



Pengaruh *Green Accounting* Dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi

Safril Hidayat^{1*}, Meldona²

^{1,2}, Universitas Islam Negeri Malang

*E-Mail Korespondensi: safrilhidayat9770@gmail.com

Information Article

History Article

Submission: 28-05-2025

Revision: 12-06-2025

Published: dd-mm-yyyy

DOI Article:

10.24905/permana.v17i3.859

A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* terhadap nilai perusahaan, serta menguji peran profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2023. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang dianalisis melalui regresi data panel menggunakan model *Common Effect*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan *CSR Disclosure* berpengaruh positif dan signifikan. Uji *Moderated Regression Analysis (MRA)* mengungkap bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh *Green Accounting* terhadap nilai perusahaan, namun mampu memperkuat pengaruh *CSR Disclosure* terhadap nilai perusahaan.

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

A B S T R A C T

This study aimed to examine the effect of Green Accounting and Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure on firm value, as well as to test the role of profitability as a moderating variable in mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2019–2023 period. A quantitative research approach was employed using secondary data analyzed through panel data regression with the Common Effect Model. The results revealed that Green Accounting had no significant effect on firm value, while CSR Disclosure had a positive and significant impact. The Moderated Regression Analysis (MRA) indicated that profitability did not moderate the relationship between Green Accounting and firm value, but it significantly strengthened the effect of CSR Disclosure on firm value. This research was limited to the mining sector and

Acknowledgment

1



a five-year observation period, with measurement approaches that could be further refined. The findings contribute theoretically to the development of environmental and social accounting literature and offer practical value for corporate management and investors in assessing determinants of firm value.

Key Word: *Green Accounting, Corporate Social Responsibility, Firm Value, Profitability, Mining Companies*

© 2025 Published by Permana. Selection and/or peer-review under responsibility of Permana

PENDAHULUAN

Di Indonesia, pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR*) telah menjadi praktik umum, terutama bagi perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam, sejalan dengan ketentuan Pasal 74 UU Perseroan Terbatas (Gunawan & Berliyanda, 2024). *CSR* memberikan manfaat dalam meningkatkan citra dan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Tenriwatu & Nasaruddin, 2020). Nilai perusahaan sendiri merupakan indikator penting bagi investor dalam menilai prospek dan kinerja perusahaan, serta mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menjaga kelangsungan usaha dan memenuhi kewajiban keuangannya (Susilawati et al., 2024). Dalam konteks ini, sektor pertambangan menjadi sorotan utama karena memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional namun memiliki dampak lingkungan yang signifikan (Muhlis & Gultom, 2021). Beberapa kasus kontaminasi, seperti yang dilakukan PT Kimu Sukses Abadi dan isu parasetamol di Teluk Jakarta, menjadi bukti lemahnya pengelolaan lingkungan oleh beberapa entitas industri (Afiyah et al., 2023).

Konsep *Green Accounting* atau akuntansi hijau hadir sebagai solusi strategi yang mengintegrasikan biaya lingkungan ke dalam pelaporan keuangan perusahaan, dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran perusahaan dalam mengelola dampak ekologis dari aktivitas bisnisnya (Erlangga et al., 2021). Namun penerapannya di Indonesia masih tergolong rendah. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam. Astari (2023) dan Erlangga (2021) menemukan bahwa *Green Accounting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, namun Susilawati (2024), Fernando (2024), dan Sakina (2023) menemukan tidak adanya pengaruh yang signifikan. Hal serupa juga ditemukan dalam pengaruh *CSR* terhadap nilai per-



