

Pengaruh Green Accounting Dan CSR Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi

Julianah¹, Paniran², Sri Intan Purnama³

^{1,2,3} Universitas La Tansa Mashiro

juliajuman.s@icloud.com, poniran349@gmail.com, sipkr.912@gmail.com

*Corresponding Author

Submitted: 14 Mei 2026

Accepted: 25 Mei 2026

Published: 1 Juli 2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Green Accounting and CSR Disclosure on company value with profitability as a mediating variable. The approach used is causal associative quantitative with secondary data obtained from the company's financial statements and sustainability reports. The sampling technique used purposive sampling so that 60 observations from 12 food and beverage companies were obtained. Data analysis was carried out using panel data regression with the help of the EViews application. The results of the study show that Green Accounting has no effect on the company's value. CSR Disclosure has also not had an effect on the company's value, which shows that social responsibility disclosure is not yet a top consideration for investors. In addition, profitability has not been able to affect the value of the company. In the mediation variable test, Green Accounting has no effect on profitability, while CSR Disclosure has an effect on the company's profitability. However, profitability has not been able to mediate the influence of Green Accounting and CSR Disclosure on company value. Thus, only CSR Disclosure has an effect on profitability, while other variable relationships do not show significant influence.

Keywords : Green Accounting; Corporate social responsibility Discloser; Company value; Profitability.

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan indikator penting yang mencerminkan kinerja dan keberhasilan perusahaan di pasar. Nilai perusahaan menggambarkan persepsi pasar terhadap prospek perusahaan di masa mendatang serta tingkat kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba secara berkelanjutan. Peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan dapat tercermin dari meningkatnya nilai perusahaan yang ditandai dengan kenaikan harga saham di pasar modal. Selain itu, nilai perusahaan juga menjadi salah satu dasar pertimbangan bagi investor dalam mengambil keputusan investasi, khususnya dalam menanamkan modal pada saham perusahaan. Lingkungan bisnis yang semakin kompleks ini menuntut perusahaan untuk terus beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di sekitarnya, sehingga tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan melalui peningkatan nilai perusahaan, tetapi juga memperhatikan aspek lain yang lebih luas (Hutagalung et al., 2024). Di Indonesia, Green Accounting mulai mendapatkan perhatian serius seiring dengan kebijakan pemerintah yang mendorong praktik bisnis berkelanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan. Berbagai studi empiris menunjukkan adanya hubungan positif antara penerapan Green Accounting dan kinerja lingkungan perusahaan, namun masih terdapat indikasi bahwa implementasi seringkali bersifat simbolis dan lebih berfungsi sebagai narasi pemasaran daripada perubahan nyata (Djasuli et al., 2026).

Fenomena yang terjadi pada perusahaan sektor makanan dan minuman menunjukkan bahwa isu tanggung jawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) semakin

mendapat perhatian luas. Perusahaan pada masa kini tidak lagi dinilai semata-mata dari besarnya laba yang diperoleh, tetapi juga dari kontribusinya terhadap masyarakat dan lingkungan. Prinsip keberlanjutan telah menjadi bagian penting dalam strategi bisnis karena perusahaan dituntut menyeimbangkan kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pelaksanaan CSR dinilai mampu memperkuat reputasi, meningkatkan legitimasi, serta menjadi tolok ukur keberhasilan jangka panjang perusahaan (Nur Fahmi et al., 2023). Penyajian informasi Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu indikator penting yang menjadi pertimbangan investor sebelum mengambil keputusan investasi. Saat ini, isu CSR semakin memperoleh perhatian dari berbagai pihak dan menjadi informasi yang dibutuhkan oleh konsumen, investor, serta para pemangku kepentingan sebagai bentuk transparansi atas seluruh aktivitas bisnis perusahaan (Muslimin et al., 2026). Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) pada periode 2021-2024. Berdasarkan fenomena dan inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian Kembali terkait green accounting dan CSR Disclosure terhadap nilai Perusahaan.

Penelitian terdahulu mengenai pengaruh Green Accounting dan CSR Disclosure terhadap nilai perusahaan maupun profitabilitas masih menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh (Monica & Sulfitri, 2023) menemukan bahwa Green Accounting berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan respons pasar. Namun, penelitian lain menunjukkan bahwa CSR Disclosure belum mampu meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan. Selain itu, hasil penelitian terkait Green Accounting dan CSR Disclosure juga menunjukkan perbedaan pada berbagai sektor industri. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali hubungan antarvariabel tersebut pada perusahaan subsektor makanan dan minuman dengan menggunakan profitabilitas sebagai variabel mediasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Green Accounting dan CSR Disclosure terhadap nilai perusahaan serta menguji peran profitabilitas sebagai variabel mediasi pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.

