

Analisis Penerapan *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kemampuan

Adinda Salsabilla¹, Shinta Permata Sari²✉

Universitas Muhammadiyah Surakarta
salsadinda42@gmail.com¹, sps274@ums.ac.id²✉

ABSTRACT

The stakeholders expect that the firm's value will increase supported by increased profitability. This study aims to examine the impact of green accounting and corporate social responsibility on firm value with profitability as an intervening variable. This study uses quantitative methods with SPSS data analysis, involving 57 samples. The sample are basic material sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange, with a research period from 2021 to 2023. The results show that only the direct relationship between profitability and firm value has a positive impact on corporate social responsibility, while the direct relationship between green accounting and corporate social responsibility does not impact firm value. The results also show that the relationship between green accounting and corporate social responsibility on firm value with the mediating variable of profitability does not an impact. This study also gives opportunities for further study of other factors that may affect the relationship between green accounting, corporate social responsibility, firm value, and profitability.

Keywords: Firm Value, Green Accounting; Corporate Social Responsibility; Profitability.

ABSTRAK

Semua pemangku kepentingan berekspektasi bahwa nilai perusahaan akan meningkat ditunjang dengan peningkatan profitabilitas. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *green accounting* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan kemampuan sebagai variabel *intervening*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis data SPSS, melibatkan 57 data. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor *basic material* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dengan periode penelitian dari tahun 2021 hingga 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya hubungan langsung kemampuan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sementara hubungan langsung *green accounting* dan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *green accounting* maupun *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan variabel mediasi kemampuan. Penelitian ini juga membuka peluang untuk studi lebih lanjut tentang faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi hubungan antara *green accounting*, *corporate social responsibility*, nilai perusahaan, dan kemampuan.

Kata Kunci: Nilai Perusahaan; *Green Accounting*; *Corporate Social Responsibility*; Kemampuan.

PENDAHULUAN

Adanya proses produksi serta mudahnya distribusi produk pada era industri saat ini berdampak pada cepat dan mudahnya proses pemenuhan semua kebutuhan

masyarakat. Peristiwa ini mengakibatkan banyak perusahaan berlomba memenuhi semua kebutuhan masyarakat, sehingga saat ini marak terjadi persaingan usaha yang sangat ketat, baik di pasar domestik maupun di pasar internasional (Raza *et al.*, 2020). Adanya persaingan yang ketat memaksa perusahaan untuk terus melakukan kegiatan operasional produksi dan memasok segala permintaan yang sedang ramai di pasar agar tidak mengalami kemunduran dan tergantikan oleh perusahaan yang lain.

Nilai perusahaan menjadi standar bagi investor dalam kaitannya dengan menetapkan suatu keputusan investasi. Perusahaan yang memiliki kemampuan dalam menarik para investor berarti memiliki nilai perusahaan yang baik, hal ini disebabkan oleh kemampuan mengolah sumber daya perusahaan (Dewi dan Narayana, 2020). Daromes dan Kawilarang (2020) menyatakan nilai perusahaan mencerminkan kesuksesan perusahaan yang dapat dilihat berdasarkan pada tingginya harga suatu saham. Nilai Perusahaan yang tinggi dapat mengoptimalkan kenyamanan investor dalam menanamkan saham.

Kumala dan Priantilianingtiasari (2023) menyatakan bahwa kemampuan perusahaan untuk meningkatkan keuntungan, akan dapat menciptakan nilai bagi perusahaan, karena investor beranggapan bahwa dividen yang diterima akan besar jika keuntungan atau kinerja finansialnya baik. Kemampulabaan adalah rasio yang dipakai untuk menilai kemampuan sebuah perusahaan dalam mencetak keuntungan berdasarkan ukuran penjualan aset dan modal saham tertentu dalam jangka waktu tertentu. Nilai perusahaan menunjukkan kepercayaan masyarakat pada berdirinya perusahaan hingga proses produksi selama bertahun-tahun. Semua pemangku kepentingan menginginkan peningkatan nilai perusahaan (Dzikir *et al.*, 2020).

Menurut Kumala dan Priantilianingtiasari (2023), kapabilitas suatu perusahaan untuk mengoptimalkan pendapatannya dapat menciptakan nilai sebuah perusahaan, hal ini disebabkan bahwa investor percaya bahwa jika pendapatan dan kinerja keuangan suatu perusahaan menunjukkan pola yang positif maka dividen yang diterima akan tinggi. Terkait upaya meningkatkan pendapatan maka perusahaan dapat melakukan kegiatan operasionalnya, dimana kegiatan ini berkaitan dengan sumber daya yang ada dan tak jarang mengakibatkan kerusakan. Beberapa industri kontemporer menyadari bahwa di samping meraih keuntungan, isu lingkungan dan sosial merupakan faktor penting dalam dunia usaha. Aspek penting bagi perusahaan dalam usahanya meraih peningkatan laba adalah kesadaran terhadap isu lingkungan dan sosial. Akuntansi hijau dapat menjadi salah satu solusi dalam mengatasi masalah lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan melalui aktivitasnya yang berpengaruh terhadap lingkungan dan masyarakat. Afifah *et al.* (2021) menyatakan bahwa perusahaan yang menunjukkan perhatian terhadap aspek sosial dan lingkungan akan berpengaruh positif pada reputasi baik perusahaan.