sahaan. Andriyani & Nahar (2020) serta Sari & Machdar (2023) menyatakan adanya hubungan positif, sementara Muhlis & Gultom (2021) dan Sakina (2023) menyatakan sebaliknya. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah penelitian (*research gap*) tersebut dengan memasukkan variabel moderasi, yaitu profitabilitas, yang dinilai mampu memperkuat hubungan antara *Green Accounting* dan CSR dengan nilai perusahaan. Profitabilitas dianggap penting karena berperan dalam menentukan kemampuan perusahaan dalam mengalokasikan dana untuk program tanggung jawab sosial dan pengelolaan lingkungan (Sari & Machdar, 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap nilai perusahaan, serta menguji peran profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019–2023. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan literatur akuntansi lingkungan dan tanggung jawab sosial, serta memberikan manfaat praktis bagi manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan strategi terkait pelaporan perjalanan. Selain itu, penelitian ini juga memberikan perspektif baru bagi investor dan pemangku kepentingan lainnya dalam perusahaan, serta menjadi referensi bagi regulator seperti Bapepam dan IAI dalam merumuskan kebijakan terkait pelaporan dan akuntansi lingkungan di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian Ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020) metode kuantitatif disebut sebagai metode ilmiah atau *scientific* karena memenuhi prinsip-prinsip keilmuan, seperti bersifat nyata atau berbasis pada pengalaman empiris, objektif, dapat diukur, rasional, dan tersusun secara sistematis. Penelitian Ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020) metode kuantitatif disebut sebagai metode ilmiah atau *scientific* karena memenuhi prinsip-prinsip keilmuan, seperti bersifat nyata atau berbasis pada pengalaman empiris, objektif, dapat diukur, rasional, dan tersusun secara sistematis.

Penelitian ini berfokus pada perusahaan pertambangan yang termasuk dalam subsector minyak, gas, logam, batubara, emas, alumunium, yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023. Dalam konteks penelitian ini, populasi yang digunakan adalah perusahaan pertambangan yang tergolong dalam subsektor minyak, gas dan logam, serta terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan adalah perusahaan pertambangan di sektor minyak mentah dan gas



bumi yang dipilih melalui metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan yang diperoleh dari perusahaan Pertambangan dalam minyak, gas dan logam yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023.

Dalam penelitian ini, digunakan sampel perusahaan dalam jumlah yang cukup besar dengan cakupan periode beberapa tahun. Untuk mengolah dan menganalisis data, penelitian ini menggunakan perangkat lunak EViews 12. EViews (*Econometrics Views*) merupakan software berbasis windows yang banyak digunakan dalam analisis statistik dan ekonometrika, terutama dalam pengolahan data runtun waktu atau time series.

HASIL

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif dimanfaatkan untuk menilai kondisi data yang telah dihimpun dalam penelitian ini. Proses ini dilakukan dengan menggambarkan data melalui sejumlah indikator, seperti nilai rata-rata, nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi. Adapun variabel utama yang diteliti meliputi nilai perusahaan (Y), *Green Accounting* (X1), *Corporate Social Responsibility Disclosure* atau CSRD (X2), serta profitabilitas yang diukur menggunakan *Return on Aset* (ROA) sebagai variabel moderasi (Z). Berikut disajikan hasil analisis deskriptif dari keseluruhan variabel tersebut.

Tabel 1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	Min	Max	Mean	Standar Deviasi
Green Accounting	0.000000	1.000000	0.760000	0.431419
CSR	769.0000	3407.000	1099.000	568.7473
Nilai Perusahaan	-1.325376	8.625404	3.446691	3.446691
Profitabilitas	-439.9700	1221.230	167.1348	167.1348

Sumber: Output Eviews 12 (2025)

Menurut infomasi yang disajikan dalam table diatas, dikumpulkan data tentang variable penelitian, yaitu:

1. *Green Accounting* (X1) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,76, dengan nilai tertinggi 1 dan terendah 0, dan standar deviasi 0.431, berdasarkan perhitungan dari 50 sampel yang digunakan dalam penelitian. Temuan ini menunjukan bahwa mayoritas perusahaan

yang menjadi objek penelitian telah menerapkan praktik green accounting dalam kegiatan operasionalnya.

