

---

## Pengaruh Penerapan *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan: Dimoderasi Profitabilitas

Siti Mahmudah<sup>1</sup>, Sri Ernawati<sup>2\*</sup>, Syaifhul A. Syahdan,<sup>3</sup> Safriansyah<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup> Institut Bisnis dan Teknologi Kalimantan

\*) Correspondent Author: [sriernawati@ibitek.ac.id](mailto:sriernawati@ibitek.ac.id)

---

### Abstract

The aim of the research is to analyze and obtain empirical evidence regarding the effect of implementing green accounting, corporate social responsibility and firm size on firm value with profitability as a moderating variable in mining companies listed on the Indonesian Stock Exchange for the 2019-2023 period. The research method used was a quantitative method with the sampling technique used was purposive sampling. 65 research data were obtained from 13 mining company samples with an observation period of 5 years. The data analysis technique in this research uses descriptive statistics, multiple linear regression analysis and Moderated Regression Analysis (MRA) The results show that green accounting has a positive and significant effect on firm value, Corporate Social Responsibility and Firm Size have no effect on Firm Value. Profitability as a moderating variable is unable to moderate the influence of green accounting on firm value. Profitability as a moderating variable can moderate the influence of corporate social responsibility (CSR) and firm size on firm value.

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

### Abstrak

Penelitian bertujuan untuk menganalisis dan mendapatkan bukti empiris pengaruh penerapan green accounting, corporate social responsibility, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Diperoleh 65 data penelitian dari 13 sampel perusahaan pertambangan dengan periode pengamatan 5 tahun. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan statistik deskriptif, analisis regresi linier berganda dan Moderated Regression Analysis (MRA) Hasil penelitian ini menunjukkan green accounting berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, corporate social responsibility dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderasi tidak mampu memoderasi pengaruh green accounting terhadap nilai perusahaan, profitabilitas sebagai variabel moderasi dapat memoderasi pengaruh corporate social responsibility (CSR) dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

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

## 1. Pendahuluan

Memaksimalkan nilai perusahaan tentunya memerlukan sinergi dan hubungan timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat, investor, dan karyawan. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memperhatikan lingkungan dimana perusahaan berdiri. Karena lingkungan memberikan kontribusi bagi perusahaan dan juga kesejahteraan sosial (Murnita dan Putra, 2018). Namun, pada kenyataannya saat industri berkembang banyak perusahaan yang hanya memfokuskan untuk mencari keuntungan ekonomi dan tidak peduli terhadap dampak yang ditimbulkan. Sehingga muncul kerusakan lingkungan dan kesenjangan sosial yang terjadi.

Mengutip dari Databoks berdasarkan laporan Environmental Performance Index 2022 (EPI) pelestarian lingkungan Indonesia tergolong buruk di skala global bahkan di skala regional Asia Pasifik Indonesia berada pada urutan 164 dari 180 negara yang diriset. Selain itu, jika dilihat dari skala regional posisi Indonesia masuk ke jajaran bawah yaitu peringkat ke-22 dari 25 negara Asia Pasifik, atau peringkat ke-8 dari 10 negara ASEAN. Dalam laporan ini juga, Indonesia mendapat nilai rendah untuk semua indikator dengan rincian skor daya hidup ekosistem 34,1, skor kesehatan lingkungan 25,3, dan skor kebijakan mitigasi perubahan iklim 23,2 dari 100. Apabila keadaan ini terus berlanjut dan tidak di tangani dengan baik maka akan berdampak terhadap makhluk hidup dan lingkungan sekitar perusahaan begitu pula dengan keberlangsungan perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya sehingga dapat memberikan dampak pada nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dapat di pengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya Green accounting, Corporate Social Responsibility (CSR), dan ukuran perusahaan. Penerapan green accounting merupakan salah satu metode yang memperhitungkan sumber daya dan jasa lingkungan serta perubahan dalam upaya meningkatkan pendapatan dan mempertahankan pembangunan serta pertumbuhan berkelanjutan dengan memperhatikan kebutuhan saat ini dan masa yang akan datang. Mengutip dari CNBC Indonesia saat ini para investor akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang memperhatikan lingkungan karena perusahaan tersebut lebih prospektif kedepan. Dengan demikian, penerapan green accounting merupakan cara perusahaan dalam memperhatikan lingkungan yang kemudian dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Yastynda (2022) menyatakan green accounting merupakan upaya memadukan kepentingan finansial perusahaan dengan pelestarian lingkungan di sekitar perusahaan. Menerapkan konsep green accounting ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan lingkungan di area perusahaan dan menjadi solusi atas permasalahan yang terjadi saat melakukan aktivitas produksi yang memiliki dampak pada lingkungan. Selain itu, dengan menerapkan green accounting efisiensi pemanfaatan biaya dalam aktivitas mengelola lingkungan dapat ditingkatkan dengan melakukan evaluasi dari segi biaya

lingkungan oleh perusahaan. Pengelolaan lingkungan ini sejalan dengan program yang diusul oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Indonesia melalui Program Pengendalian, Evaluasi, dan Penilaian Kinerja (PROPER). PROPER ini bertujuan mengharuskan perusahaan mematuhi regulasi dengan disinsentif dan insentif produk aman dan ramah lingkungan.

Corporate Social Responsibility (CSR) menurut World Business Council on Sustainable Development (WBCSD) adalah komitmen perusahaan untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerjasama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal, dan masyarakat luas untuk meningkatkan kualitas hidup mereka. Di Indonesia pemerintah menerbitkan peraturan mengenai CSR dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan dimana kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran dan jika tidak melaksanakan kewajibannya dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Penerapan CSR diharapkan dapat mendorong perusahaan untuk lebih etis dalam menjalankan kegiatan operasionalnya agar tidak berakibat buruk bagi masyarakat dan lingkungan hidup (Windasari dan Riharjo, 2017). CSR dapat dijadikan landasan penting dalam membangun kepercayaan dan keyakinan dari para stakeholder serta meningkatkan daya saing perusahaan. Semakin tinggi penerapan CSR oleh perusahaan semakin baik kemampuan perusahaan dalam mengelola dan memaksimalkan perusahaan yang berpengaruh terhadap kepercayaan investor yang nantinya dapat menarik minat investor untuk berinvestasi sehingga nilai perusahaan menjadi meningkat (Muliati et al., 2021).