Perusahaan menyampaikan informasi terkait lingkungan sebagai cara untuk memberikan penjelasan tentang kinerja lingkungan yang terdapat di perusahaan guna menarik perhatian para pemangku kepentingan. Aktivitas kepedulian perusahaan kepada masyarakat dilaksanakan melalui penyampaian tanggung jawab

perusahaan yang dikenal sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR). Tanggung jawab Sosial Perusahaan (CSR) adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang tidak hanya fokus pada kinerja keuangan, tetapi juga berkomitmen pada lingkungan sosial sebagai strategi untuk pertumbuhan yang berkelanjutan (Nurhayati *et al.*, 2021).

Studi ini memiliki relevansi penting dalam memberikan gambaran atau dorongan pemikiran mengenai penerapan *green accounting* pada suatu perusahaan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan untuk menarik investor berinvestasi dalam perusahaan. Bagi investor penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam mengambil keputusan berinvestasi pada perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan baik dalam kajian akademik maupun dalam implementasi praktis dalam manajemen organisasi yang adaptif serta responsif terhadap perubahan dinamis dalam lingkungan bisnis yang berkelanjutan.

TINJAUAN LITERATUR

Teori Stakeholder

Dalam teori *stakeholder*, perusahaan bukanlah suatu entitas yang kegiatannya hanya untuk kepentingan sendiri, namun perusahaan harus memberikan manfaat untuk pemangku kepentingannya (Lange dan Bundy, 2018). Pemangku kepentingan yang dimaksud adalah semua pihak yang memiliki hubungan baik dan bisa mempengaruhi atau dipengaruhi, baik itu pihak internal maupun pihak eksternal. Hal tersebut berarti bahwa perusahaan harus memperhatikan semua pihak, karena dari semua pihak inilah yang akan mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas kegiatan dan kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan (Yanto, 2018).

Nilai Perusahaan

Susilo (2018) menyatakan nilai pasar adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan nilai suatu perusahaan karena fakta bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan terbaik bagi investor saat adanya peristiwa peningkatan harga saham. Nilai perusahaan yang dicapai menunjukkan kepercayaan masyarakat pada berdirinya perusahaan hingga proses produksi selama bertahun-tahun. Semua pemangku kepentingan menginginkan peningkatan nilai perusahaan (Dzikir *et al.*, 2020).

Menurut Mulyani *et al.* (2018), ide tentang nilai perusahaan adalah hal utama bagi investor, karena dapat digunakan sebagai ukuran pasar dalam menganalisis seberapa sukses organisasi berupaya memanfaatkan sumber daya dengan optimal melalui biaya yang minimal. Selain itu, nilai perusahaan juga memiliki makna bagi investor dalam menilai perusahaan secara keseluruhan (Dewi dan Narayana, 2020).

Green Accounting

Ketika menyusun rencana pengembangan dan keputusan evaluasi bisnis, *green accounting* harus mempertimbangkan biaya, persediaan, produksi, dan kinerja untuk menjadikan ekonomi perusahaan lebih baik dengan tetap memikirkan kondisi lingkungan (Dwicahyanti dan Priono, 2021). Bisnis dapat memulai menerapkan *Green Accounting* atau biasa dikenal juga dengan akuntansi lingkungan, dalam upaya memperkecil dampak negatif terhadap lingkungan (Hamidi, 2019). Dalam upaya memperkecil dampak buruk dari kegiatan operasional usaha, perusahaan harus menggunakan sistem *green accounting* guna menunjukkan tanggung jawab terhadap lingkungan sekitar (Abdullah dan Yuliana, 2018). Oleh karena itu, kegiatan manajemen limbah perusahaan mencakup proses identifikasi, perhitungan, penaksiran, dan pelaporan biaya pengelolaan limbah yang berkaitan dengan kegiatan operasional bisnis.

Corporate Social Responsibility

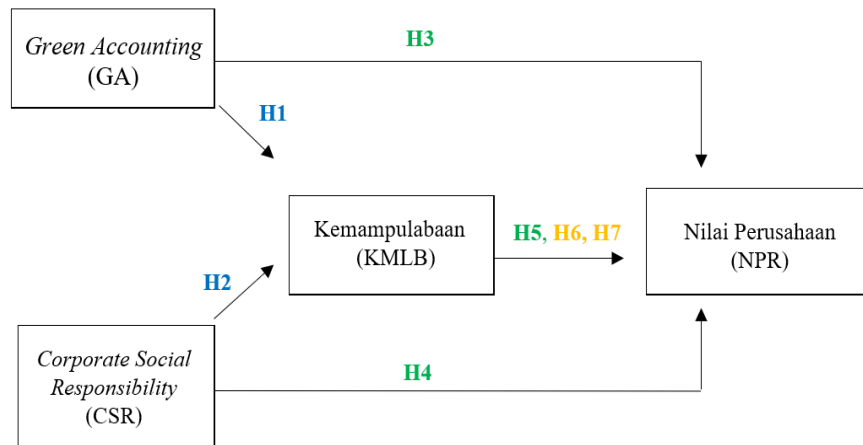
Corporate Social Responsibility (CSR) adalah usaha perusahaan yang dilakukan dalam upaya mengatasi dampak negatif yang timbul akibat terjadinya kegiatan operasional perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab ekonomi, sosial dan lingkungan (Baranova *et al.*, 2021). Penyampaian informasi *corporate social responsibility* kepada pihak-pihak yang berkepentingan serta publik disusun dalam sebuah laporan tahunan sebagai bentuk pengungkapan CSR. Terdapat dua jenis pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility*, yaitu pengungkapan yang sifatnya wajib dilakukan perusahaan berdasarkan aturan atau standar yang telah ditentukan, selain itu terdapat pengungkapan yang bersifat sukarela, yaitu pengungkapan tambahan dari perusahaan tersebut. Informasi terkait *Corporate Social Responsibility* dapat diketahui dari standar *Global Reporting Index* (GRI).

