$ 500,33 juta. Salah satu faktor utama yang berkontribusi terhadap penurunan ini adalah kenaikan biaya penambangan, termasuk biaya yang terkait dengan transportasi batu bara, penyewaan peralatan, bahan bakar dan minyak, serta perawatan dan pemeliharaan (Abigail, 2024).

Produksi, pengelolaan limbah, dan penggunaan bahan kimia oleh industri kimia berpotensi membahayakan lingkungan sekitar. Untuk menjaga reputasi dan hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingannya, perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial untuk mengelola dampak ini. Di Indonesia, perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) harus mematuhi regulasi lingkungan dan sosial yang semakin ketat. Peraturan ini mendorong perusahaan untuk mengadopsi praktik penerapan *green accounting* dan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai bagian dari strategi keberlanjutan mereka.

Green accounting mengacu pada praktik akuntansi yang memperhitungkan dampak lingkungan dari aktivitas perusahaan, termasuk biaya lingkungan dan manfaat sosial. penerapan *green accounting* dan pengungkapan *corporate social responsibility* dapat membantu perusahaan mengurangi kerusakan lingkungan dan mendapatkan keunggulan kompetitif melalui praktik produksi ramah lingkungan (Alam & Islam, 2021; Buric et al., 2022).

Green accounting adalah penerapan akuntansi dimana perusahaan juga memasukkan biaya-biaya untuk pelestarian lingkungan yang sering disebut dengan istilah biaya lingkungan dalam beban usaha. Namun dalam kenyataannya, masih banyak terdapat perusahaan yang belum menerapkan metode ini. *Green accounting* merupakan salah satu konsep kontemporer dalam akuntansi yang mendukung Gerakan hijau di perusahaan dengan mengenali, menguantifikasi, mengukur dan menutup kontribusi lingkungan hidup terhadap proses bisnis (Fauzi & Chandra, 2016).

Corporate Social Responsibility atau Program CSR adalah suatu konsep dimana perusahaan bertanggung jawab atas dampak sosial dan lingkungan yang dihasilkan oleh kegiatan bisnisnya seperti masalah polusi, limbah, sampai masalah keamanan. Menurut UU Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 pasal 74, Perseroan yang menjalankan usaha berkaitan dengan sumber daya alam diwajibkan untuk melaksanakan program CSR. Indikator penerapan CSR dapat diketahui melalui pengungkapan pada laporan keberlanjutan perusahaan. Penilaian CSR sebuah perusahaan dapat dibantu dengan GRI (*Global Reporting Initiative*) yang berfokus pada indikator kinerja ekonomi, indikator kinerja lingkungan, dan indikator kinerja sosial. Dengan hubungan yang baik antara perusahaan dan lingkungan sekitar akan memberikan dampak yang positif terhadap *sustainability* perusahaan.

Persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek masa depan perusahaan ditunjukkan oleh nilai perusahaan. Praktik penerapan *green accounting* dan pengungkapan *corporate social responsibility* dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan meningkatkan reputasi perusahaan, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengurangi risiko. Perusahaan yang menerapkan praktik berkelanjutan memiliki kecenderungan untuk meningkatkan profitabilitas, yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Demikian juga halnya dengan profitabilitas yang dianggap penting dalam perkembangan sebuah usaha karena profitabilitas sebagai indikator dalam mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan. Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan dan sebagainya (Khairudin & Wandita, 2017). Profitabilitas merupakan faktor penting dalam menentukan nilai perusahaan. Meskipun bisnis dapat menerapkan praktik keberlanjutan seperti *green accounting* dan *corporate social responsibility*, kinerja keuangan yang baik harus memastikan bahwa mereka berhasil. Profitabilitas yang tinggi dapat menunjukkan efisiensi operasional dan kemampuan bisnis untuk menghasilkan nilai tambah bagi pemegang saham.

Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator utama dalam menjangkau investasi untuk pengembangan perusahaan. Nilai perusahaan adalah nilai pasar saham yang menunjukkan keadaan saat ini atau prospek perusahaan di masa mendatang. Perusahaan yang banyak melakukan investasi akan menciptakan sentimen positif kepada investor sehingga harga saham akan meningkat dan berdampak pada nilai perusahaan (Wijaya & Sedana, 2015).

Nilai saham suatu perusahaan tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya *green accounting* melalui pengungkapan lingkungan, rasio profitabilitas perusahaan serta pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) oleh perusahaan. Penelitian ini dikembangkan melalui penelitian yang dilakukan oleh (Putri et al., 2023) dengan perbedaan sampel pada penelitian sebelumnya menggunakan sampel perusahaan sektor manufaktur pada tahun 2019, sedangkan

penelitian saat ini menggantinya dengan perusahaan Basic Material yang tercatat dalam papan utama di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

Pengembangan Hipotesis

Teori agensi (*agency theory*), menjelaskan bagaimana penerapan *green accounting* dan pengungkapan *corporate social responsibility* dapat mempengaruhi nilai perusahaan melalui profitabilitas. Teori agensi berfokus pada hubungan antara pemilik (prinsipal) dan manajer (agen), serta bagaimana pengungkapan informasi dan kebijakan dapat mempengaruhi kepercayaan dan kinerja finansial perusahaan. (Jensen & Meckling, 1976) menyatakan bahwa hubungan kontrak tercipta ketika satu orang atau lebih mempekerjakan orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen.

Teori sinyal (*signaling theory*), menyoroti bagaimana sinyal keberhasilan dan kegagalan dikomunikasikan kepada perusahaan pemilik. Pentingnya informasi yang diberikan oleh perusahaan kepada pihak eksternal untuk investasi keputusan mendorong perusahaan untuk mengungkapkan lebih luas berbagai informasi kepada pihak eksternal (Brigham & Houston, 2018). (Harmono, 2014) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai kinerja suatu perusahaan, yaitu ditunjukkan dengan pergerakan harga saham yang diakibatkannya dari perilaku penawaran dan permintaan di pasar modal serta penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan.

Teori legitimasi (*legitimacy theory*), berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. *Legitimacy theory* menyatakan bahwa organisasi terus menerus mencoba untuk memastikan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat (Deegan, 2002). Teori legitimasi ini relevan dalam memahami mengapa perusahaan menerapkan *green accounting* dan mengungkapkan *corporate social responsibility*. Teori ini menjelaskan bagaimana perusahaan menggunakan praktik-praktik ini untuk mendapatkan dukungan publik dan legitimasinya, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi profitabilitas dan nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Putri et al., 2023) penerapan *green accounting* memiliki pengaruh signifikan untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Nugroho, 2023) *green accounting* berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Dan juga, (Wangi & Lestari, 2020) menemukan bahwa penerapan akuntansi hijau, yang diukur melalui kinerja lingkungan, meningkatkan profitabilitas perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Penerapan *green accounting* berpengaruh terhadap profitabilitas

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Putri et al., 2023) pengungkapan *corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Dalam sebuah studi oleh (Rosdwianti et al., 2016), ditemukan bahwa CSR mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *Return on Assets (ROA)*. Selain itu, (Wulandari,

2020) menyatakan di dalam penelitiannya bahwa Pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan pada profitabilitas perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh pada profitabilitas