Jogiyanto dalam Muliati et al (2021) menyatakan ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara seperti, total aktiva, log size dan nilai pasar saham. Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung risiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan (Prasetyorini, 2013). Muliati et al (2021) menyatakan semakin besar ukuran perusahaan maka akan berpengaruh baik terhadap nilai perusahaan karena akan semakin mudah memperoleh sumber pendanaan dari pihak eksternal maupun internal. Dalam hal ini, semakin besar ukuran perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan dan menjadi sinyal positif bagi para investor dalam melakukan investasi.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada suatu periode tertentu. Perusahaan selalu menginginkan tingkat profitabilitas yang tinggi karena hal tersebut merupakan salah satu keberhasilan perusahaan dalam

memaksimalkan sumber daya yang dimilikinya. Profitabilitas dapat digunakan untuk menilai efektivitas dalam pengelolaan perusahaan, kemampuan perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas dapat menarik minat investor untuk menanamkan dananya. Meningkatnya profitabilitas perusahaan sebagai sinyal bagi investor untuk berinvestasi, karena pada hakikatnya semua investor mengharapkan keuntungan pengembalian saham (return) yang maksimal dari uang yang diinvestasikannya. Reaksi dari investor berdampak pada meningkatnya permintaan akan saham, sehingga berdampak pada meningkatnya harga saham dan nilai perusahaan (Astuti et al., 2023).

Adanya ketidakkonsistenan hasil yang diperoleh dari penelitian terdahulu memotivasi penulis untuk menguji kembali Penerapan Green Accounting, Corporate Social Responsibility, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu Kristopeni (2022) dengan variabel independen yaitu green accounting, ukuran perusahaan, dan profitabilitas dengan variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Dengan menambahkan corporate social responsibility sebagai variabel independen dan profitabilitas sebagai variabel moderasi sebagaimana yang dilakukan Riski dan Prasetyono (2023) dengan corporate social responsibility sebagai variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen dan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan objek perusahaan pertambangan periode 2019-2023 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan pertambangan dipilih sebagai objek penelitian karena perusahaan pertambangan merupakan salah satu usaha yang berpengaruh besar terhadap lingkungan dan keberlangsungan hidup sekitar.

## 2. Tinjauan Teori dan Pengembangan Hipotesis

### Tinjauan Teori

Teori legitimasi menegaskan bahwa organisasi terus berupaya memastikan bahwa mereka dianggap beroperasi dalam batas-batas dan norma-norma masyarakat dimana mereka berusaha untuk memastikan bahwa aktivitas mereka dianggap oleh pihak luar sebagai 'sah'. Batasan dan norma ini tidak dianggap tetap, tetapi berubah seiring waktu, sehingga membutuhkan organisasi untuk responsif terhadap lingkungan etika (moral) tempat mereka beroperasi. Dowling dan Pfeffer dalam (Puspitaningrum dan Indriani, 2021) menyatakan teori legitimasi berfokus terhadap adanya interaksi diantara perusahaan dan masyarakat, dimana dalam teori ini menganggap bahwa masyarakat adalah salah satu faktor penting dalam pengembangan perusahaan dalam jangka waktu panjang.

Teori pemangku kepentingan ini menyatakan bahwa kemakmuran dan kekuasaan

suatu perusahaan sangat bergantung terhadap kemampuan perusahaan itu sendiri dengan menyelaraskan berbagai kepentingan dari para pemangku kepentingan atau stakeholder. Pada teori pemangku kepentingan ini menegaskan atas hak yang di miliki oleh seluruh stakeholder perusahaan guna memperoleh informasi dari perusahaan tentang seluruh aktivitas perusahaan yang memiliki hubungan dengan para stakeholder. Informasi yang menjadi hak stakeholder baik berupa informasi finansial dan non finansial. Maka, perusahaan berusaha untuk melakukan pengungkapan informasi tersebut secara sukarela terkait aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan stakeholder (Puspitaningrum dan Indriani, 2021).

Teori sinyal menjelaskan perilaku dua pihak ketika mengakses informasi yang berbeda. Teori sinyal ini menjelaskan tindakan yang diambil oleh pemberi sinyal untuk mempengaruhi perilaku penerima sinyal, apapun bentuk atau jenis dari sinyal yang dikeluarkan semuanya dimaksudkan untuk menyiratkan sesuatu dengan harapan pasar atau pihak eksternal akan melakukan perubahan penilaian atas perusahaan dimana sinyal yang dipilih harus mengandung kekuatan informasi untuk mengubah penilaian pihak eksternal perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan kondisi yang dicapai suatu bisnis yang menunjukkan tingkat kepercayaan masyarakat sebagai konsumen terhadap kinerja dan produk perusahaan. Sehingga dapat dikatakan nilai perusahaan menjadi tolak ukur investor dalam melihat dan menilai tingkat keberhasilan pengelolaan manajemen dan sumber daya serta hubungannya dengan harga saham perusahaan itu sendiri. Nilai perusahaan mengukur seberapa besar tingkat kepentingan perusahaan dilihat dari berbagai sudut pandang termasuk investor yang mengaitkan nilai sebuah perusahaan dari harga sahamnya (Kristopeni, 2022).

Lako dalam (Lestari dan Khomsiyah, 2023) menyatakan bahwa green accounting adalah proses pengidentifikasian, pengukuran nilai, pencatatan, pelaporan, dan pengendalian secara terintegrasi atas objek, transaksi, peristiwa keuangan, sosial, dan lingkungan dalam proses akuntansi untuk menghasilkan akuntansi sosial, dan informasi keuangan lingkungan yang lengkap, terintegrasi dan relevan yang berguna bagi pengguna dalam pengambilan keputusan dan manajemen ekonomi dan non ekonomi. Sedangkan Lestari dan Khomsiyah (2023) menyatakan green accounting merupakan aktivitas akuntansi yang meliputi perhitungan dan alokasi biaya preventif dan biaya yang secara langsung maupun tidak langsung berdampak pada lingkungan dan masyarakat akibat aktivitas operasional perusahaan.

Corporate social responsibility (CSR) mengacu pada komitmen perusahaan yang komprehensif dan berkelanjutan untuk menjalankan bisnisnya sesuai dengan etika dan tanggung jawab sosial yang ada, serta berperan dalam pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kesejahteraan para karyawan, komunitas setempat, ataupun masyarakat umum. Pemerintah yang berperan sebagai pemangku kebijakan dalam hal menjaga

lingkungan menerbitkan Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 yang menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan dimana kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran dan jika tidak melaksanakan kewajibannya dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Jogiyanto dalam Muliati et al (2021) menyatakan ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai antara lain dengan total aktiva, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain. Muliati et al (2021) menyatakan semakin besar ukuran perusahaan maka akan berpengaruh baik terhadap nilai perusahaan karena akan semakin mudah memperoleh sumber pendanaan dari pihak eksternal maupun internal. Dalam hal ini, semakin besar ukuran perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan dan menjadi sinyal positif bagi para investor.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada suatu periode tertentu. Perusahaan selalu menginginkan tingkat profitabilitas yang tinggi karena hal tersebut merupakan salah satu keberhasilan perusahaan dalam memaksimalkan sumber daya yang dimilikinya. Sedangkan menurut Siregar et al (2019) profitabilitas atau kemampuan memperoleh laba adalah suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima.