Kemampulabaan

Laba yang dihasilkan perusahaan dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Laba yang dihasilkan akan meningkatkan kepercayaan investor bahwa perusahaan bisa membayarkan dividen yang diharapkan para investornya. Oleh karena itu, harga saham akan meningkat akibat pembagian dividen yang meningkat sebagai imbas dari laba yang dihasilkan. Kemampulabaan adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan aset, dan modal saham tertentu dengan periode tertentu (Hanafi dan Halim, 2019). Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai, jenis rasio kemampulabaan dapat diukur dengan *Net Profit Margin* (NPM). NPM merupakan pengukuran keuntungan penjualan yang perhitungannya dilakukan setelah menghitung seluruh biaya dan pajak penghasilan.

Pengembangan Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini disusun untuk mencapai tujuan penelitian terkait pencapaian nilai perusahaan. Secara umum kerangka penelitian yang digunakan dalam pengembangan hipotesis adalah:



Gambar 1. Kerangka Penelitian dalam Pengembangan Hipotesis

Green Accounting Terhadap Kemampuan

Kebutuhan sosial masyarakat yang diungkapkan perusahaan mampu menumbuhkan rasa kepercayaan *stakeholder* baik itu konsumen, masyarakat dan investornya (Nugroho, 2023). Sehingga dapat disimpulkan loyalitas konsumen akan meningkat atas kepercayaan yang diperoleh perusahaan. Pengungkapan *Green Accounting* akan berpengaruh terhadap Kemampuan. Hal ini dibuktikan oleh Dianty dan Nurrahim (2022), Nugroho (2023) serta Salsabila dan Widiatmoko (2022) dengan hasil penelitian bahwa *Green Accounting* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kemampuan. Oleh karena itu, dapat merumuskan hipotesis berikut:

H1: *Green Accounting* berpengaruh terhadap Kemampuan

Corporate Social Responsibility Terhadap Kemampuan

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan dapat menarik perhatian konsumen atas kegiatan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan sosial, sehingga menarik ketertarikan pelanggan terhadap produk perusahaan. Penerapan *Corporate Social Responsibility* tentunya dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan. Hal ini dapat dibuktikan hasil penelitian Astuti *et al.* (2020) dan Kholmi dan Nafiza (2022) yang menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kemampuan. Berdasarkan hal tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Kemampuan

Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan

Green Accounting disebut sebagai pencatatan yang memperhitungkan faktor ekonomi, sosial, dan lingkungan. Tujuannya untuk memastikan akuntansi yang diberikan kepada para pemangku kepentingan memiliki data yang komprehensif, relevan, dan akurat. Investor akan percaya dengan hasil dari penerapan akuntansi hijau yang baik secara umum (Salsabila dan Widiatmoko, 2022). Hasil penelitian Dewi

dan Narayana (2020), Dianty dan Nurrahim (2022) serta (Nugroho, 2023), menunjukkan bahwa *Green Accounting* secara signifikan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Oleh karena itu dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: *Green Accounting* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Soemarsono (2020) mengemukakan saat ini para investor atau calon investor mulai memperhatikan lingkungan dan mulai menekankan *Corporate Social Responsibility* perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian Dewi dan Narayana (2020), Nida (2022) serta Sulbahri (2021), yang menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Kemampulabaan Terhadap Nilai Perusahaan

Laba yang dihasilkan perusahaan dapat berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, karena laba yang dihasilkan akan meningkatkan kepercayaan investor bahwa perusahaan bisa membayarkan dividen yang diharapkan para investornya. Selanjutnya, harga saham akan meningkat seiring pembagian dividen yang meningkat sesuai peningkatan laba yang dihasilkan. Penelitian Dewi dan Narayana (2020), serta Yuvianita *et al.* (2022), membuktikan bahwa Kemampulabaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5: Kemampulabaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Kemampulabaan Terhadap Hubungan antara *Green Accounting* dan Nilai Perusahaan

Nugroho (2023) mengatakan pengungkapan kinerja lingkungan melalui *Green Accounting* biasa digunakan untuk mengubah opini masyarakat tentang perusahaan tersebut sehingga keberlangsungan operasional perusahaan akan meningkat terus menerus yang berakibat pada peningkatan pendapatan, harga saham dan nilai perusahaan. Dapat dikatakan bahwa pengelolaan akuntansi lingkungan yang baik akan memberikan keuntungan bagi perusahaan agar bisa meningkatkan penjualan, karena loyalitas konsumen yang meningkat. Salsabila dan Widiatmoko (2022) mengatakan investor akan lebih tertarik untuk berinvestasi ketika perusahaan mampu memperoleh laba yang maksimal. Penelitian Nugroho (2023) serta Salsabila dan Widiatmoko (2022) menunjukkan hasil bahwa kemampulabaan mampu memediasi hubungan antara *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan. Dengan demikian, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H6: *Green Accounting* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan melalui Kemampulabaan.