2. *Corporate Social Responsibility Disclosure* (X2) memiliki nilai rata-rata sebesar 1.268, dengan nilai maksimum 3.407 dan minimum 769. Standar deviasi sebesar 568,75. Hal ini menunjukkan bahwa variabel CSR bersifat heterogen. Yang menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR antar perusahaan sangat beragam ada yang mengungkapkan sedikit, ada pula yang sangat lengkap
3. Sementara itu, variabel profitabilitas (M) memiliki nilai minimum sebesar -439,9700 dan nilai maksimum sebesar 1.221,230, dengan nilai rata-rata sebesar 167,1348. Variabel ini memiliki standar deviasi sebesar 167,1348, yang sama besar dengan nilai ratanya, menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas antar perusahaan sangat bervariasi dan cenderung tidak sama. Profitabilitas heterogen dalam penelitian ini adalah bahwa tingkat profitabilitas antar perusahaan sangat bervariasi, dari yang mengalami kerugian besar hingga yang memiliki keuntungan sangat tinggi, yang mencerminkan ketidaksaaman kondisi kinerja keuangan di antara perusahaan-perusahaan

Analisis Pemilihan Model

Pemilihan model regresi data panel dilakukan untuk menentukan apakah model yang digunakan adalah Common Effect Model (CEM), Fixed Effect Model (FEM), atau Random Effect Model (REM). Tiga jenis uji yang dilakukan adalah Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji Lagrange Multiplier.

Uji Chow

Hasil Uji Chow menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,20 ($> 0,05$), sehingga disimpulkan bahwa model *Common Effect* (CEM) lebih tepat dibandingkan *Fixed Effect Model*. Ini mengindikasikan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antar perusahaan dalam hal pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

Tabel 2 Hasil Uji Chow

Effect Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	1.155823	(9,38)	0,3500
Cross-section Chi-Square	12.098168	9	0,2078

Sumber: Output Eviews 12 (2025)

Berdasarkan hasil Uji Chow pada table 2 yang ditampilkan, diketahui bahwa nilai probabilitas untuk *Cross-section F* adalah 0,3500 dan untuk *Cross-section Chi-Square* sebesar

0,2078, di mana keduanya lebih tinggi dari tingkat signifikansi 0,05. Artinya, hipotesis nol diterima. Dengan demikian, model yang paling sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini adalah *Common Effect Model* (CEM). Setelah ditentukan bahwa model umum lebih tepat digunakan, langkah selanjutnya adalah melakukan Uji Hausman untuk membandingkan model tersebut dengan model Random Effect.

Uji Hausman

Uji Hausman bertujuan untuk menentukan model regresi panel yang paling sesuai antara *Fixed Effect Model* (FEM) dan *Random Effect Model* (REM). Pemilihan model didasarkan pada nilai probabilitas (p-value) dari pengujian cross-section random. Apabila nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka model yang dianggap paling tepat adalah *Random Effect Model*. Sebaliknya, jika nilai probabilitas kurang dari 0,05, maka model yang lebih sesuai untuk digunakan adalah *Fixed Effect Model*.

Tabel 3 Hasil Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	1,275087	2	0,5286

Sumber: Output Eviews 12 (2025)

Uji Hausman memberikan nilai probabilitas sebesar 0,52 ($> 0,05$), yang menunjukkan bahwa model *Random Effect Model* (REM) lebih sesuai dibandingkan *Fixed Effect Model*. Namun, hasil ini masih perlu dikonfirmasi dengan uji *Lagrange Multiplier*

Uji Lagrange Multiplier

Uji Lagrange Multiplier digunakan untuk menentukan model yang paling tepat antara *Random Effect Model* (REM) dan *Common Effect Model* (CEM). Pemilihan model didasarkan pada nilai probabilitas (p-value) dari uji cross-section. Apabila nilai p lebih besar dari 0,05, maka model yang digunakan adalah Common Effect Model. Sebaliknya, jika nilai p kurang dari 0,05, maka model yang dipilih adalah Random Effect Model.

Tabel 4 Hasil Uji Lagrange Multiplier

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	0.001164 (0,9728)	0.366621 (0,5449)	0,367785 (0,5442)

Sumber: Output Eviews 12 (2025)

Hasil Uji Lagrange Multiplier menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,97 ($> 0,05$), yang



mendukung pemilihan *Common Effect Model* (CEM) sebagai model terbaik. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah model efek umum (CEM)

Analisis Regresi Data Panel

Berdasarkan hasil pemilihan model yang telah dilakukan, Model Efek Umum (CEM) dipilih sebagai model yang paling sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini. Selanjutnya, dilakukan analisis regresi data panel yang melibatkan tiga variabel independen, *Corporate Social Responsibility*, dan *Green Accounting*, serta satu variabel moderasi, yaitu profitabilitas, dan satu variabel dependen, yaitu nilai perusahaan. Berikut disajikan tabel hasil regresi data panel menggunakan Model Efek Umum (CEM).