## **Pengembangan Hipotesis**

### **Pengaruh Penerapan Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan**

Teori legitimasi menekankan bahwa organisasi harus terlihat memperhatikan hak-hak publik secara luas, bukan hanya investornya. Dimana dalam teori ini menganggap bahwa masyarakat adalah salah satu faktor penting dalam pengembangan perusahaan dalam jangka waktu panjang. Penerapan green accounting merupakan legitimasi bagi perusahaan agar dapat diterima oleh masyarakat di lingkungan perusahaan itu berada sehingga aktivitas perusahaan terus berjalan di masa yang akan datang (Fahik dan Graciana, 2020).

Yuliani dan Prijanto (2022) menyatakan bahwa green accounting berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi, hasil penelitian dari Kelly dan Henny (2023) dan Kristopeni (2022) menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh dari green accounting. Sedangkan Astuti et al (2023), Nugroho (2023), dan Wijayanti dan Dondoan (2022) menyatakan bahwa green accounting berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis pertama yang dibangun dalam penelitian ini adalah "Penerapan green accounting berpengaruh positif terhadap nilai

perusahaan”

### **Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan**

Teori pemangku kepentingan merupakan suatu teori yang menyatakan bahwa keberlangsungan perusahaan dipengaruhi oleh stakeholder. Pengungkapan CSR merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap stakeholder dimana dukungan dari stakeholder sangat diperlukan untuk menjamin sustainability perusahaan dalam meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan (Dewi dan Narayana, 2020).

Riski dan Prasetyono (2023) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti dan Dondoo (2022) menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Astuti dkk (2023), Murnita dan Putra (2018) serta Oktariko dan Amanah (2018) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis kedua yang dibangun dalam penelitian ini adalah “Penerapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan”

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset, besar kecilnya total aset pada perusahaan akan menggambarkan ukuran perusahaan. Mulati et al (2021) menyatakan semakin besar ukuran perusahaan maka akan berpengaruh baik terhadap nilai perusahaan karena akan semakin mudah memperoleh sumber pendanaan dari pihak eksternal maupun internal. Selain itu, ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor karena semakin besar perusahaan, maka semakin dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi dan hal ini akan menjadi sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Khotimah et al (2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Kristopeni (2022) dan Kusuma dan Priantinah (2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, Penelitian yang dilakukan oleh Asril et al (2021), Kurniawan et al (2019) dan Siregar et al (2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis ketiga ( $H_3$ ) yang dibangun dalam penelitian ini adalah “Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan”

### **Kemampuan Profitabilitas Dalam Memoderasi Hubungan Green Accounting Dengan Nilai Perusahaan**

Penerapan program pengelolaan lingkungan hidup menjadi bukti nyata perusahaan dalam membentuk hubungan baik kepada lingkungan dan sebagai legitimasi perusahaan

dan sebagai bukti perusahaan taat terhadap regulasi. Perusahaan yang taat kepada regulasi akan menciptakan nilai perusahaan yang baik dan akan mendapatkan keuntungan. Kepatuhan terhadap regulasi perusahaan akan menciptakan image baik. Namun investor akan mencari alasan-alasan lainnya sebelum menanamkan modalnya. Tingkat profitabilitas dinilai sebagai faktor penting dalam mempengaruhi investor. Sehingga legitimasi perusahaan yang diciptakan melalui penerapan green accounting akan mempengaruhi nilai perusahaan dengan adanya profitabilitas yang tinggi (Kelly dan Henny, 2023).

Yuliani dan Prijanto (2022) menunjukkan profitabilitas tidak dapat memoderasi hubungan antara green accounting terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, Penelitian Kelly dan Henny (2023) menunjukkan profitabilitas dapat memoderasi penerapan green accounting terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini adalah "Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh penerapan green accounting terhadap nilai perusahaan"

### **Kemampuan Profitabilitas Dalam Memoderasi Hubungan Corporate Social Responsibility (CSR) Dengan Nilai Perusahaan**

Profitabilitas dapat digunakan untuk menilai efektivitas dalam pengelolaan perusahaan, kemampuan perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas dapat menarik minat investor untuk menanamkan dananya, jika profitabilitas perusahaan baik maka stakeholder akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan keuntungan dari penjualan (Kristopeni, 2022). Semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan, maka dipercaya semakin tinggi pula tingkat mengungkapkan CSR yang akan dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena perusahaan dianggap akan menyisihkan dananya untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya lebih luas lagi. Begitu pula sebaliknya, Semakin rendah tingkat profitabilitas suatu perusahaan, maka semakin rendah pula tingkat pengungkapan CSR yang akan sedikit menurunkan nilai perusahaan, karena pendanaan akan digunakan untuk kebutuhan lain dibanding melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Dzikir et al (2020) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, penelitian Riski dan Prasetyono (2023), Murnita dan Putra (2018) serta Oktoriko dan Amanah (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Adapun maka hipotesis ke lima (H5) dalam penelitian ini adalah Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan

### **Kemampuan Profitabilitas Dalam Memoderasi Hubungan Ukuran Perusahaan Dengan Nilai Perusahaan**

Ukuran perusahaan tercermin dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan, semakin

besar ukuran perusahaan maka dampaknya terhadap nilai perusahaan akan semakin baik karena akan semakin mudah memperoleh sumber pendanaan baik dari sumber eksternal maupun internal (Muliati et al., 2021). Semakin banyak sumber dana yang diperoleh maka semakin besar pula peluang suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan, karena semakin banyak sumber dana yang dimiliki untuk menunjang kegiatan operasional maka semakin tinggi pula keuntungan yang diperoleh sehingga akan menyebabkan kenaikan harga saham yang pada akhirnya mempengaruhi nilai perusahaan (Firda dan Efriadi, 2020).

Kusuma dan Priantinah (2018) menunjukkan profitabilitas tidak dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Asril et al (2021) dan Khotimah et al (2020) menunjukkan profitabilitas dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Adapun hipotesis ke enam (H6) dalam penelitian ini adalah "Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan"

### 3. Metode Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data sekunder atau tidak langsung, berupa laporan keuangan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan pertambangan periode 2019-2023. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.