Kemampulabaan Terhadap Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan

Perusahaan yang memberikan kepedulian terhadap lingkungan dan sosial yang diungkapkan dalam bentuk CSR bisa meningkatkan kemampulabaan sehingga melalui peningkatan kemampulabaan nilai perusahaan juga dapat meningkatkan. Hal ini dapat dibuktikan dalam penelitian Masitoh (2018) serta Suhartini dan Megasyara (2018), yang membuktikan bahwa kemampulabaan dapat memediasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dan dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H7: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan melalui Kemampulabaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dikarenakan datanya berbentuk numerik dan angka. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dan dianalisis menggunakan metode statistik guna memperoleh informasi yang lebih terukur dan objektif. Data yang digunakan adalah data sekunder, yaitu laporan perusahaan sektor *basic materials* yang teregistrasi di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam kurun waktu 2021 hingga 2023. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor *basic materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2021-2023, dengan pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* sesuai dengan kriteria tertentu yaitu perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan termasuk laporan keuangan auditan, serta masuk dalam kategori PROPER Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia. Data dikumpulkan dengan teknik dokumentasi melalui situs resmi BEI www.idx.co.id dan *website* GRI www.globalreporting.org. Secara keseluruhan terdapat 19 perusahaan yang sesuai dengan kriteria sampel selama tiga tahun amatan, dengan data yang dapat diolah untuk pengujian hipotesis sejumlah 57. Proses analisis data dilakukan menggunakan SPSS, yang meliputi analisis statistik deskriptif, asumsi klasik, analisis regresi berganda, serta uji hipotesis dengan analisis jalur.

Dalam penelitian menggunakan tiga jenis variabel, yaitu variabel independen, variabel dependen dan variabel *intervening* atau mediasi. Berikut penjelasan dari ketiga variabel tersebut:

1. Nilai Perusahaan

Penelitian ini menggunakan variabel dependen Nilai Perusahaan yang merupakan nilai jual perusahaan atau meningkatnya nilai bagi pemegang saham dan tercermin dari harga pasar sahamnya (Mukhtaruddin *et al.*, 2014). Nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan indikator pengukuran *Price Book Value* atau NPR. *Price Book Value* merupakan strategi untuk melihat harga saham di pasar dibandingkan dengan nilai pasarnya dengan rumus sebagai berikut (Yuvianita *et al.*, 2022):

$$NPR = \frac{\text{Stock Price}}{\text{Book Value Per Share}}$$

2. Green Accounting

Penelitian ini menggunakan variabel independen *Green Accounting* (GA) yang merupakan proses akuntansi dan didalamnya mengidentifikasi, mengukur, menilai, serta mengungkapkan biaya-biaya terkait dengan aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan (Aniela, 2012). *Green Accounting* diukur dengan cara melihat biaya lingkungan yang disajikan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Biaya lingkungan dihitung dengan membandingkan semua biaya CSR dengan laba bersih, berikut rumus yang digunakan (Lestari *et al.*, 2020):

$$GA = \frac{\text{Biaya Kegiatan CSR}}{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}$$

3. Corporate Social Responsibility

Penelitian ini menggunakan variabel independen *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang merupakan media komunikasi terhadap masyarakat berkaitan dengan kegiatan perusahaan dalam melakukan tanggung jawab sosial perusahaan. CSR diproses dengan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI). CSRI sebagai perbandingan antara total skor item yang telah diungkapkan oleh suatu perusahaan dalam laporan tahunan. Perusahaan yang mengungkapkan setiap elemen dari 117 item tersebut akan diberikan skor 1 dan jika tidak ada pengungkapan item elemen diberi skor 0 (Masruroh dan Makaryanawati, 2020). Data perusahaan diperoleh dari website www.globalreporting.org/.

$$CSR = \frac{\text{Jumlah Item yang Diungkapkan Perusahaan}}{\text{Jumlah Item yang Diharapkan}}$$

4. Kemampulabaan

Hanafi dan Halim (2009) menyatakan bahwa Kemampulabaan (KMLB) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan aset, dan modal saham tertentu dengan periode tertentu. Kemampulabaan dalam penelitian ini merupakan variabel mediasi dengan menggunakan indikator pengukuran *Net Profit Margin* sebagai proksi keuntungan penjualan setelah menghitung seluruh biaya dan pajak penghasilan. *Net Profit Margin* dipilih sebagai pengukuran variabel karena rasio ini mencerminkan sejauh mana perusahaan dalam menghasilkan laba setelah mengurangi biaya-biaya operasional dengan membandingkan penjualannya dengan rumus (Harjito dan Martono, 2018):

$$KMLB = \frac{\text{Profit After Tax}}{\text{Sales}}$$

Penelitian ini akan menggunakan dua persamaan regresi linear berganda. Hubungan langsung dari setiap variabel dependen dan variabel independen akan diuji dengan Persamaan 1 dan Persamaan 2. Persamaan 1 digunakan untuk melakukan pengujian H1 dan H2, sedangkan Persamaan 2 digunakan untuk pengujian H3, H4 dan H5. Untuk pengujian H6 dan H7 dilakukan dengan analisis jalur melalui perhitungan hubungan tidak langsung antara variabel dependen dan variabel independen karena adanya variabel mediasi. Berikut adalah persamaan regresi dalam penelitian ini:

Persamaan 1 : $KLBM = a + b_1 GA + b_2 CSR + e$

Persamaan 2 : $NPM = a + b_1 GA + b_2 CSR + b_3 KLBM + e$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Standard Deviation
GA	57	0,00	1.038.123,00	51.245,8246	154.951,6099
CSR	57	239,00	932,00	505,5439	178,1067
KMLB	57	2,00	594,00	114,4211	97,7891
NPR	57	606,00	9.246,00	1.727,7018	1.949,4640

Sumber: Data yang diolah, 2025

Menurut analisis statistik deskriptif yang dihasilkan pada Tabel 1., nilai terendah pada variabel *green accounting* adalah 0, sedangkan nilai tertinggi mencapai 1.038.123, dengan rata-rata 51.245,8246 dan standar deviasi 154.951,6099. Pada variabel *Corporate Social Responsibility*, nilai terendah adalah 239 dan nilai maksimum 932, dengan rerata 505,5439 dan standar deviasi 178,1067. Untuk variabel kemampuan, nilai paling rendah tercatat sebesar 2 dan nilai paling tinggi sebesar 594, dengan rerata 114,4211 dan standar deviasi 97,7891. Sementara itu, untuk variabel nilai perusahaan, nilai terendah yang diperoleh yaitu 606 sedangkan nilai tertinggi 9.246, dengan rerata 1.727,7018 dan standar deviasi 1.949,4640.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Persamaan	Signifikansi	Keterangan
Persamaan 1	0,200	Data Terdistribusi Normal
Persamaan 2	0,099	Data Terdistribusi Normal

Sumber: Data yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 2. diketahui bahwa hasil uji normalitas dengan uji Kolmogorov Smirnov menunjukkan signifikansi atas *unstandardized residual* data pada persamaan 1 adalah 0,200 dan persamaan 2 sebesar 0,099. Kedua nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Persamaan 1			
GA	0,686	1,458	Tidak terjadi multikolinearitas
CSR	0,686	1,458	Tidak terjadi multikolinearitas
Persamaan 2			

GA	0,679	1,473	Tidak terjadi multikolinearitas
CSR	0,685	1,461	Tidak terjadi multikolinearitas
KMLB	0,976	1,003	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas pada Tabel 3. menunjukkan bahwa variabel *green accounting* dan *corporate soocial responsibility* memiliki nilai *tolerance* tidak lebih dari 1 dan nilai VIF lebih besar dari 1. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen pada persamaan 1 tidak terjadi masalah multikolonieritas. Demikian juga halnya, variabel *green accounting*, *corporate soocial responsibility*, dan kemampuan juga memiliki nilai *tolerance* tidak lebih dari 1 dan nilai VIF lebih besar dari 1. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen pada persamaan 2 tidak terjadi masalah multikolonieritas.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

	Variabel	Signifikansi	Keterangan
Uji Glejser	Persamaan 1		
	GA	0,221	Tidak terjadi heteroskedastisitas
	CSR	0,658	Tidak terjadi heteroskedastisitas
	Persamaan 2		
	GA	0,062	Tidak terjadi heteroskedastisitas
	CSR	0,081	Tidak terjadi heteroskedastisitas
	KMLB	0,141	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser pada Tabel 4. variabel *green accounting* dan *corporate soocial responsibility* atas *absolute residual* pada persamaan 1 memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Selanjutnya, variabel *green accounting*, *corporate soocial responsibility*, dan kemampuan atas *absolute residual* pada persamaan 2 juga memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada data yang digunakan pada persamaan 1 dan persamaan 2.

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Persamaan	dU	Durbin-Watson	4-dU	Keterangan
Persamaan 1	1,6452	1,777	2,3548	Tidak terjadi autokorelasi
Persamaan 2	1,6845	1,792	2,3155	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Data yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada Tabel 5. menunjukkan nilai DW (*Durbin Watson*) persamaan 1 sebesar 1,777 berada diantara $dU < DW < 4-dU$ $1,6452 < 1,777 < 2,3548$ untuk dua variabel independen. Nilai DW (*Durbin Watson*) persamaan 2 sebesar 1,777 juga berada diantara $dU < DW < 4-dU$ $1,6845 < 1,792 < 2,3155$ untuk 3 variabel independen. Hasil tersebut berarti data dalam penelitian ini untuk kedua persamaan tidak terjadi masalah autokorelasi.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda dan Analisis Jalur

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	B	t	Signifikansi	Kesimpulan
Persamaan 1				
Konstanta	96,126	2,170	0,034	
GA	7,663	0,748	0,458	H1 Ditolak
CSR	0,028	0,319	0,751	H2 Ditolak
Variabel Dependen: KMLB				
Persamaan 2				
Konstanta	-392,227	-0,473	0,638	
GA	-0,003	-1,383	0,173	H3 Ditolak
CSR	2,517	1,572	0,112	H4 Ditolak
KMLB	8,550	3,499	0,001	H5 Diterima
Variabel Dependen: NPR				
Persamaan 1				
F		4,070	0,007	
R Square		0,217		
Adjusted R Square		0,172		
Persamaan 2				
F		4,890	0,004	
R Square		0,364		
Adjusted R Square		0,314		