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Putri et al., 2023) profitabilitas berpengaruh dalam meningkatkan nilai perusahaan. Dan penelitian yang dilakukan oleh (Nugroho, 2023) menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Dewi & Narayana, 2020) profitabilitas berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Nugroho, 2023) *green accounting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Lalu berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Wijayanti & Dondan, 2022) *green accounting* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Erlangga et al., 2021) penerapan *green accounting* berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan juga penelitian yang dilakukan oleh (Dewi & Narayana, 2020) penerapan *green accounting* yang berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: Penerapan *green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Wijayanti & Dondan, 2022) *corporate social responsibility* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Erlangga et al., 2021) pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Dewi & Narayana, 2020) pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5: Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Nugroho, 2023) profitabilitas secara tidak langsung dapat memediasi hubungan antara *green accounting* terhadap nilai perusahaan. Di sisi lain, (Yulianty & Nugrahanti, 2020) menemukan bahwa pelaporan keberlanjutan mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan melalui indikator kinerja keuangan likuiditas, profitabilitas, dan Sistem DuPont. Selain itu, kinerja lingkungan yang diukur dengan skala PROPER juga berdampak positif terhadap kinerja keuangan (Khairiyanti et al., 2019). Oleh karena itu, penggunaan PBV dan Tobin's Q sebagai indikator dapat mencerminkan dampak kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H6: Profitabilitas dapat memediasi hubungan antara penerapan *green accounting* terhadap nilai perusahaan

Temuan (Dianawati & Fuadati, 2010) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan, dan praktik *corporate social responsibility* yang lebih baik akan meningkatkan nilai perusahaan. (Suhartini & Megasyara, 2018) berpendapat bahwa profitabilitas dapat berfungsi sebagai variabel perantara dalam hubungan antara pengungkapan *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan, yang menunjukkan bahwa ketika perusahaan mengungkapkan praktik *corporate social responsibility* mereka, profitabilitas mereka meningkat, yang pada akhirnya mengarah pada peningkatan nilai mereka. Berdasarkan temuan ini, hipotesis berikut dirumuskan:

H7: Profitabilitas dapat memediasi hubungan antara pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan melakukan uji hipotesis. Sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dengan melihat laporan tahunan perusahaan Basic Material yang tercatat dalam papan utama di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023. Dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 sampel penelitian. Dalam pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel atas dasar kesesuaian karakteristik sampel dengan kriteria pemilihan sampel yang ditentukan.

(Pantamee, 2019) menyatakan bahwa *green accounting* merupakan suatu proses pengungkapan informasi terkait kinerja lingkungan yang menunjukkan akuntabilitas kegiatan usaha perusahaan. Dalam penelitian ini, perusahaan yang terdaftar ke dalam program PROPER oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan serta mendapatkan peringkat akan digunakan sebagai indikator penerapan *green accounting*.

CSR merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosial di sekitarnya. Dengan adanya reputasi yang baik di lingkungan sosial akan memudahkan kegiatan operasional perusahaan. Dengan kemudahan tersebut diharapkan perusahaan dapat berproduksi secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuannya. Dalam penelitian ini CSR berpedoman pada Standar Pelaporan Keberlanjutan GRI yang akan dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRI : Indeks Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

$\sum X_i$: Variabel *dummy* (1 jika item diungkapkan; 0 jika item tidak diungkapkan)

N : Jumlah total item

Dalam mengukur nilai perusahaan pada penelitian ini akan digunakan Tobins'q. Rasio ini merupakan konsep yang sangat berharga karena menunjukkan perkiraan pasar keuangan saat ini mengenai nilai pengembalian setiap investasi. Rasio Tobins'q dipilih dalam penelitian ini karena mampu mencerminkan aset perusahaan secara komprehensif, mampu mencerminkan sentimen pasar seperti prospek perusahaan, dan dapat mencerminkan modal intelektual perusahaan. Jika nilai Tobins'q perusahaan lebih besar dari satu maka perusahaan tersebut dianggap *overvalued*, sedangkan jika kurang dari satu maka perusahaan tersebut dianggap *undervalued*. Rumus Tobins'q adalah sebagai berikut.

$$\text{Tobins'q} = (\text{MVS} + \text{D}) / \text{TA}$$

Keterangan:

MVS : *Market value of all outstanding shares*

D : *Debt*

TA : *Firm's assets*

Dalam mengukur profitabilitas pada penelitian ini rasio yang akan digunakan adalah rasio *Return on Equity* (ROE). ROE merupakan ukuran hasil yang diperoleh pemegang saham sepanjang tahun. Dihitung dengan cara berikut.