Tabel 5 Hasil Uji Regresi Data Panel

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob
C	2.079999	0.947892	2.194341	0.0332
X1	-0.826325	0.743591	-1.111263	0.2721
X2	0.001573	0.000564	2.788837	0.0076

Sumber: Output Eviews 12 (2025)

Berdasarkan tabel 5 diatas, regresi data panel yang digunakan dalam penelitian ini menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,08 - 0,83 X_1 + 0,0016 X_2$$

Dengan:

Y = Nilai Perusahaan

X1 = *Green Accounting*

X2 = *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*

Persamaan ini memberikan gambaran mengenai bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen, yaitu nilai perusahaan. Koefisien konstanta sebesar 2,08 menunjukkan bahwa ketika nilai *Green Accounting* dan *CSR Disclosure* dianggap nol (tidak berpengaruh), maka nilai perusahaan secara teoritis berada pada tingkat 2,08. Nilai konstanta ini menjadi titik awal prediksi nilai perusahaan sebelum mempertimbangkan variabel-variabel lainnya.

Koefisien pada variabel *Green Accounting* (X1) sebesar -0,83 memiliki arah hubungan negatif, yang berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan pada skor *Green Accounting* akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,83 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan. Na-



mun, penting untuk dicatat bahwa dalam hasil uji statistik, pengaruh ini tidak signifikan secara statistik, yang ditunjukkan oleh nilai p (probabilitas) $> 0,05$. Ketidak signifikannya ini dapat diartikan bahwa meskipun secara matematis terdapat penurunan. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti investor yang belum terlalu mempertimbangkan aspek lingkungan dalam penilaian perusahaan.

Sebaliknya, koefisien variabel CSR *Disclosure* (X_2) sebesar 0,0016 menunjukkan hubungan positif terhadap nilai perusahaan. Artinya, setiap peningkatan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar satu satuan akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,0016 satuan. Meskipun nilainya relatif kecil, pengaruh ini terbukti signifikan secara statistik ($p < 0,05$), yang berarti bahwa CSR *Disclosure* memiliki kontribusi yang nyata dalam membentuk persepsi pasar atau investor terhadap nilai perusahaan. Hasil ini mendukung teori stakeholder dan legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan yang lebih terbuka dan bertanggung jawab terhadap lingkungan sosialnya akan mendapatkan kepercayaan dan dukungan dari para pemangku kepentingan, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Secara keseluruhan, model ini menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan lebih berperan secara signifikan dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan dibandingkan dengan praktik *green accounting*. Temuan ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa aspek sosial lebih cepat mendapat perhatian publik dan investor, dibandingkan aspek lingkungan yang memerlukan waktu dan strategi komunikasi yang lebih kompleks. Oleh karena itu, perusahaan perlu lebih serius dalam menerapkan dan mengomunikasikan CSR kepada stakeholder untuk meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

Uji Asumsi Klasik.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang kuat atau tidak antar variabel independen dan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai koefisien korelasi antar variabel. Apabila nilai koefisien korelasi berada di bawah 0,80, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai korelasi melebihi 0,80, maka variabel-variabel tersebut dianggap mengalami masalah multikolinearitas. Berikut hasil pengujian multikolinearitas yang telah diperoleh.