Teknik sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu purposive sampling dengan kriteria bahwa perusahaan mempublikasikan laporan tahunan secara lengkap dan berurutan pada tahun 2019-2023, mengungkapkan informasi mengenai keberlanjutan perusahaan dalam Sustainability Report (Laporan Keberlanjutan) dan terdaftar sebagai peserta PROPER selama tahun 2019-2023. Diperoleh 13 perusahaan yang memenuhi kriteria dengan periode pengamatan selama 5 tahun, sehingga sebanyak 65 data dapat diproses dalam penelitian ini

Pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi dengan mengunduh dokumen dari halaman website perusahaan. Data dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif, analisis regresi linier berganda dan Moderated Regression Analysis (MRA)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai Perusahaan yang diukur dengan menggunakan rumus Tobin's Q sebagaimana yang dilakukan oleh Nugroho (2023) sebagai berikut:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{(\text{MVE} + \text{DEBT})}{\text{TA}}$$

Keterangan:

Tobin's Q = Nilai Perusahaan

---

|      |                                                                    |
|------|--------------------------------------------------------------------|
| MVE  | = Jumlah saham beredar x harga penutupan saham di akhir tahun buku |
| DEBT | = Kewajiban jangka panjang + kewajiban jangka pendek               |
| TA   | = Total Aset                                                       |

Variabel Independen dalam penelitian ini terdiri dari green accounting, corporate social responsibility (CSR), dan ukuran perusahaan. Variabel green accounting diukur melalui skor perusahaan dalam menerima peringkat PROPER sesuai Surat Keputusan Menteri Lingkungan Hidup ataupun laporan tahunan dan laporan keberlanjutan yang diterbitkan oleh masing-masing perusahaan. Penilaian kinerja PROPER dikelompokkan dalam lima peringkat warna dan diberikan skor peringkat sebagaimana yang dilakukan oleh Yuliani dan Prijanto (2022) yaitu peringkat Emas (Sangat Baik) = 5, Hijau (Baik) = 4, Biru (Cukup) = 3, Merah (Buruk) = 2, dan Hitam (Sangat Buruk) = 1.

Variabel CSR diukur dengan rumus CSRDI (Corporate Social Responsibility Disclosure Index) indikator GRI (Global Reporting Initiative) standar yang memiliki 77 item kriteria pengungkapan CSR dengan 13 untuk kategori ekonomi, 30 kategori lingkungan, dan 34 kategori sosial sebagai dasar sustainability reporting. Perhitungan variabel CSR dilakukan dengan memberikan nilai 1 apabila perusahaan mengungkapkan setiap itemnya dan diberikan nilai 0 apabila tidak diungkapkan, kemudian semua nilai per item dijumlahkan lalu dibagi dengan 77 item pengungkapan. Pengungkapan CSR dapat dirumuskan sebagaimana yang dilakukan oleh Julian dan Setiawati (2024):

$$CSRDI_j = \sum XIJ / N_j$$

Keterangan:

$CSRDI_j$  = Corporate Social Responsibility Disclosure Index perusahaan j

$N_j$  = Jumlah item perusahaan j,  $N_j \leq 77$

$XIJ$  = 1: jika item i yang di ungkapkan; 0: jika item tidak ada diungkapkan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai antara lain dengan total aktiva, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain. (Jogiyanto dalam Muliati et al, 2021). Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan rumus sebagaimana yang dilakukan Ferdila (2023) dimana:

$$\text{ukuran perusahaan} = \text{total aktiva}$$

Profitabilitas sebagai variabel moderasi. Profitabilitas diukur menggunakan Return on Equity (ROE) sebagaimana yang dilakukan oleh Wijayanti dan Dondoan (2022)

---

sebagai berikut:

$$\text{ROE} = (\text{Laba Bersih} / \text{Ekuitas Pemegang saham}) \times 100\%$$

#### 4. Hasil Dan Pembahasan

Tabel 1 Hasil Statistik Deskriptif

|                    | N  | Descriptive Statistics |         |          |                |
|--------------------|----|------------------------|---------|----------|----------------|
|                    |    | Minimum                | Maximum | Mean     | Std. Deviation |
| Green Accounting   | 65 | 3,000                  | 5,000   | 3,72308  | ,673324        |
| CSR                | 65 | ,260                   | ,870    | ,50675   | ,206838        |
| Ukuran Perusahaan  | 65 | 28,273                 | 32,190  | 30,35648 | ,889115        |
| Nilai Perusahaan   | 65 | ,549                   | 4,561   | 1,36318  | ,645399        |
| Profitabilitas     | 65 | -,179                  | 1,247   | ,22469   | ,305406        |
| Valid N (listwise) | 65 |                        |         |          |                |

- Predictors: (Constant), Perencanaan Pajak, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Utang
- Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS (2025)

Tabel 1 statistik deskriptif menunjukkan bahwa objek yang diteliti (N) adalah sebanyak 65 data. Variabel green accounting memiliki nilai minimum sebesar 3. Sedangkan, nilai maksimal dari green accounting sebesar 5. Dengan rata-rata 4 dan standar deviasi sebesar 0,673, kondisi demikian dapat diartikan bahwa sebagian besar perusahaan yang menjadi sampel penelitian mendapatkan peringkat Hijau pada penilaian Indeks PROPER.

Variabel CSR dari 77 item pengungkapan mempunyai nilai minimum sebesar 0,260 (20 item pengungkapan) dan nilai maksimum sebesar 0,870 (67 item pengungkapan). Nilai standar deviasinya adalah sebesar 0,207 dan nilai rata-rata pengungkapan CSR sebesar 0,507. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa nilai rata-rata pengungkapan CSR perusahaan pertambangan periode 2019-2023 sebesar 50,7% berarti rata-rata CSR yang diungkapkan sebanyak 39 item dari total 77 item yang perlu diungkapkan.

Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai minimum 28,273 dan nilai maksimum sebesar 32,190. Nilai standar deviasinya adalah sebesar 0,889 dan memiliki nilai rata-rata sebesar 30,356. Hal ini menunjukkan rata-rata perusahaan yang diteliti termasuk kedalam

kategori perusahaan besar karena memiliki aset yang melebihi Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah).

Variabel nilai perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 0,549 dan nilai maksimum sebesar 4,561. Nilai standar deviasinya adalah sebesar 0,645 dan memiliki nilai rata-rata sebesar 1,363. Hal ini menunjukkan perusahaan-perusahaan yang menjadi sampel memiliki prospek pertumbuhan perusahaan yang baik dalam kemampuan perkembangan harga suatu saham serta kapasitas manajer dalam mengelola aset perusahaan dan kemampuan pertumbuhan investasi.

Variabel profitabilitas memiliki nilai minimum sebesar -0,179 dan nilai maksimum sebesar 1,247. Nilai standar deviasinya adalah sebesar 0,305 dan memiliki rata-rata sebesar 0,225. Hal ini berarti perusahaan memiliki rata-rata tingkat pengembalian yang diperoleh dari ekuitas pemegang saham perusahaan dalam periode yang dianalisis adalah 22,5%.