Rumusan masalah dalam penelitian ini berfokus pada pengaruh Green Accounting dan CSR Disclosure terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. Penelitian ini didasarkan pada signaling theory yang menjelaskan bahwa pengungkapan informasi keuangan maupun nonkeuangan dapat menjadi sinyal positif bagi investor dalam menilai prospek perusahaan serta mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan pemegang saham. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Green Accounting dan CSR Disclosure terhadap profitabilitas serta dampaknya terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan literatur akuntansi keuangan dan keberlanjutan, serta menjadi bahan pertimbangan bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi berbasis informasi keberlanjutan perusahaan (Chynthiawati, 2022).

STUDI LITERATUR

TEORI SINYAL

Teori sinyal (signaling theory) pertama kali diperkenalkan oleh Spence pada tahun 1973. Teori ini menjelaskan bahwa pihak yang memiliki informasi lebih, yaitu manajemen perusahaan, akan memberikan sinyal kepada pihak eksternal, khususnya investor, melalui penyampaian informasi yang menggambarkan kondisi dan prospek perusahaan. Informasi tersebut dapat berupa informasi keuangan maupun nonkeuangan yang dipublikasikan perusahaan sebagai bentuk transparansi kepada para pemangku kepentingan. Selanjutnya, investor akan menganalisis dan menafsirkan informasi tersebut untuk menentukan apakah sinyal yang diberikan bersifat positif atau negatif, sehingga dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan investasi (Muslimin et al., 2026). Berdasarkan signaling theory, penerapan Green Accounting dan pengungkapan CSR Disclosure dapat menjadi sinyal positif bagi investor mengenai kepedulian perusahaan terhadap aspek lingkungan dan sosial. Informasi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada pencapaian laba, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan usaha dan tanggung jawab sosial perusahaan. Sinyal positif yang diberikan melalui pengungkapan informasi tersebut diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan investor sehingga dapat berdampak pada peningkatan nilai

perusahaan (Hartono & Angela, 2025). Sementara itu *legitimacy theory* menjelaskan bahwa perusahaan perlu memperoleh legitimasi dari masyarakat melalui pengungkapan aktivitas sosial dan lingkungan yang dilakukan. Dalam penelitian ini, Green Accounting dan CSR Disclosure mencerminkan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Pengungkapan tersebut diharapkan mampu meningkatkan citra perusahaan, memperkuat hubungan dengan para pemangku kepentingan, serta meningkatkan profitabilitas perusahaan (Ekawati, 2023).

GREEN ACCOUNTING

Green accounting bisa dimaknai sebagai suatu pendekatan akuntansi yang menggabungkan aspek lingkungan pada sistem akuntansi konvensional, khususnya dalam pencatatan dan pelaporan biaya serta manfaat lingkungan yang timbul dari kegiatan Perusahaan (Hartono & Angela, 2025). Green accounting merupakan konsep perusahaan dalam mengefisienkan penggunaan sumber daya, sehingga dapat menyelaraskan perkembangan perusahaan dengan fungsi lingkungan. Pengukuran kinerja lingkungan perusahaan melalui PROPER. (Iranda & Rahmawati, 2023). Secara teoretis, praktik ini selaras dengan *legitimacy theory* yang menjelaskan bahwa perusahaan perlu mengungkapkan informasi nonkeuangan sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan lingkungan guna memperoleh legitimasi serta kepercayaan dari masyarakat dan para pemangku kepentingan.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE

Corporate Social Responsibility Disclosure merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam kegiatan operasional perusahaan tanpa mengabaikan kepentingan pemegang saham untuk memperoleh keuntungan. Pengungkapan CSR juga mencerminkan komitmen perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk menjalankan aktivitas bisnis secara etis, meminimalkan dampak negatif, serta meningkatkan dampak positif terhadap aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan (*triple bottom line*) guna mendukung tercapainya pembangunan berkelanjutan (Ahyani & Puspitasari, 2019).