$$\text{ROE} = \text{NI} / \text{TE}$$

Keterangan:

NI : *Net income*

TE : *Total equity*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran dari variabel penelitian dalam bentuk perhitungan statistik seperti *minimum*, *maximum*, *mean*, dan *standard deviation* yang akan ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis Statistik Deskriptif

<i>Variable</i>	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Standard Deviation</i>
<i>Green Accounting</i>	30	3,00	5,00	4,0000	0,694808
CSR	30	0,197	1,000	0,597533	0,243182
Profitabilitas	30	0,865	16,114	7,210033	3,480648
Nilai Perusahaan	30	0,699	2,695	1,406633	0,474780
Valid N (listwise)	30				

Sumber: Data diolah, 2025

Nilai minimum variabel *Green Accounting* dalam penelitian ini adalah 3,00. Sedangkan nilai maksimum variabel *Green Accounting* adalah 5,00. Rata-rata variabel *Green Accounting* dalam penelitian ini adalah 4,0000 dan standar deviasi adalah 0,69481. Pada variabel *Green Accounting* diperoleh nilai Std. Deviation < Mean

(0,69481 < 4,0000), yang mana menunjukkan bahwa sebaran data variabel *Green Accounting* itu kecil dimana sebaran data berada di sekitar rata-ratanya.

Nilai minimum variabel *Corporate Social Responsibility* dalam penelitian ini adalah 0,197. Sedangkan nilai maksimum variabel *Corporate Social Responsibility* adalah 1,000. Rata-rata variabel *Corporate Social Responsibility* dalam penelitian ini adalah 0,59753 dan standar deviasi adalah 0,243182. Pada variabel *Corporate Social Responsibility* diperoleh nilai Std. Deviation < Mean (0,243182 < 0,59753), yang mana menunjukkan bahwa sebaran data variabel *Corporate Social Responsibility* itu kecil dimana sebaran data berada di sekitar rata-ratanya.

Nilai minimum variabel Profitabilitas dalam penelitian ini adalah 0,865. Sedangkan nilai maksimum variabel Profitabilitas adalah 16,114. Rata-rata variabel Profitabilitas dalam penelitian ini adalah 7,21003 dan standar deviasi adalah 3,480648. Pada variabel Profitabilitas diperoleh nilai Std. Deviation < Mean (3,480648 < 7,21003), yang mana menunjukkan bahwa sebaran data variabel Profitabilitas itu kecil dimana sebaran data berada di sekitar rata-ratanya.

Nilai minimum variabel Nilai Perusahaan dalam penelitian ini adalah 0,699. Sedangkan nilai maksimum variabel Nilai Perusahaan adalah 2,695. Rata-rata variabel Nilai Perusahaan dalam penelitian ini adalah 1,40663 dan standar deviasi adalah 0,474780. Pada variabel Nilai Perusahaan diperoleh nilai Std. Deviation < Mean (0,474780 < 1,40663), yang mana menunjukkan bahwa sebaran data variabel Nilai Perusahaan itu kecil dimana sebaran data berada di sekitar rata-ratanya.

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji apakah data memenuhi asumsi klasik. Hal ini dilakukan untuk menghindari terjadinya estimasi yang bias, mengingat tidak semua data dapat diterapkan regresi. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

Tabel 2. Uji Normalitas

Variabel	<i>Asymp. Sig (2-tailed)</i>	Keterangan
<i>Unstandardized Residual</i>	0,131	Terdistribusi Normal

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel *output* SPSS tersebut, diketahui bahwa Nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang didapat sebesar 0,131 (>0,05). Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov-Smirnov di atas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
	<i>Green Accounting</i>	0,945	
CSR	0,674	1,483	Tidak terjadi multikolinearitas
Profitabilitas	0,660	1,516	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel *output* “Coefficients” pada bagian “Collinearity Statistics” diketahui nilai *Tolerance* untuk variabel *Green Accounting*, CSR, dan Profitabilitas adalah lebih dari 0,10. Sementara nilai VIF untuk variabel *Green Accounting*, CSR, dan Profitabilitas adalah kurang dari 10,00. Maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi.