Sumber: Data yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 6. diketahui persamaan regresi secara lengkap dalam penelitian ini yaitu:

Persamaan 1 : $KLBM = 96,126 + 7,663GA + 0,028CSR + e$

Persamaan 2 : $NPM = -392,227 - 0,003GA + 2,517CSR + 8,550KLBM + e$

Hasil koefisien regresi Persamaan 1 dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) sebesar 96,126 berarti bahwa apabila variabel *green accounting* (GA) dan *corporate social responsibility* (CSR) memiliki nilai tetap (0) atau konsisten, maka kemampuan (KMKB) akan sebesar 96,126.
- Nilai koefisien regresi dari variabel *green accounting* (GA) sebesar 7,663 artinya apabila terdapat kenaikan pada *green accounting*, maka kemampuan juga akan mengalami kenaikan.
- Nilai koefisien regresi pada variabel *corporate social responsibility* (CSR) sebesar 0,028 artinya apabila terjadi kenaikan pada *corporate social responsibility*, maka kemampuan juga akan mengalami kenaikan.

Pada Persamaan 1, hasil uji F untuk kelayakan model menunjukkan signifikansi *goodness of fit* sebesar $0,007 < \alpha = 0,05$. Hal ini berarti bahwa model penelitian layak (*fit*). Nilai koefisien determinasi dengan *Adjusted R Square* sebesar

0,172 yang berarti bahwa 17,2% variabel *Green Accounting* (GA) dan *Corporate Soocial Responsibility* (CSR) dapat menjelaskan variasi dari variabel Kemampuan (KMLB). Sisanya sebesar 82,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan pada model penelitian.

Hasil koefisien regresi Persamaan 2 dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) sebesar -392,227 berarti bahwa apabila variabel *green accounting* (GA), *corporate soocial responsibility* (CSR), dan kemampuan (KMLB) memiliki nilai tetap (0) atau konsisten, maka nilai perusahaan (NPM) akan menurun sebesar -392,227.
- Nilai koefisien regresi dari variabel *green accounting* (GA) sebesar -0,003 artinya apabila terdapat kenaikan pada *green accounting*, maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan atau sebaliknya.
- Nilai koefisien regresi pada variabel *corporate soocial responsibility* (CSR) sebesar 2,517 artinya apabila terjadi kenaikan pada *corporate soocial responsibility*, maka nilai perusahaan juga akan mengalami kenaikan.
- Nilai koefisien regresi pada variabel kemampuan (KMLB) sebesar 8,550 artinya apabila terjadi kenaikan pada kemampuan, maka nilai perusahaan juga akan mengalami kenaikan.

Pada Persamaan 2, hasil uji F untuk kelayakan model menunjukkan signifikansi *goodness of fit* sebesar $0,004 < \alpha = 0,05$. Hal ini berarti bahwa model penelitian layak (*fit*). Nilai koefisien determinasi dengan *Adjusted R Square* sebesar 0,314 yang berarti bahwa 31,4% variabel *Green Accounting* (GA), *Corporate Soocial Responsibility* (CSR) dan Kemampuan (KMLB) dapat menjelaskan variasi dari variabel Nilai Perusahaan (NPR). Sisanya sebesar 68,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan pada model penelitian.

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Jalur

Variabel	<i>Standardized B</i>	Hubungan Tidak Langsung	Signifikansi <i>Sobel Test</i>	Kesimpulan
Persamaan 1				
GA	0,121 (P1)			
CSR	0,052 (P2)			
Variabel Dependen: KMLB				
Persamaan 2				
GA	-0,203 (P3)	= P1 + (P3 x P5) = 0,121 + (-0,203 x 0,429) = 0,034	0,4701	H6 Ditolak
CSR	0,230 (P4)	= P2 + (P4 x P5) = 0,052 + (0,230 x 0,429) = 0,502	0,3851	H7 Diterima

KMLB 0,429 (P5)

Variabel Dependen: NPR

Sumber: Data yang diolah, 2025

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis (uji t) pada Tabel 6. pada persamaan 1 menunjukkan variabel *green accounting* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,458 yang lebih besar dari 0,05 dengan nilai koefisien regresi B (*unstandardized*) sebesar 7,663 dan memiliki arah positif. Hal ini berarti *green accounting* tidak berpengaruh terhadap kemampuan, maka H1 ditolak. Selanjutnya, variabel *corporate social responsibility* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,751 yang lebih besar dari 0,05 dengan nilai koefisien regresi B (*unstandardized*) yang diperoleh sebesar 0,028 dan memiliki arah positif. Hal ini berarti *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap kemampuan, maka H2 ditolak.