**Tabel 6 Hasil Uji Multikolinearitas**

	X1	X2
X1	1.000000	0.040981
X2	0.040981	1.000000

Sumber: Output Eviews 12 (2025)

Pada tabel 6 Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara variabel *Green Accounting* (X1) dan *CSR Disclosure* (X2) sebesar 0,040, yang jauh lebih kecil dari ambang batas 0,80. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas, sehingga kedua variabel tersebut dapat digunakan secara bersamaan dalam model regresi tanpa menimbulkan gangguan pada estimasi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual antara satu observasi dengan observasi lainnya. Suatu model regresi dikatakan baik apabila tidak terdapat heteroskedastisitas. Jika nilai probabilitas yang dihasilkan $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa model mengalami heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka model tidak mengindikasikan adanya heteroskedastisitas. Adapun hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob
C	1.884548	0.533427	3.532905	0.0009
X1	-0.033611	0.418457	-0.080322	0.9363
X2	-4.82E-05	0.000317	-0.151714	0.8801

Sumber: Output Eviews 12 (2025)

Dari hasil pengujian, diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,9363 untuk variabel X1 dan 0,8801 untuk variabel X2, yang keduanya lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dalam model ini, atau dengan kata lain, varians residualnya konstan (homoskedastis).

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji keseluruhan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Proses pengujian menggunakan bantuan perangkat lunak statistik E-Views versi 12. Adapun jenis pengujian yang digunakan meliputi uji parsial (t-test), uji koefisien determinasi (R^2), serta analisis regresi moderasi (*Moderated Regression Analysis/MRA*). Ketiga jenis uji tersebut digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing varia-



bel secara individu, kekuatan model secara keseluruhan, serta peran variabel moderasi dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antar variabel.

Uji Parsial (t)

Uji parsial (t) bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Berikut ini disajikan hasil dari pengujian tersebut.

Dependent Variable: Y

Method: Panel Least Squares

Date: 05/18/25 Time: 11:00

Sample: 2019 2023

Periods included: 5

Cross-sections included: 10

Total panel (balanced) observations: 50

Tabel 8 Hasil Uji T

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob	Keterangan	Hipotesis
C	2.079999	0.947892	2.194341	0.0332		Tidak Signifikan
X1	-0.826325	0.743591	-1.111263	0.2721	H1	Tidak Signifikan
X2	0.001573	0.000564	2.788837	0.0076	H2	Signifikan

Sumber: Output Eviews 12 (2025)

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel di atas, berikut adalah penjelasan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t:

1. *Green accounting* sebesar 0,2721 dengan t-statistic sebesar -1,111 ditunjukkan oleh variabel *green accounting* (X1). Karena nilai *green accounting* lebih besar dari 0,05 hipotesis bahwa *green accounting* memengaruhi nilai perusahaan ditolak. Oleh karena itu, *green accounting* tidak memengaruhi variable nilai perusahaan.
2. *Corporate Social Responsibility Disclosure* menunjukkan nilai probabilitas 0,0076 dengan t-statistic sebesar 2,788. Hipotesis yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility Disclosure* memengaruhi nilai perusahaan diterima karena nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, *Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.



Uji R-Square

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel-variabel independen mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan melalui R-Square mencerminkan besarnya kontribusi variabel bebas dalam memengaruhi variabel terikat. Apabila nilai R-Square rendah, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen juga dianggap lemah. Sebaliknya, nilai R-Square yang tinggi menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang kuat dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Berikut ini disajikan hasil pengujian nilai koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini.

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R-Squared	0,157302
Adjusted R-Squared	0,121442

Sumber: Output Eviews 12 (2025)

Diketahui nilai Adjusted R-Squared sebesar 0,1214. Sehingga nilai tersebut dapat diartikan bahwa variabel independen (*Green Accounting*, dan *Corporate Social Responsibility Disclosure*) mampu mempengaruhi nilai perusahaan sebesar 12,14%. Sedangkan sisanya sebesar 87,86% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti.

Uji MRA

Penelitian ini melibatkan satu variabel moderasi, yaitu profitabilitas, yang diukur menggunakan rasio ROA (*Return on Assets*). Uji moderasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana profitabilitas mampu memengaruhi hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan *green accounting* terhadap nilai perusahaan. Tujuan dari analisis ini adalah untuk melihat apakah profitabilitas memperkuat atau memperlemah pengaruh kedua variabel independen tersebut terhadap nilai perusahaan. Berikut disajikan hasil analisis regresi yang melibatkan variabel moderasi.