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                  |                         | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| N                                |                         | 65                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean                    | ,0000000                |
|                                  | Std. Deviation          | ,59646882               |
| Most Extreme Differences         | Absolute                | ,131                    |
|                                  | Positive                | ,131                    |
|                                  | Negative                | -,129                   |
| Test Statistic                   |                         | ,131                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                         | ,008 <sup>c</sup>       |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed)      | Sig.                    | ,197 <sup>d</sup>       |
|                                  | 99% Confidence Interval |                         |
|                                  | Lower Bound             | ,187                    |
|                                  | Upper Bound             | ,208                    |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Pada tabel 2 diperoleh nilai residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,197 lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinieritas

| Model | Coefficients <sup>a</sup>   |                           |   |      | Collinearity Statistics |
|-------|-----------------------------|---------------------------|---|------|-------------------------|
|       | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. |                         |

|                   | B     | Std. Error | Beta  |        | Tolerance | VIF  |
|-------------------|-------|------------|-------|--------|-----------|------|
| 1 (Constant)      | 5,605 | 2,755      | 2,034 | ,046   |           |      |
| Green Accounting  | ,401  | ,133       | ,418  | 3,012  | ,004      | ,727 |
| CSR               | -,021 | ,408       | -,007 | -,052  | ,958      | ,821 |
| Ukuran Perusahaan | -,189 | ,097       | -,260 | -1,952 | ,056      | ,791 |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Tabel 3 menunjukkan nilai tolerance dari masing-masing variabel yakni green accounting 0,727, CSR 0,821 dan ukuran perusahaan 0,791 lebih besar dari 0,10. Kemudian untuk nilai VIF yakni green accounting 1,376, CSR 1,219 dan ukuran perusahaan 1,64 dimana seluruh nilai VIF kurang dari 10,00. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi ini.

Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)              | 1,655                       | 1,949      |                           | ,849  | ,399 |
| Green Accounting          | ,090                        | ,094       | ,142                      | ,956  | ,343 |
| CSR                       | -,036                       | ,288       | -,017                     | -,124 | ,901 |
| Ukuran Perusahaan         | -,051                       | ,068       | -,107                     | -,751 | ,456 |

a. Dependent Variable: AbsRES

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Tabel 4 menunjukkan nilai signifikansi untuk setiap variabel yakni green accounting 0,343, CSR 0,901 dan ukuran perusahaan 0,456 lebih besar dari 0,05 maka dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 5 Hasil Uji Autokorelasi

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |            |                   |               |
|----------------------------|-------------------|----------|------------|-------------------|---------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R | Std. Error of the | Durbin-Watson |
|                            |                   |          | Square     | Estimate          |               |
| 1                          | ,231 <sup>a</sup> | ,054     | ,006       | ,53078            | 1,770         |

a. Predictors: (Constant), LAG\_X3, LAG\_X2, LAG\_X1

b. Dependent Variable: LAG\_Y

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Tabel 5, menunjukan nilai DW sebesar 1,770 dan jika dibandingkan dengan tabel DW dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 0,05 dengan jumlah observasi (N) sebanyak 65 perusahaan dan variabel (K) sebanyak 3, diperoleh nilai dl (batas bawah) sebesar 1,5035 dan nilai du (batas atas) sebesar 1,6960. Dengan demikian, diperoleh nilai 4-du sebesar 2,304 dan nilai 4-dl sebesar 2,4965, diperoleh kesimpulan nilai DW berada di antara du dan 4-du atau  $du < DW < 4-du$  atau  $1,6960 < 1,770 < 2,304$  yang berarti  $H_0$  diterima dan tidak terjadi autokorelasi pada persamaan regresi dalam model penelitian ini.

Tabel 6 Hasil Regresi Linier Berganda

| Model |                   | Coefficients <sup>a</sup>   |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |                   | Unstandardized Coefficients | Std. Error |                           |        |      |
| 1     | (Constant)        | 5,605                       | 2,755      |                           | 2,034  | ,046 |
|       | Green Accounting  | ,401                        | ,133       | ,418                      | 3,012  | ,004 |
|       | CSR               | -,021                       | ,408       | -,007                     | -,052  | ,958 |
|       | Ukuran Perusahaan | -,189                       | ,097       | -,260                     | -1,952 | ,056 |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Tabel 6, menunjukan hasil persamaan analisis regresi linier berganda masing-masing variabel sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 5,605 + 0,401 - 0,021 - 0,189 + e$$

Nilai konstanta (a) memiliki nilai positif sebesar 5,605. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen meliputi green accounting (X1), CSR (X2), dan ukuran perusahaan (X3) bernilai 0 (nol) atau tidak mengalami perubahan, maka nilai dari Nilai Perusahaan adalah 5,605. Nilai koefisien regresi untuk variabel green accounting (X1) yaitu sebesar 0,401 nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif (searah) antara variabel green accounting dan nilai perusahaan. Hal ini artinya jika variabel green accounting mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka nilai perusahaan

mengalami kenaikan sebesar 0,401. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap konstan.

Nilai koefisien regresi untuk variabel CSR (X2) yaitu sebesar 0,021 nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antara variabel CSR dan nilai perusahaan. Hal ini artinya jika variabel CSR mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka sebaliknya nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar 0,021 dan jika variabel CSR mengalami penurunan sebesar 1 satuan maka nilai perusahaan mengalami kenaikan sebesar 0,021. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap konstan.

Nilai koefisien regresi untuk variabel ukuran perusahaan (X3) yaitu sebesar 0,189 nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antara variabel ukuran perusahaan dan nilai perusahaan. Hal ini artinya jika variabel ukuran perusahaan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka sebaliknya nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar 0,189 dan jika variabel CSR mengalami penurunan sebesar 1 satuan maka nilai perusahaan mengalami kenaikan sebesar 0,189. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap konstan.

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Model Summary**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,382 <sup>a</sup> | ,146     | ,104              | ,610960                    |

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, CSR, Green Accounting

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Tabel 7, menunjukkan nilai koefisien determinasi (R Square) 0,146, yang mengindikasikan bahwa variabel independen green accounting, CSR, dan ukuran perusahaan mampu menjelaskan sebesar 14,6% variasi yang terjadi pada variabel nilai perusahaan. Sisanya sebesar 85,4% variasi tersebut dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam pengujian pada penelitian ini.