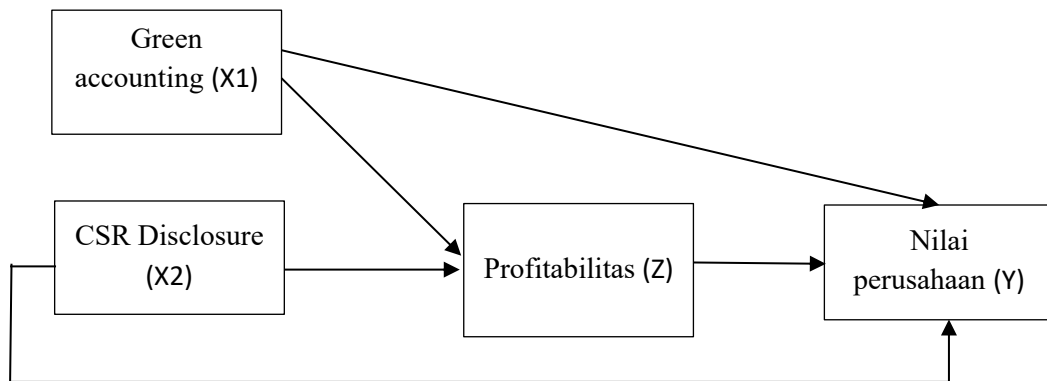
PROFITABILITAS

Profitabilitas dapat di definisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam memperoleh profit dari aktivitas bisnis perusahaan. Profitabilitas mencerminkan tingkat return yang diperoleh pemilik saham dari aktivitas investasinya. Tingginya tingkat profit yang dicapai suatu perusahaan menunjukkan efektifitas manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan (Ilmi & Setyaningsih, 2025). Profitabilitas penting bagi keberlangsungan perusahaan karena akan selalu mendapat perhatian penting di mata investor. Bila perusahaan memiliki pertumbuhan laba yang selalu meningkat dan berpotensi mampu memberikan manfaat yang lebih besar ke depannya kepada para stakeholder, maka keinginan untuk menanamkan modal akan meningkat sebagai seorang investor (Ekawati, 2023).

NILAI PERUSAHAAN

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang tercermin melalui harga saham perusahaan. Nilai perusahaan juga dapat diartikan sebagai harga yang bersedia dibayarkan oleh calon investor apabila perusahaan tersebut dijual, sehingga nilai perusahaan mencerminkan kondisi dan nilai aset yang dimiliki perusahaan, termasuk surat-surat berharga (Anggraini et al., 2025). Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap keseluruhan nilai ekuitas yang dimiliki perusahaan yang berkaitan dengan harga saham. Harga saham yang digunakan umumnya adalah harga penutupan (*closing price*), yaitu harga saham pada saat diperdagangkan di pasar modal. Investor menilai tinggi rendahnya harga saham sebagai indikator baik atau buruknya nilai perusahaan. Oleh karena itu, apabila harga saham perusahaan rendah, maka nilai perusahaan di mata investor juga cenderung rendah (Chynthiawati, 2022).

KERANGKA KONSEPTUAL



Gambar 1. Model Penelitian.

Sumber: Data diolah penulis (2026)

HIPOTESIS PENELITIAN

Pelaksanaan akuntansi hijau yang baik akan memberikan dampak yang besar bagi investor dan konsumen perusahaan, kepercayaan dari konsumen akan meningkat terhadap perusahaan tersebut. Hal tersebut akan membuat citra dari perusahaan akan semakin meningkat, sehingga profitabilitas perusahaan juga akan meningkat. Penelitian (Chasbiandani et al., 2019) menunjukkan bahwa Green accounting memiliki hubungan Pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₁: Green accounting berpengaruh terhadap Profitabilitas

Pengumuman informasi aktivitas CSR tersebut memberikan sinyal positif bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik (good news) di masa mendatang, sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi. Semakin banyak investor yang tertarik maka akan meningkatkan jumlah modal perusahaan yang berasal dari investor. Berdasarkan hal tersebut investor juga perlu memperhitungkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari modal yang ditanamkan untuk memprediksi tingkat pengembalian atas modal yang ditanamkan (Wulandari, 2020).