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji dalam satu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 atau sebelumnya.

Tabel 4. Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson	Keterangan
1	1,074	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel *output* SPSS di atas, diketahui nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,074. Dengan demikian nilai *Durbin-Watson* tersebut berada pada interval antara -2 sampai dengan 2, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda tersebut tidak terdapat gejala autokorelasi.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
<i>Green Accounting</i>	0,882	Tidak terjadi heteroskedastisitas
CSR	0,977	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Profitabilitas	0,415	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel *output* SPSS di atas, diketahui bahwa variabel *Green Accounting*, CSR, dan Profitabilitas memiliki nilai signifikansi > 0,05; sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas.

Analisis regresi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Regresi linier berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 6. Analisis R Square

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0,496	0,246	0,159	0,435457

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel *output* SPSS di atas, diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,159; maka variabel *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, dan Profitabilitas secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel Nilai Perusahaan sebesar 15,9% sedangkan sisanya 84,1% (100% - 15,9%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi.

Tabel 6. Uji F

Model	F	Sig.
1	2,825	0,058

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel *output* SPSS di atas, diketahui bahwa nilai sig. sebesar $0,058 < 0,1$; maka dapat disimpulkan bahwa nilai variabel *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, dan Profitabilitas secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel Nilai Perusahaan.

Tabel 7. Uji t

Variabel	Profitabilitas (1)	Nilai Perusahaan (2)
<i>Green Accounting</i>	-1,239 (0,226)	1,019 (0,317)
CSR	3,658 (0,001)	-2,639 (0,014)
Profitabilitas		1,970 (0,060)

Sumber: Data diolah, 2025

Pengaruh *Green Accounting* terhadap Profitabilitas

Berdasarkan tabel 7, besar signifikansi variabel *green accounting* terhadap profitabilitas adalah 0,226 dengan arah positif lebih besar dari 0,1. Hasil pengujian terhadap koefisien *green accounting* menghasilkan t-statistik sebesar -1,239; hasil ini menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar daripada t-tabel -1,708 ($\alpha=0,1$).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Hasil ini menunjukkan bahwa ada tidaknya *green accounting* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Maka hipotesis (H1) penerapan *green accounting* berpengaruh terhadap profitabilitas ditolak.

Dengan demikian, temuan ini menunjukkan bahwa meskipun perusahaan telah menerapkan prinsip-prinsip *green accounting*, penerapan tersebut belum memberikan dampak langsung terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti belum optimalnya integrasi praktik *green accounting* dalam sistem keuangan perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kholmi & Nafiza, 2022) yang menunjukkan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Ramdani et al., 2024) menunjukkan bahwa *green accounting* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas

Berdasarkan tabel 7, besar signifikansi variabel *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas adalah 0,001 dengan arah positif lebih kecil dari 0,1. Hasil pengujian terhadap koefisien *corporate social responsibility* menghasilkan t-statistik sebesar 3,658; hasil ini menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar daripada t-tabel 1,708 ($\alpha=0,1$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap profitabilitas. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *corporate social responsibility* semakin tinggi juga profitabilitas, dan sebaliknya. Maka hipotesis (H2) pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap profitabilitas diterima.

Dengan demikian, temuan ini menunjukkan pentingnya pengelolaan *corporate social responsibility* yang strategis. Perusahaan yang memiliki kemampuan untuk mengintegrasikan kegiatan sosial dan lingkungan secara efektif ke dalam model bisnisnya, memiliki peluang yang lebih besar untuk dapat meraih tujuan finansial perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putri et al., 2023) yang menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Selain itu, (Wulandari, 2020) menyatakan di dalam penelitiannya bahwa Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan pada profitabilitas perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 7, besar signifikansi variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan adalah 0,060 dengan arah positif lebih kecil dari 0,1. Hasil pengujian terhadap koefisien profitabilitas menghasilkan t-statistik sebesar 1,970; hasil ini menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar daripada t-tabel 1,708 ($\alpha=0,1$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas semakin

tinggi juga nilai perusahaan, dan sebaliknya. Maka hipotesis (H3) profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan diterima.