Tabel 10 Hasil Uji MRA

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob	Hipotesis	Keterangan
C	3.336915	0.365685	9.125117	0.0000		Tidak Signifikan
X1M	-0.003081	0.001791	-1.719940	0.0920	H1	Tidak Signifikan
X2M	0.021132	0.009956	2.122576	0.0391	H2	Signifikan

Sumber: Output Eviews 12 (2025)



1. Pada tabel 4.10 Probabilitas sebesar 0,0920 ditunjukkan oleh variabel X1. Karena nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, profitabilitas tidak mampu memoderasi *green accounting* terhadap nilai perusahaan
2. *Corporate Social Responsibility Disclosure* menunjukkan nilai probabilitas 0,0391. Hipotesis yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility Disclosure* lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap nilai perusahaan.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil analisis regresi data panel yang digunakan dalam penelitian ini, diketahui bahwa variabel *Green Accounting* (X1) memiliki nilai koefisien sebesar -0,826 dengan nilai signifikansi (probabilitas) sebesar 0,2721 ($> 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa *Green Accounting* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2023.

Temuan ini mengindikasikan bahwa penerapan *green accounting*, yang dalam penelitian ini diukur melalui skor PROPER, belum mampu meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan di mata investor atau pasar. Koefisien negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi skor *green accounting*, justru cenderung menurunkan nilai perusahaan, meskipun arah hubungan ini tidak signifikan secara statistik. Salah satu kemungkinan penyebabnya adalah bahwa pengeluaran yang terkait dengan praktik *Green Accounting* seperti biaya pengelolaan limbah, konservasi energi, atau teknologi ramah lingkungan—masih dianggap sebagai beban tambahan oleh investor, bukan sebagai bentuk investasi jangka panjang yang mampu mendongkrak kinerja dan nilai perusahaan.

Selain itu, hasil ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Susilawati et al., (2024), Sakina, (2023), Fernando et al., (2024) yang menemukan bahwa *Green Accounting* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Salah satu faktor penyebabnya dapat berupa tingkat adopsi *Green Accounting* yang masih rendah, atau kurangnya transparansi dalam pelaporan biaya lingkungan, yang menyebabkan investor tidak melihat manfaat langsung dari penerapan praktik ini.

Dari perspektif teoritis, hasil ini kurang mendukung Teori Legitimasi, yang menyatakan bahwa perusahaan akan mendapatkan kepercayaan publik dan legitimasi sosial jika mampu

menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan. Ketidaksesuaian ini mungkin terjadi karena masih adanya kesenjangan antara upaya pelaporan lingkungan dengan persepsi publik atau investor, terutama jika pelaporan tersebut tidak terkomunikasikan secara efektif dalam laporan keberlanjutan perusahaan.

Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil uji regresi data panel menggunakan Model Efek Umum (*Common Effect Model/CEM*), variabel *Corporate Social Responsibility Disclosure* (X2) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,0016 dengan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,0076. Karena nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin tinggi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan, maka semakin besar pula kemungkinan peningkatan nilai perusahaan.

Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa CSR tidak hanya berfungsi sebagai bentuk pertanggung jawaban sosial perusahaan, tetapi juga sebagai sarana strategis dalam membangun reputasi dan kepercayaan publik. Pengungkapan CSR yang dilakukan secara transparan dapat meningkatkan persepsi positif dari investor dan masyarakat, sehingga meningkatkan minat untuk berinvestasi dan secara tidak langsung menaikkan nilai pasar perusahaan. Dalam konteks perusahaan pertambangan yang menjadi objek penelitian, praktik CSR menjadi sangat penting karena industri ini berhubungan langsung dengan lingkungan dan masyarakat sekitar.

Secara teoritis, temuan ini mendukung Teori Legitimasi dan Teori Stakeholder, yang menjelaskan bahwa perusahaan perlu menjaga hubungan baik dengan masyarakat dan memenuhi ekspektasi para pemangku kepentingan agar tetap memperoleh legitimasi sosial. Ketika perusahaan mampu membuktikan komitmen sosial dan lingkungan melalui laporan CSR yang lengkap dan berkualitas, maka perusahaan akan dipandang memiliki nilai lebih di mata publik dan investor. Pengaruh positif ini menunjukkan bahwa pasar merespons dengan baik perusahaan yang peduli terhadap isu sosial dan lingkungan.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Erlangga et al., (2021), Sari & Machdar, (2023) Praneta & Winingrum W A, (2024) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun demikian, hasil penelitian ini juga menegaskan pentingnya konten dan kualitas pengungkapan CSR, bukan hanya keberadaannya secara formal. Artinya, perusahaan tidak cukup hanya melaporkan kegia-

tan CSR secara simbolis, tetapi harus benar-benar menunjukkan keberlanjutan, dampak positif, dan keterlibatan aktif dalam pembangunan sosial dan lingkungan.

Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variable Moderasi

Dari hasil dari pengujian menggunakan metode *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan bahwa variabel interaksi antara *Green Accounting* (X1) dan Profitabilitas (M) menghasilkan koefisien sebesar -0,0031 dengan nilai probabilitas 0,0920 ($> 0,05$). Nilai tersebut menunjukkan bahwa interaksi antara *Green Accounting* dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, profitabilitas tidak terbukti mampu memoderasi hubungan antara *Green Accounting* dengan nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2019–2023.

Secara teoritis, perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi seharusnya memiliki sumber daya yang lebih besar untuk mengimplementasikan *Green Accounting* secara optimal, sehingga meningkatkan citra perusahaan dan akhirnya mendorong kenaikan nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian ini justru menunjukkan bahwa meskipun perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi, hal tersebut tidak memperkuat pengaruh *Green Accounting* terhadap nilai perusahaan secara signifikan.

Beberapa kemungkinan penyebab dari hasil ini antara lain adalah masih rendahnya kesadaran dan pemahaman perusahaan dalam mengintegrasikan *Green Accounting* sebagai strategi utama, atau pelaporan *Green Accounting* yang bersifat formalitas semata, sehingga tidak mampu memberikan sinyal kuat kepada investor. Selain itu, investor dan pemangku kepentingan mungkin masih lebih fokus pada indikator keuangan tradisional dan belum menganggap *Green Accounting* sebagai faktor utama dalam pengambilan keputusan investasi. Hal ini diperkuat dengan hasil koefisien interaksi yang negatif, yang menunjukkan bahwa pada perusahaan dengan profitabilitas tinggi sekali pun, *Green Accounting* belum menjadi pendorong nilai perusahaan yang kuat.

Temuan ini juga selaras dengan beberapa penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh Melawati & Rahmawati (2022), dan Afiyah (2023) yang menemukan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan antara *Green Accounting* dan nilai perusahaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun aspek keberlanjutan menjadi perhatian dalam bisnis modern, namun masih terdapat kesenjangan antara praktik pelaporan lingkungan dan peng-



kuan nilai ekonomi oleh pasar.

Pengaruh *Corporate Sosial Responsibility Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variable Moderasi

Hasil analisis regresi moderasi menggunakan pendekatan *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan bahwa interaksi antara variabel *Corporate Social Responsibility Disclosure* (X2) dan profitabilitas (M) memberikan nilai koefisien sebesar 0,0211 dengan tingkat signifikansi 0,0391, yang berada di bawah ambang batas 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berperan sebagai variabel moderasi yang signifikan dalam memperkuat hubungan antara CSR *Disclosure* dan nilai perusahaan.

Temuan ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung dapat lebih optimal dalam melaksanakan dan mengungkapkan aktivitas CSR. Kemampuan keuangan yang memadai memungkinkan perusahaan untuk menjalankan program-program sosial dan lingkungan secara lebih luas dan berkelanjutan. Pengungkapan CSR yang didukung oleh profitabilitas yang tinggi akan memberikan sinyal positif kepada investor, meningkatkan reputasi perusahaan, serta memperkuat nilai perusahaan di pasar. Dengan kata lain, keberhasilan perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya akan lebih berdampak pada peningkatan nilai perusahaan apabila disertai dengan kinerja keuangan yang baik.