H₂: CSR Disclosure berpengaruh terhadap Profitabilitas

Green accounting merupakan pendekatan terintegrasi yang menggabungkan data dari akuntansi keuangan dan akuntansi biaya untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan material, Green Accounting menunjukkan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan dan mampu meminimalkan risiko jangka panjang perusahaan. Hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan investor, sehingga menarik minat investasi dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Antonetta & Simon, 2026). Penelitian oleh (Monica & Sulfitri, 2023) Mengungkapkan bahwa aspek Green Accounting berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan.

H₃: Green accounting berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan kepada para stakeholdernya, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja dan operasinya. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan program yang memberikan nilai tambah bagi semua stakeholder, termasuk meningkatkan kinerja dan nilai tambah perusahaan secara jangka panjang (Suhartini & Megasyara, 2019). Pengungkapan CSR memiliki potensi untuk meningkatkan legitimasi pihak eksternal agar mampu menilai seberapa besar upaya aktivitas operasional yang sesuai dengan norma di Masyarakat (Apriani & Khairani, 2023) (Saragi et al., 2024). Juga menjelaskan pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

H₄: CSR Disclosure berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Dengan rasio profitabilitas yang tinggi yang dimiliki perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan, Tingginya minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan meningkatkan harga saham sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian (Indriyani, 2020) menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₅: Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan yang menerapkan Green Accounting serta mengungkapkan tanggung jawab sosial secara baik cenderung memperoleh citra positif dan meningkatkan kepercayaan para pemangku kepentingan. Kondisi tersebut dapat mendorong peningkatan profitabilitas perusahaan. Tingginya profitabilitas kemudian menjadi sinyal positif bagi investor terhadap kinerja perusahaan sehingga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

H₆: Profitabilitas mampu memediasi pengaruh Green Accounting, dan CSR Disclosure terhadap Nilai Perusahaan

METODE

Perusahaan subsektor makanan dan minuman dipilih sebagai populasi penelitian karena sektor ini memiliki tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap isu lingkungan dan keberlanjutan, sehingga pengungkapan CSR Disclosure menjadi salah satu perhatian utama investor. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif untuk menganalisis data panel perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan. Analisis data dalam penelitian ini meliputi analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik yang terdiri atas uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi, analisis regresi data panel, serta uji Sobel untuk menguji pengaruh mediasi profitabilitas. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, dengan kriteria: (1) perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024, (2) memiliki data lengkap terkait variabel penelitian, (3) perusahaan menerbitkan laporan keberlanjutan, (4) Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang melakukan pengukuran kinerja lingkungan menggunakan metode PROPER. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 12 perusahaan sampel dengan periode pengamatan selama 5 tahun, sehingga total observasi dalam penelitian ini berjumlah 60 data. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen, dependen, dan mediasi. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi Green Accounting dan CSR Disclosure. Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah Profitabilitas dan variabel dependen pada penelitian ini yaitu Nilai Perusahaan.

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Proksi	Pengukuran	Skala	Sumber
Green Accounting (X1)	PROPER	Skor Dinilai Berdasarkan Tingkat Proper Sangat Sangat Baik (Emas) = 5 Sangat Baik (Hijau) = 4 Baik (Biru) = 3 Cukup (Merah) = 2 Kurang (Hitam) = 1	Oedinal	(Rahmah & Dewi, 2024)
CSR Disclosure (X2)	CSRDI	$CSRDI_j = \frac{\sum_{ij=1}^n X_{ij}}{n}$	Rasio	(Cahyani & Suryaningsih, 2016)
Profitabilitas (Z)	ROE	$\frac{Laba Bersih}{Total Aset}$	Rasio	(Ekawati, 2023)

Nilai Perusahaan (Y)	TOBINQ	TOBINQ Formula: $\frac{(MVE + DEBT)}{TA}$ Keterangan: <ul style="list-style-type: none"> • MVE: Harga Saham × Jumlah Saham Beredar • DEBT: Total Liabilitas (Hutang) 	Rasio	(Afrilia et al., 2025)
----------------------	--------	---	-------	------------------------

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Deskriptif Statistik

	N	Mean	Median	Maximum	Minimum	Std. Dev.
X1	60	3.150000	3.000000	4.000000	3.000000	0.360085
X2	60	0.577933	0.582000	0.805000	0.352000	0.135767
Z	60	1.951800	1.839500	5.251000	0.115000	1.265334
Y	60	0.134400	0.135000	0.274000	0.001000	0.065409