Dengan demikian, temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, maka semakin tinggi pula apresiasi pasar terhadap perusahaan tersebut, yang tercermin dalam meningkatnya nilai perusahaan. Laba yang tinggi mencerminkan efisiensi operasional dan prospek pertumbuhan perusahaan yang baik, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan berpotensi mendorong harga saham perusahaan, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putri et al., 2023) dengan hasil profitabilitas berpengaruh dalam meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, penelitian lain yang dilakukan oleh (Dewi & Narayana, 2020) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan.

Pengaruh *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 7, besar signifikansi variabel *green accounting* terhadap nilai perusahaan adalah 0,317 dengan arah positif lebih besar dari 0,1. Hasil pengujian terhadap koefisien *green accounting* menghasilkan t-statistik sebesar 1,019; hasil ini menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih kecil daripada t-tabel 1,708 ($\alpha=0,1$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa ada tidaknya *green accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka hipotesis (H4) penerapan *green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ditolak.

Dengan demikian, temuan ini menunjukkan bahwa penerapan *green accounting* belum mampu memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan nilai perusahaan. Hal ini mungkin disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain rendahnya tingkat pemahaman atau pengintegrasian praktik *green accounting* dalam sistem pelaporan dan strategi perusahaan, atau karena pasar dan investor belum secara signifikan mempertimbangkan aspek lingkungan sebagai penentu utama dalam menilai nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Siregar et al., 2024) yang menyatakan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap Perusahaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Yusman & Syahbannuddin, 2024) menunjukkan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan memiliki arah hubungan yang negatif.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 7, besar signifikansi variabel *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan adalah 0,014 dengan arah positif lebih kecil dari 0,1. Hasil pengujian terhadap koefisien *corporate social responsibility* menghasilkan t-statistik sebesar -2,639; hasil ini menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih kecil daripada t-tabel -1,708 ($\alpha=0,1$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa

semakin tinggi *corporate social responsibility* semakin tinggi juga nilai perusahaan, dan sebaliknya. Maka hipotesis (H5) pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan diterima.

Dengan demikian, temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mengungkapkan *corporate social responsibility* tidak hanya berdampak positif terhadap sosial, tetapi juga mampu memberikan nilai tambah bagi perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, strategi csr yang terencana dan terintegrasi dengan visi perusahaan dapat menjadi salah satu pendorong utama peningkatan nilai perusahaan secara berkelanjutan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wijayanti & Dondoan, 2022) yang menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Erlangga et al., 2021) menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 8. Efek Variabel Mediasi

Variabel	<i>Unstandardized Coefficients</i>	
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>
<i>Green Accounting</i>	0,122	0,120
CSR	-1,069	0,405
\hat{P}_{GA}	-0,108	0,111
\hat{P}_{CSR}	-0,082	0,043

Sumber: Data diolah, 2025

Pengaruh *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel mediasi

Berdasarkan tabel 8, besar koefisien variabel *green accounting* terhadap nilai perusahaan adalah 0,122. Sedangkan besar koefisien variabel *green accounting* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi adalah sebesar -0,108. Maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh langsung *green accounting* terhadap nilai perusahaan lebih besar daripada pengaruh tidak langsung (0,122 > -0,108). Maka hipotesis (H6) profitabilitas dapat memediasi hubungan antara penerapan *green accounting* terhadap nilai perusahaan ditolak.