Tabel 8 Hasil Uji F

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |       |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F     | Sig.              |
| 1                  | Regression | 3,889          | 3  | 1,296       | 3,473 | ,021 <sup>b</sup> |

|          |        |    |      |
|----------|--------|----|------|
| Residual | 22,770 | 61 | ,373 |
| Total    | 26,659 | 64 |      |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, CSR, Green Accounting

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 8, menunjukkan nilai F-hitung dari model regresi yang diuji menunjukkan sebesar 3,473 dengan nilai sig  $0,021 < 0,05$  yang berarti bahwa variabel independen (green accounting, CSR, dan ukuran perusahaan) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 9 Hasil Hipotesis (Uji t)

|       |                   | Coefficients <sup>a</sup> |            |              |        |
|-------|-------------------|---------------------------|------------|--------------|--------|
|       |                   | Unstandardized            |            | Standardized |        |
|       |                   | Coefficients              |            | Coefficients |        |
| Model |                   | B                         | Std. Error | Beta         | t      |
| 1     | (Constant)        | 5,605                     | 2,755      |              | 2,034  |
|       | Green Accounting  | ,401                      | ,133       | ,418         | 3,012  |
|       | CSR               | -,021                     | ,408       | -,007        | -,052  |
|       | Ukuran Perusahaan | -,189                     | ,097       | -,260        | -1,952 |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Tabel 9, menunjukkan bahwa variabel independen green accounting (X1) memiliki nilai t sebesar 3,012 dengan signifikansi sebesar  $0,004 < 0,05$  yang berarti bahwa X1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti hipotesis pertama (H1) yang menyatakan green accounting berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan diterima.

Corporate social responsibility (CSR) (X2) memiliki nilai t sebesar -0,052 dengan signifikansi sebesar  $0,958 > 0,05$  yang berarti bahwa X2 tidak berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Hal ini berarti hipotesis kedua (H2) yang menyatakan corporate social responsibility (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ditolak. Ukuran perusahaan (X3) memiliki nilai t sebesar -1,952 dengan signifikansi sebesar  $0,056 > 0,05$  yang berarti bahwa X3 tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ditolak.

Tabel 10 Hasil Uji Moderasi Variabel Green Accounting

|       |                                | Coefficients <sup>a</sup>     |            | Standardized Coefficients Beta | t     | Sig. |
|-------|--------------------------------|-------------------------------|------------|--------------------------------|-------|------|
| Model |                                | Unstandardized Coefficients B | Std. Error |                                |       |      |
| 1     | (Constant)                     | ,798                          | ,490       |                                | 1,628 | ,109 |
|       | Green Accounting               | ,078                          | ,134       | ,081                           | ,580  | ,564 |
|       | Profitabilitas                 | ,332                          | 2,059      | ,157                           | ,161  | ,872 |
|       | GreenAccounting*Profitabilitas | ,222                          | ,518       | ,431                           | ,428  | ,670 |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Pada tabel 10 diperoleh persamaan regresi untuk hipotesis kemampuan profitabilitas memoderasi pengaruh green accounting terhadap nilai perusahaan, sebagai berikut:

$$Y = 0,798 + 0,078 X_1 + 0,332 Z + 0,222 X_1 * Z + e$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_{1-3}$  = Koefisien Regresi

X<sub>1</sub> = Green Accounting

Z = Profitabilitas

e = Kesalahan Residual (error)

Dari persamaan tersebut, menunjukkan bahwa tingkat signifikansi untuk green accounting bernilai 0,564 yang berarti tidak berpengaruh secara signifikan karena memiliki nilai yang lebih tinggi dari 0,05. Selanjutnya, tingkat signifikansi untuk interaksi green accounting dan profitabilitas bernilai 0,670 yang berarti tidak berpengaruh secara signifikan. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh green accounting terhadap nilai perusahaan

Tabel 11 Hasil Uji Moderasi Variabel CSR

|       |  | Coefficients <sup>a</sup>   |  | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|--|-----------------------------|--|---------------------------|---|------|
| Model |  | Unstandardized Coefficients |  |                           |   |      |

*Pengaruh Penerapan Green Accounting,  
Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai  
Perusahaan: Dimoderasi Profitabilitas*



E-Journal STIE Indonesia Banjarmasin  
<https://journal-stieibjm.com>

|   |                    | B      | Std. Error | Beta  |        |      |
|---|--------------------|--------|------------|-------|--------|------|
| 1 | (Constant)         | ,851   | ,197       |       | 4,325  | ,000 |
|   | CSR                | ,383   | ,372       | ,123  | 1,030  | ,307 |
|   | Profitabilitas     | 3,046  | ,595       | 1,442 | 5,123  | ,000 |
|   | CSR*Profitabilitas | -2,804 | ,916       | -,933 | -3,060 | ,003 |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Pada tabel 11 diperoleh persamaan regresi untuk hipotesis kemampuan profitabilitas memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan sebagai berikut:

$$Y = 0,851 + 0,383 X_2 + 3,046 Z - 2,804 X_2 * Z + e$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_{1-3}$  = Koefisien Regresi

$X_2$  = CSR

Z = Profitabilitas

e = Kesalahan Residual (error)

Dari persamaan tersebut, menunjukkan bahwa tingkat signifikansi untuk CSR sebesar 0,307 yang berarti tidak berpengaruh signifikan karena memiliki nilai yang lebih tinggi dari 0,05. Selanjutnya, interaksi antara CSR dan profitabilitas bernilai 0,003 yang berarti berpengaruh secara signifikan karena memiliki nilai yang lebih rendah dari 0,05. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa profitabilitas mampu memoderasi pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan. Dimana profitabilitas memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

Tabel 12 Hasil Uji Moderasi Variabel Ukuran Perusahaan

| Model        | Coefficients <sup>a</sup>   |            | Standardized Coefficients | t    | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|------|
|              | Unstandardized Coefficients | Std. Error |                           |      |      |
|              | B                           |            | Beta                      |      |      |
| 1 (Constant) | 1,842                       | 2,504      |                           | ,736 | ,465 |

|                                     |        |       |        |        |      |
|-------------------------------------|--------|-------|--------|--------|------|
| Ukuran Perusahaan                   | -,025  | ,083  | -,034  | -,299  | ,766 |
| Profitabilitas                      | 16,635 | 7,490 | 7,872  | 2,221  | ,030 |
| UkuranPerusahaan*Profitabi<br>litas | -,505  | ,247  | -7,261 | -2,044 | ,045 |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Tabel 12 menunjukkan persamaan regresi untuk hipotesis kemampuan profitabilitas memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sebagai berikut:

$$Y = 1,842 - 0,025 X_3 + 16,635 Z - 0,505 X_3 * Z + e$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_{1-3}$  = Koefisien Regresi

$X_3$  = Ukuran Perusahaan

Z = Profitabilitas

e = Kesalahan Residual (error)