Hasil pengujian hipotesis (uji t) pada Tabel 6. pada persamaan 2 menunjukkan variabel *green accounting* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,173 yang lebih besar dari 0,05 dengan nilai koefisien regresi B (*unstandardized*) yang diperoleh sebesar -0,003 dan memiliki arah negatif. Hal ini berarti *green accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, maka H3 ditolak. Selanjutnya, variabel *corporate social responsibility* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,112 yang lebih besar dari 0,05 dengan nilai koefisien regresi B (*unstandardized*) yang diperoleh sebesar 2,513 dan memiliki arah positif. Hal ini berarti *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, maka H3 ditolak. Untuk variabel kemampuan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 dengan nilai koefisien regresi B (*unstandardized*) yang diperoleh sebesar 8,550 dan memiliki arah positif. Hal ini berarti kemampuan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, maka H5 diterima.

Hasil pengujian hipotesis dengan analisis jalur pada Tabel 7. menunjukkan variabel kemampuan sebagai mediasi dari pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan diperoleh nilai signifikansi dari *sobel test* sebesar 0,4701 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti *green accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui kemampuan, maka H6 ditolak. Selanjutnya, variabel kemampuan sebagai mediasi dari pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan diperoleh nilai signifikansi dari *sobel test* sebesar 0,3851 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui kemampuan, maka H7 ditolak.

Pembahasan

Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Kemampuan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa *Green Accounting* tidak berpengaruh terhadap Kemampuan. Hal ini ditunjukkan dari signifikansi GA senilai 0,458 lebih besar dari 0,05 ($0,458 > 0,05$) sehingga H1 ditolak. Hasil

tersebut menunjukkan bahwa perusahaan belum optimal dalam pengelolaan biaya lingkungan di dalam laporan keuangan, sehingga kurang mendapatkan atensi dari konsumennya. Hasil penelitian ini belum sejalan dengan penelitian Dianty dan Nurrahim (2022) dan Nugroho (2023).

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kemampuan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Kemampuan. Hal ini ditunjukkan dari signifikansi CSR senilai 0,751 lebih besar dari 0,05 ($0,751 > 0,05$) sehingga H2 ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan belum memaksimalkan pengungkapan CSR sehingga kurang mendapatkan atensi dari konsumennya terhadap produk perusahaan. Hasil penelitian ini belum sejalan dengan penelitian Astuti *et al.* (2020) dan Kholmi dan Nafiza (2022).

Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa *Green Accounting* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini ditunjukkan dari signifikansi GA senilai 0,173 lebih besar dari 0,05 ($0,173 > 0,05$) sehingga H3 ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan belum secara optimal memastikan bahwa laporan keuangan yang diberikan kepada para pemangku kepentingan memuat data yang komprehensif, relevan, dan akurat dikarenakan informasi tentang biaya lingkungan disebarluaskan tidak dalam laporan keuangan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Niandari dan Handayani (2023) serta Yuliani dan Prijanto (2022). Akan tetapi, penelitian ini belum sejalan dengan Dewi dan Narayana (2020) serta Dianty dan Nurrahim (2022).

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini ditunjukkan dari signifikansi CSR senilai 0,112 lebih besar dari 0,05 ($0,112 > 0,05$) sehingga H4 ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa investor belum memberikan perhatian kepada *Corporate Social Responsibility* sebagai penekanan utama. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Astuti *et al.* (2020) serta Salsabila dan Widiatmoko (2022). Meskipun demikian, penelitian ini belum sejalan dengan Dewi dan Narayana (2020) serta Nida (2022).

Pengaruh Kemampuan Terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa Kemampuan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini ditunjukkan dari signifikansi KMLB senilai 0,001 lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) sehingga H5 diterima. Kemampuan menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi nilai perusahaan karena mampu menghasilkan laba yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan investor bahwa perusahaan bisa membayarkan dividen sesuai harapan investor. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Dewi dan Narayana (2020), serta

Yuvianita *et al.* (2022), membuktikan bahwa Kemampuan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan melalui Kemampuan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa *Green Accounting* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan melalui Kemampuan. Hal ini ditunjukkan dengan signifikansi hasil *sobel test* senilai 0,4701 lebih besar dari 0,05 sehingga H6 ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan belum mampu mengelola dampak lingkungan dari operasionalisasi perusahaan melalui aksi nyata perusahaan sehingga belum memberikan keuntungan optimal dan konsumen kurang loyal terhadap produk perusahaan. Hasil penelitian ini belum memberikan dukungan terhadap penelitian Nugroho (2023) serta Salsabila dan Widiatmoko (2022). Akan tetapi, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Dianty dan Nurrahim (2022).

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan melalui Kemampuan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan melalui Kemampuan. Hal ini ditunjukkan dengan signifikansi hasil *sobel test* senilai 0,3851 lebih besar dari 0,05 sehingga H7 ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan belum Mengungkapkan tanggung jawab sosialnya secara lengkap sehingga bisa meningkatkan kemampuan yang pada akhirnya tidak menjadikan pengungkapan CSR sebagai fokus keputusan investasinya. Hasil penelitian ini belum memberikan dukungan terhadap penelitian Masitoh (2018) serta Suhartini dan Megasyara (2018). Akan tetapi, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Astuti *et al.* (2020).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa (1) *Green accounting* tidak berpengaruh terhadap kemampuan; (2) *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap kemampuan; (3) *Green accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan; (4) *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan; (5) Kemampuan berpengaruh terhadap nilai perusahaan; (6) Kemampuan tidak berpengaruh terhadap hubungan antara *green accounting* dengan nilai perusahaan; dan (7) Kemampuan tidak berpengaruh terhadap hubungan antara *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dapat menarik perhatian investor dengan meningkatkan nilai perusahaan yang dapat dilakukan dengan kemampuan positif akan memberikan kepastian atas kembalian investasi kepada para investor.