Dengan demikian, temuan ini menunjukkan bahwa profitabilitas sebagai variabel mediasi tidak memperkuat hubungan antara *green accounting* dan nilai perusahaan. Hasil ini memperkuat temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa *green accounting*, baik secara langsung maupun tidak langsung, belum memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putri et al., 2023) yang menunjukkan bahwa profitabilitas belum mampu memediasi pengaruh antara penerapan *green accounting* terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel mediasi

Berdasarkan tabel 8, besar koefisien variabel *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan adalah -1,069. Sedangkan besar koefisien variabel *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi adalah sebesar -0,082. Maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh langsung *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan lebih kecil daripada pengaruh tidak langsung ($-1,069 < -0,082$). Maka hipotesis (H7) profitabilitas dapat memediasi hubungan antara pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan diterima.

Dengan demikian, temuan ini menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki peran sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan disalurkan melalui peningkatan profitabilitas terlebih dahulu. Artinya, ketika perusahaan mengungkapkan *corporate social responsibility* dengan baik, hal tersebut tidak hanya berdampak langsung terhadap nilai perusahaan, tetapi juga dapat meningkatkan profitabilitas. (Suhartini & Megasyara, 2018) berpendapat bahwa profitabilitas dapat berfungsi sebagai variabel perantara dalam hubungan antara pengungkapan *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan, yang menunjukkan bahwa ketika perusahaan mengungkapkan praktik *corporate social responsibility* mereka, profitabilitas mereka meningkat, yang pada akhirnya mengarah pada peningkatan nilai perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penerapan *Green Accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas maupun Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan penerapan *Green Accounting* belum mampu memberikan kontribusi nyata terhadap Profitabilitas maupun Nilai Perusahaan. Sedangkan, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terbukti berpengaruh positif terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan. Artinya, semakin tinggi tingkat keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial dan lingkungan, maka semakin tinggi pula keuntungan yang dihasilkan dan Nilai Perusahaan di mata pasar. Profitabilitas juga terbukti memiliki pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, di mana semakin tinggi laba yang diperoleh, semakin tinggi pula apresiasi pasar terhadap perusahaan. Selanjutnya ditemukan bahwa Profitabilitas tidak mampu memediasi hubungan antara *Green Accounting* dan Nilai Perusahaan. Sedangkan, Profitabilitas terbukti dapat memediasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan.

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan saran bagi perusahaan, untuk memperkuat implementasi *Green Accounting* tidak hanya sebagai bentuk kepatuhan, tetapi sebagai bagian dari strategi bisnis yang terintegrasi. Selain

itu, perusahaan juga sebaiknya mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* secara strategis, berkelanjutan, dan sesuai dengan visi misi perusahaan, karena *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan. Saran bagi investor dan pemangku kepentingan, penting untuk memperhatikan aspek *Corporate Social Responsibility* sebagai indikator tambahan dalam menilai kinerja dan prospek keberlanjutan suatu perusahaan. Serta bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian dengan cakupan sampel yang lebih luas, periode observasi yang lebih panjang, serta menambahkan variabel moderasi atau mediasi lainnya untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara praktik keberlanjutan dan kinerja keuangan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, S. M. S., & Islam, K. M. Z. (2021). Examining the role of environmental corporate social responsibility in building green corporate image and green competitive advantage. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 6(1). <https://doi.org/10.1186/s40991-021-00062-w>
- Brigham, E. , F. , & Houston, J. F. (2018). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan* (Vol. 14). Salemba Empat.
- Buric, M. N., Stojanovic, A. J., Filipovic, A. L., & Kascelan, L. (2022). Research of Attitudes toward Implementation of Green Accounting in Tourism Industry in Montenegro-Practices, and Challenges. *Sustainability (Switzerland)*, 14(3). <https://doi.org/10.3390/su14031725>
- Deegan, C. (2002). The Legitimising Effect of Social and Environment Disclosures. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282-311. <https://doi.org/10.1108/09513570210435852>
- 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. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i12.p20>
- Dianawati, C. P., & Fuadati, S. R. (2010). Pengaruh CSR dan GCG terhadap Nilai Perusahaan: Profitabilitas sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(1), 1-20.
- 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. <https://doi.org/10.15408/akt.v14i1.20749>