Dari sudut pandang Teori Legitimasi, hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu mengelola keuangannya secara efisien (tingkat profitabilitas tinggi) memiliki kapasitas lebih besar untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat melalui pengungkapan CSR yang kuat dan kredibel. Selain itu, dalam kerangka Teori Stakeholder, keberhasilan perusahaan dalam memenuhi harapan sosial dan lingkungan para pemangku kepentingan semakin diapresiasi apabila perusahaan juga menunjukkan kinerja keuangan yang sehat, sehingga kepercayaan investor dan loyalitas stakeholder meningkat.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh, Tenriwaru & Nasaruddin (2020) dan, Aditya & Haninun (2023) yang menemukan bahwa profitabilitas mampu memperkuat hubungan antara CSR *Disclosure* dan nilai perusahaan. Dengan demikian, temuan ini memperkuat pandangan bahwa perusahaan yang tidak hanya bertanggung jawab secara sosial tetapi juga menunjukkan profitabilitas yang tinggi akan memiliki nilai yang lebih baik di mata investor dan pasar.



SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRD) terhadap nilai perusahaan, serta peran profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan *CSR Disclosure* berpengaruh positif dan signifikan. Profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan antara *Green Accounting* dan nilai perusahaan, namun mampu memperkuat pengaruh *CSR Disclosure* terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa komitmen terhadap tanggung jawab sosial lebih diapresiasi oleh pasar dibandingkan upaya pelaporan lingkungan yang belum optimal.

Penelitian ini terbatas pada sektor pertambangan dan jangka waktu lima tahun, serta menggunakan pendekatan pengukuran dan metode regresi yang masih dapat disempurnakan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan sektor, menggunakan pendekatan pengukuran yang lebih komprehensif seperti GRI, serta mempertimbangkan metode regresi alternatif guna menghasilkan analisis yang lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, P. F., & Haninun. (2023). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal EMT KITA*, 7(4), 1044–1052. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i4.1566>
- Afiyah, H., Jannah, B. S., & Junjunan, M. I. (2023). Pengaruh Green Accounting Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks Lq45 Pada Tahun 2019-2022). *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi Bisnis*, 12(02), 75–86.
- Andriyani, N. O., & Nahar, A. (2020). Analisis Pengaruh Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019). *Jurnal Rekognisi Akuntansi*, 4(Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara), 117–130. <http://ejournal.unisnu.ac.id/jra/>
- Erlangga, C. M., Fauzi, A., & Sumiati, A. (2021). Penerapan Green Accounting dan Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas. *Akuntabilitas*, 14(1), 61–78. <https://doi.org/10.15408/akt.v14i1.20749>
- Fernando, K., Jocelyn, H., Frista, F., & Kurniawan, B. (2024). The Effect of Green Accounting Disclosure on the Firm Value of Listed Mining and Agriculture Companies in Southeast Asia Countries. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 14(1), 377–382.



<https://doi.org/10.32479/ijEEP.15151>

Melawati, H. G., & Rahmawati, M. I. (2022). Pengaruh Green Accounting Dan Pengungkapan Csr terhadap Nilai Perusahaan: Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(6), 1–25.

Praneta, S. D. M., & Winingrum W A, S. P. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *JAMPARING: Jurnal Akuntansi Manajemen Pariwisata Dan Pembelajaran Konseling*, 2(2), 708–721. <https://doi.org/10.57235/jamparing.v2i2.3100>

Sakina, A. G. (2023). *Pengaruh Green Accounting, Corporate Social Responsibility Dan Carbon Emission Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan*. 11(2), 455–470. <http://repository.unismabekasi.ac.id/id/eprint/4127%0Ahttp://repository.unismabekasi.ac.id/4127/2/BAB I.pdf>

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In 2 (pp. III–434).

Susilawati, S., Arifyanti, D., Samukri, Suryaningsih, M., & Kuraesin, A. D. (2024). Green Accounting, Csr Disclosure, Firm Value, and Profitability Mediation. *Ikonomicheski Izsledvania*, 2024(1), 14–26.

Tenriwaru, T., & Nasaruddin, F. (2020). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Ajar*, 3(01), 68–87. <https://doi.org/10.35129/ajar.v3i01.104>

Widya Permata Sari, & Nera Marinda Machdar. (2023). Pengaruh Green Accounting, Corporate Social Responsibility Disclosure dan Earnings Quality Terhadap Firm Value Melalui Profitability sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 1(6), 118–134. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v1i6.654>