Penelitian lanjutan dapat dilakukan untuk memberikan ruang terbuka bagi penelitian terkait nilai perusahaan, yaitu dengan menggunakan sektor-sektor lain

pada perusahaan yang terdaftar di BEI sekaligus mengembangkan alat penelitian yang digunakan untuk menganalisis data. Selain itu penelitian berikutnya juga dapat menggunakan periode penelitian jangka menengah atau jangka panjang, mengingat pentingnya keberlanjutan pengelolaan lingkungan terhadap *going concern* perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. W., & A. Yuliana. (2018). Corporate Environmental Responsibility: An Effort to Develop A Green Accounting Model. *Jurnal Akuntansi*, 22(3): 305-320.
- 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): 346-364.
- Aniela, Y. (2012). Peran Akuntansi Lingkungan dalam Meningkatkan Kinerja Lingkungan dan Kinerja Keuangan Perusahaan. *Berkala Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Widya Mandala*, 1(1): 15-19.
- Astuti, T. N., Mursalim, M., & Kalsum, U. (2020). Intervening Labaabilitas: Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *AkMen Jurnal Ilmiah*, 17(4): 607-618.
- Baranova, V., Kulinich, T., Dutchak, O., Zvonar, V., & Denyshchenko, L. (2021). Development of Corporate Social Responsibility in Business as a Factor of Fiscal Decentralization. *Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR)*, 8(3): 411-424.
- Daromes, F. E., & Kawilarang, M. F. (2020). Peran Pengungkapan Lingkungan Dalam Memediasi 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.
- Dianty, A., & Nurrahim, G. (2022). Pengaruh Penerapan Green Accounting dan Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan. *Economics Professional in Action (E-PROFIT)*, 4(2):126-135.
- Dwicahyanti, R. & Priono, H. (2021). Pengaruh Penerapan Akuntansi Lingkungan dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas Serta Pengungkapan Informasi Lingkungan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(06): 868-874.
- Dzikir, A., Syahnur, S., & Tenriwaru, T. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Atma Jaya Accounting Research (AJAR)*, 3(02): 219-235.

- Hamidi. (2019). Analisis Penerapan Green Accounting Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Equilibiria: Jurnal Fakultas Ekonomi*, 6(2): 23-36.
- Hanafi, M. M., & Halim, A. (2009). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Harjito, A., & Martono. (2018). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Kholmi, M., & Nafiza, S. A. (2022). Pengaruh Penerapan *Green Accounting* dan Corporate Social Responsibility Terhadap Labaabilitas (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2019). *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 6(1): 143-155.
- Kumala N., & Priantilianingtiasari, R. (2023). Pengaruh Green Accounting, CSR dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2022. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2): 776-795.
- Lange, D., & Bundy, J. (2018). The Association Between Ethics and Stakeholder Theory. *Sustainability, Stakeholder Governance, and Corporate Social Responsibility (Advances in Strategic Management)*, 38: 365-387.
- Lestari, P., Gika, R., & Ghani, A. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 4(2): 50-63.
- Masruroh, A., & Makaryanawati. (2020). Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Aktual*, 7(1): 67-80.
- Mukhtaruddin, Relasari, & Felmania, M. (2014). Good Corporate Governance Mechanism, Corporate Social Responsibility Disclosure on Firm Value: Empirical Study on Listed Company in Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Finance & Accounting Studies*, 2(1): 1-10.
- Mulyani, S., Wijayanti, A., & Masitoh, E. (2018). Pengaruh Corporate Governance Terhadap Tax Avoidance (Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 3(1), 322-340.
- Niandari, N., & Handayani. (2023). Green Accounting, Kinerja Lingkungan, dan Profitabilitas. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 16(1): 83-96.
- Nida, N. K. N. L. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Mediasi. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(11): 5124-5131.
- Nugroho, W. C. (2023). Efek Mediasi Profitabilitas pada Pengaruh Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 33(3), 648-663.

- Nurhayati, N., Eliana, E., & Jusniarti, N. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Menggunakan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2016-2018). *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 73-80.
- Raza, E., Sabaruddin, L. A., & Komala A.L. (2020). Manfaat dan Dampak Digitalisasi Logistik di Era Industri 4.0. *Jurnal Logistik Indonesia*, 4(1): 49-63.
- Salsabila, A., & Widiatmoko, J. (2022). Pengaruh *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2021. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1): 410 - 424.
- Suhartini, D., & Megasyara, I. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Kemampulabaan* 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.
- Sulbahri, R. A. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2): 215-226.
- Susilo, D. E. (2018). The Effects of Corporate Social Responsibility to the Corporate Value. *Journal of Business Management and Accounting*, 2(2): 85–96.
- Yanto, E. (2018). Effect of Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance on the Value of Company with Profitability as Moderating Variables. *JAAF (Journal of Applied Accounting and Finance)*, 2(1): 36-45.
- Yuliani, E., & Prijanto, B. (2022). Pengaruh Penerapan Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Sub Sektor Tambang Batubara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(5): 2275–2284.
- Yuvianita, M., Ahmar, N., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan BUMN yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Pancasila (JIAP)*, 2(2), 138-150.