- Fauzi, N. F., & Chandra, N. (2016). *Green Accounting dan Efektifitas Peraturan Pemerintah No 47 tahun 2012 pada Perusahaan di Indonesia*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:165868350>
- Abigail, P. (2024). *Harga Jual Batu Bara Lesu, Laba ITMG Turun 58,3% jadi Rp 7,82 Triliun*. <https://katadata.co.id/finansial/korporasi/65d6c12b41ae6/harga-jual-batu-bara-lesu-laba-itmg-turun-58-3-jadi-rp-7-82-triliun>
- Harmono. (2014). *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard (Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis)* (3rd ed.). Bumi Aksara.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305–360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Khairiyanti, Mubyarto, N., & Mutia, A. (2019). Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan serta Implikasinya terhadap Nilai Perusahaan. *Iltizam Journal Of Shariah Economic Research*, 3(1), 41–62. <http://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/iltizam>
- Khairudin, & Wandita. (2017). Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas, Debt to Equity Ratio (DER) dan Price to Book Value (PBV) terhadap Harga Saham Perusahaan Pertambangan di Indonesia. *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 8(1), 68–84. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36448/jak.v8i1.826>
- 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), 142–154. <https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.12998>
- Nugroho, W. C. (2023). Efek Mediasi Profitabilitas Pada Pengaruh Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 33(3), 648. <https://doi.org/10.24843/eja.2023.v33.i03.p05>
- Pantamee, A. A. (2019). Impact of Green Accounting on Company Value: Evidence from the Nigerian Companies. *Journal of Business Management and Accounting*, 3(1), 16–26.
- Putri, R., Nyoman, D., Werastuti, S., Risfandy, T., & Dewi, T. R. (2023). The Determinants of Company Value: Green Accounting, CSR, and Profitability. *AFRE Accounting and Financial Review*, 6(1), 115–126. <https://doi.org/10.26905/afr.v5i2.9740>
- Ramdani, A. F., Dharmawan, A. B., & Mahfirah, T. F. (2024). Pengaruh Corporate Governance, Green Accounting, dan Environmental Management System terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal*

Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 9(3).
<https://doi.org/10.30651/jms.v9i3.23129>

- Rosdwianti, M., Dzulkirom, M., & Zahroh. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 38(2), 16–22. administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Siregar, F. A., Astuti, T., & Amyulianthy, R. (2024). Pengaruh Green Accounting, Net Working Capital, dan Total Asset Turnover Terhadap Nilai Perusahaan. *Indonesian Journal of Auditing and Accounting (IJAA)*, 1(2), 55–67. www.jurnal.iapi.or.id
- Suhartini, D., & Megasyara, I. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016. *EQUITY: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 21(2), 129–140. <https://doi.org/https://doi.org/10.34209/equ.v21i2.639>
- Wangi, W. R., & Lestari, R. (2020). Pengaruh Penerapan Green Accounting terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan. *Prosiding Akuntansi*, 6(1), 489–493.
- Wijaya, B. I., & Sedana, I. B. P. (2015). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi sebagai Variabel Mediasi). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(12), 4477–4500.
- Wijayanti, A., & Dondoan, G. A. (2022). Pengaruh Penerapan Green Accounting Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Firm Value Dengan Kinerja Perusahaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi Manajerial*, 7(1), 1–24. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/JAM>
- Wulandari, S. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Subsektor Perkebunan di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 19(1), 1–14.
- Yulianty, R., & Nugrahanti, T. P. (2020). Pengaruh Sustainability Reporting terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Perbankan Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 12–24.
- Yusman, & Syahbannuddin, H. (2024). Pengaruh Green Accounting, Carbon Emission Disclosure, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Al - A'mal Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 31–42.