Pada persamaan tersebut, ditunjukkan bahwa tingkat signifikansi untuk ukuran perusahaan sebesar 0,766 yang berarti tidak berpengaruh signifikan karena memiliki nilai yang lebih tinggi dari 0,05. Selanjutnya, interaksi antara ukuran perusahaan dan profitabilitas bernilai 0,045 yang berarti berpengaruh secara signifikan karena memiliki nilai yang lebih rendah dari 0,05. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa profitabilitas mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dimana, profitabilitas memperlemah pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Green accounting berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dikarenakan terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara green accounting terhadap nilai perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa semakin meningkat penerapan green accounting berdampak pada tingginya harga saham dibarengi dengan meningkatnya nilai perusahaan. Penerapan green accounting menandakan bahwa perusahaan pertambangan tidak berfokus dalam eksplorasi dan eksploitasi lingkungan saja tetapi ikut serta dalam memperbaiki dan mengelola lingkungan akibat dampak dari kegiatan pertambangan. Sejalan dengan konsep teori legitimasi adanya penerapan green accounting oleh perusahaan pertambangan dapat melakukan kegiatan atau program yang membangun hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat berdasarkan norma atau aturan yang ada, dengan harapan perusahaan tersebut dapat diterima ditengah-tengah lingkungan masyarakat dimana beroperasinya perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Astuti et al (2023), Nugroho (2023), dan Wijayanti dan Dondooan (2022) yang menyatakan green accounting berpengaruh positif terhadap

nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Wijayanti dan Dondoan (2022) yang menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ini mengindikasikan bahwa pengungkapan CSR belum menjadi pertimbangan penting bagi investor. Investor cenderung membeli dan menjual saham tanpa memperhatikan seberapa besar pengungkapan CSR perusahaan. Artinya investor lebih memilih saham berdasarkan dinamika ekonomi pasar, faktor keuangan dan berita terbaru sehingga umumnya investor menjual dan membeli saham untuk jangka pendek.

Pengaruh CSR merupakan strategi yang tidak dapat dirasakan dalam jangka pendek, melainkan strategi jangka panjang perusahaan dalam upaya menjaga keberlangsungan hidup perusahaan. Investor menilai CSR hanya akan menimbulkan biaya tambahan bagi perusahaan. Peningkatan pengeluaran perusahaan untuk CSR yang tidak diikuti dengan perubahan rasio keuangan lainnya dari suatu perusahaan menyebabkan investor menilai bahwa peningkatan pengeluaran untuk CSR merupakan pemborosan sumber daya perusahaan.

Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kristopeni (2022) dan Kusuma dan Priantinah (2018) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa besar atau kecil ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar memang cenderung memiliki akses lebih besar ke pasar modal, namun perusahaan yang besar juga harus menghadapi tantangan yang lebih besar dalam mengelola risiko dan mengalokasikan modal secara efektif.

Menurut teori sinyal yang berfokus pada bagaimana perusahaan mengomunikasikan informasi kepada pasar, menyatakan tindakan perusahaan memberikan sinyal kepada investor tentang kualitas dan prospek perusahaan. Dalam hal ini ukuran perusahaan tidak cukup kuat memberikan sinyal kepada calon investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Hal ini karena investor cenderung lebih fokus pada kinerja finansial yang tangible seperti laba bersih, pendapatan, dan efisiensi operasional, yang secara langsung mempengaruhi nilai saham.

Profitabilitas tidak mampu memoderasi green accounting terhadap nilai perusahaan. Hasil sejalan dengan penelitian yang dilakukan Yuliani dan Prijanto (2022) menyatakan bahwa profitabilitas tidak dapat memoderasi hubungan antara green accounting terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas masih belum terbukti mampu menjadi variabel moderasi dikarenakan ketika adanya penurunan profitabilitas, hal tersebut kemungkinan disebabkan oleh adanya biaya yang dikeluarkan untuk tetap menjaga kinerja lingkungan hingga nilai perusahaan masih tetap tergolong baik. Sehingga adanya peningkatan maupun penurunan profitabilitas belum cukup mampu

membuktikan bahwa manajemen perusahaan telah berhasil meningkatkan kinerja keuangan sekaligus kinerja lingkungan perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan investor dan membuat nilai perusahaan meningkat. Jadi adanya peringkat PROPER dari Kementerian Lingkungan Hidup yang berperan sebagai legitimasi bagi para calon investor, ternyata tidak bisa menjadi alasan hal yang membentuk pertimbangan kuat para calon investor untuk berinvestasi di perusahaan.

Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan. Dimana, profitabilitas memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Riski dan Prasetyono (2023) menyatakan bahwa profitabilitas dapat memoderasi (memperlemah) pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Teori stakeholder yang menyatakan bahwa pentingnya tanggung jawab sosial yang perlu dilakukan oleh perusahaan kepada stakeholder untuk menjaga kerja sama yang baik antara kedua belah pihak dengan melakukan CSR akan tetapi perusahaan melakukan kegiatan CSR hanya untuk memenuhi aturan dari pemerintah dan para stakeholder. Ketika investor sudah melihat profitabilitas perusahaan yang tinggi maka investor akan merasa puas dan sudah tidak terlalu memeriksa laporan kegiatan CSR perusahaan. Hal ini karena investor cenderung lebih fokus pada kinerja finansial yang tangible seperti laba bersih, pendapatan, dan efisiensi operasional, yang secara langsung mempengaruhi nilai saham.

Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hasil sejalan dengan penelitian Khotimah et al (2020) menyatakan profitabilitas memoderasi (memperlemah) pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Ketika perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi, hal ini dianggap sebagai sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan tersebut mampu mengelola operasinya dengan baik dan memiliki prospek kedepan. Meskipun sebuah perusahaan besar memiliki keunggulan dalam skala operasi dan akses ke sumber daya, ukuran perusahaan tidak lagi menjadi indikator utama nilai perusahaan ketika profitabilitas tinggi memberikan sinyal yang kuat tentang performa yang baik dan prospek pertumbuhan yang menjanjikan. Sementara apabila profitabilitas memperlemah pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan karena pasar lebih memperhatikan sinyal positif dari profitabilitas daripada hanya mengandalkan ukuran perusahaan sebagai indikator nilai.

## 5. Kesimpulan

Green accounting memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin meningkat penerapan green accounting berdampak pada tingginya harga saham dibarengi dengan meningkatnya nilai perusahaan. Corporate social responsibility (CSR) tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa pengungkapan CSR belum menjadi pertimbangan penting bagi investor. Investor

cenderung membeli dan menjual saham tanpa memperhatikan seberapa besar pengungkapan CSR perusahaan.

Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti besar atau kecilnya perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan karena investor cenderung lebih fokus pada kinerja finansial yang tangible seperti laba bersih, pendapatan, dan efisiensi operasional, yang secara langsung mempengaruhi nilai saham. Kesimpulan berisi rangkuman singkat atas hasil penelitian dan pembahasan yang menjawab tujuan penelitian.

Profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh green accounting terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut kemungkinan disebabkan oleh adanya biaya yang dikeluarkan untuk tetap menjaga kinerja lingkungan hingga nilai perusahaan masih tetap tergolong baik. Sehingga adanya peningkatan maupun penurunan profitabilitas belum cukup mampu membuktikan bahwa manajemen perusahaan telah berhasil meningkatkan kinerja keuangan sekaligus kinerja lingkungan perusahaan untuk membuat nilai perusahaan meningkat.

Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh corporate social responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan. Dimana profitabilitas memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Dalam hal ini, CSR yang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan semakin tidak berpengaruh atau semakin lemah pengaruhnya terhadap nilai perusahaan ketika profitabilitas tinggi. Profitabilitas juga mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dimana profitabilitas memperlemah pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dalam hal ini, ukuran perusahaan yang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan semakin tidak berpengaruh atau semakin lemah pengaruhnya terhadap nilai perusahaan ketika profitabilitas tinggi.

Objek penelitian yang digunakan pada penelitian ini hanya menggunakan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sehingga tidak dapat menggeneralisasi untuk mengukur nilai perusahaan. Pada penelitian ini, hanya menggunakan variabel independen yaitu green accounting, corporate social responsibility (CSR) dan ukuran perusahaan serta variabel moderasi profitabilitas. Masih terdapat banyak faktor yang dapat dijadikan variabel independen dan moderasi untuk mengukur nilai perusahaan

Penelitian berikut diharapkan memperluas atau mengubah objek penelitian dengan menggunakan sektor perusahaan lain seperti sektor manufaktur, sektor perindustrian, sektor keuangan dan sektor kesehatan, menggunakan periode penelitian pasca covid-19 karena pada periode covid-19 data-data dari perusahaan tergolong ekstrim sehingga dapat mempengaruhi penelitian. Dan menambah atau mengubah variabel moderasi yang diperkirakan dapat memoderasi semua variabel independen terhadap variabel dependen.

## Daftar Pustaka

- Asril, Yeni, F., & Sanjaya, S. (2021). Pengaruh Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Journal of Business and Economics (JBE) UPI YPTK*, 6(3), 104–112. <https://doi.org/10.35134/jbeupiyptk.v6i3.130>
- Astuti, N. K. N., Pradnyani, N. L. P. S. P., & Wasita, P. A. A. (2023). Pengaruh Penerapan Green Accounting, Profitabilitas, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal Research of Accounting (JARAC)*, 4(2), 133–145.
- Corporate Social Responsibility The WBCSD's journey. (n.d.). World Business Council for Sustainable Development. Retrieved November 11, 2023, from <https://www.wbcsd.org/?ref=ecobraz.org>
- Dewi, P. P., & Edward Narayana, I. P. (2020). Implementasi Green Accounting, Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(12), 3252. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i12.p20>
- Diam-diam, Investor Mulai Akumulasi Saham “Ramah Lingkungan.” (2021). <https://www.cnbcindonesia.com/mymoney/20211018124702-72-284664/diam-diam-investor-mulai-akumulasi-saham-ramah-lingkungan>
- Dzikir, A. N., Syahnur, & Tenriwaru. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empirirs Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014 â€“ 2016). *Ajar*, 03(2), 219–235. <https://doi.org/10.61938/fm.v17i2.336>
- Fahik, E., & Graciana. (2020). Pengaruh Green Accounting Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Tekstil & Garmen Yang Terdaftar Di Bei Periode 2016-2018. [repository.stie-mce.ac.id](https://repository.stie-mce.ac.id)
- Ferdila, F., Mustika, I., & Martina, S. (2023). Pengaruh Firm Size, Likuiditas, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Owner*, 7(4), 3274–3284. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i4.1883>
- Julian, A., & Setiawati, E. (2024). The Effect Of Corporate Social Responsibility (CSR) And Company Size On Firm Value With Profitability As A Moderating Variable (Empirical Study On Manufacturing Companies In The Consumer Goods Industry Sector Listed On The IDX For The 2019-2021 Period). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 871–883. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Kelly, S. G., & Henny, D. (2023). Pengaruh Green Accounting Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3301–3310. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.18051>

- Khotimah, S. N., Mustikowati, R. I., & Sari, A. R. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(2), 1–13. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v3i1.48>
- Kristopeni, P. P. (2022). Analisis Pengaruh Penerapan Green Accounting, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Subsektor Farmasi Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal FinAcc*, 7(6), 908–918.
- Kurniawan, K., Bangun, N., Wijaya, H., & Rahardjo, T. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *STATERA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 1–15. <https://doi.org/10.33510/statera.2019.1.1.1-15>
- Kusuma, R. A. W., & Priantinah, D. (2018). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Yang Bergabung Di Issi Dan Konvensional Periode 2014-2016. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(2), 91–105. <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i2.21352>
- Lestari, A. D., & Khomsiyah, K. (2023). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Penerapan Green Accounting, dan Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 3(3), 514–526. <https://doi.org/10.47709/jebma.v3i3.2799>
- Muliati, N. kadek, Sunarwijaya, I. K., & Adiyandnya, M. S. P. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Kharisma*, 3(1), 413–424. <https://doi.org/10.55601/jwem.v1i1i2.784>
- Murnita, P. E. M., & Putra, I. M. P. D. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 1470. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v23.i02.p25>
- 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>
- Oktariko, B., & Amanah, L. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 7(9), 1–16.
- Pelestarian Lingkungan Indonesia Tergolong Buruk di Asia Pasifik. (n.d.). Retrieved December 7, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/25/pelestarian-lingkungan-indonesia-tergolong-buruk-di-asia-pasifik>
- Prasetyorini, B. F. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan. *Jurnal Imu Manajemen*, 1(1), 183–196.
- Riski, I. A., & Prasetiono. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Diponegoro Journal Of*

- Management, 12(1), 1–12. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16424>
- Siregar, M. E. S., Dalimunthe, S., & Trijunianto, R. S. (2019). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, kebijakan dividen dan struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10(2), 356–385.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.
- 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>
- Windasari, O., & Riharjo, I. B. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance, Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(2460–0585), 1–20.
- Yanuar Puspitaningrum, H., & Indriani, A. (2021). Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Good Corporate Governance Terhadap Profitabilitas Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan dan Leverage Sebagai Variabel Kontrol. *Diponegoro Journal Of Management*, 10(3), 1–15.
- Yastynda, Z. S. T. (2022). Pengaruh Penerapan Green Accounting dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Basic Material yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Universitas Jember.
- 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. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5, 2275–2284.
- American Psychological Association. (1972). *Ethical standards of psychologists*. Washington, DC: American Psychological Association