Berdasarkan hasil uji deskriptif statistik, jumlah data observasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 data. Variabel Green Accounting (X1) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,150000 dengan nilai minimum 3,000000 dan maksimum 4,000000, serta standar deviasi sebesar 0,360085 yang menunjukkan bahwa penyebaran data relatif rendah. Variabel CSR Disclosure (X2) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,577933 dengan nilai minimum 0,352000 dan maksimum 0,805000, serta standar deviasi sebesar 0,135767 yang menunjukkan bahwa data cukup bervariasi. Variabel profitabilitas (Z) memiliki nilai rata-rata sebesar 1,951800 dengan nilai minimum 0,115000 dan maksimum 5,251000, serta standar deviasi sebesar 1,265334. Sementara itu, variabel nilai perusahaan (Y) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,134400 dengan nilai minimum 0,001000 dan maksimum 0,274000, serta standar deviasi sebesar 0,065409. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data penelitian memiliki tingkat penyebaran yang relatif baik dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

Hasil Uji Multikolinearitas

	X1	X2	Z
X1	1.000000	0.185690	-0.333619
X2	0.185690	1.000000	-0.593195
Z	-0.333619	-0.593195	1.000000

Sumber: Data diolah 2026

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, nilai korelasi antar variabel X1, X2, dan Z berada pada rentang -0,593 hingga 0,186, yang menunjukkan hubungan yang lemah hingga sedang. Seluruh nilai korelasi tersebut masih di bawah batas 0,80 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model penelitian, dan variabel independen layak digunakan dalam analisis regresi lebih lanjut.

Uji Heteroskedastisitas 1

Variable	Prob.
C	0.6749
X1	0.3096
X2	0.3380

Sumber: Data diolah 2026

Pada uji heteroskedastisitas 1 variabel X1 dan X2, memiliki nilai probabilitas lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan, sehingga model layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Heteroskedastisitas 2

Variable	Prob.
C	0.9865
X1	0.2984
X2	0.1473
Z	0.1014

Sumber: Data diolah 2026

Berdasarkan tabel Uji Heteroskedastisitas 2 di atas, diketahui bahwa nilai probabilitas (Prob.) untuk variabel X1 sebesar 0,2984, variabel X2 sebesar 0,1473, dan variabel Z sebesar 0,1014. Karena nilai probabilitas dari seluruh variabel tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

Hasil Uji Autokorelasi

	Durbin-Watson stat
X1, X2 → Z	1.441110
X1, X2, Z → Y	1.846265

Sumber: Data diolah 2026

Berdasarkan hasil uji autokorelasi menggunakan metode Durbin-Watson, pada model regresi X1 dan X2 terhadap Z diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,441110. Sementara itu, pada model regresi X1, X2, dan Z terhadap Y diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,846265. Kedua nilai tersebut berada di sekitar angka 2, sehingga menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah autokorelasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat korelasi antar residual pada kedua model penelitian

Hasil Uji F

Variabel	R-Square	Adjusted R-square	Seof Regression	F-statistic	Prob (F-statistic)
(Z)	0.834134	0.787259	0.030169	17.79477	0.000000
(Y)	0.452841	0.282613	1.071721	2.660212	0.006555

Sumber: Data diolah 2026

Berdasarkan hasil uji F, pada model regresi Green Accounting dan CSR Disclosure terhadap Profitabilitas diperoleh nilai F-statistic sebesar 17,79477 dengan nilai Prob (F-statistic) sebesar 0,000000. Karena nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Green Accounting dan CSR Disclosure secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas. Selanjutnya, pada model regresi Green Accounting, CSR Disclosure, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan diperoleh nilai F-statistic sebesar 2,660212 dengan nilai Prob (F-statistic) sebesar 0,006555. Nilai tersebut juga lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Green Accounting, CSR Disclosure, dan Profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Hasil Uji R Square 1

R-squared	0.834134
Adjusted R-squared	0.787259

Hasil Uji R Square 2

R-squared	0.452841
Adjusted R-squared	0.282613

Sumber: Data diolah 2026

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R-Square) pada model pertama, diperoleh nilai R-Square sebesar 0,834134 dan Adjusted R-Square sebesar 0,787259. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 83,41% variabel Profitabilitas dapat dijelaskan oleh Green Accounting dan CSR Disclosure, sedangkan sisanya sebesar 16,59% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian. Pada model kedua, diperoleh nilai R-Square sebesar 0,452841 dan Adjusted R-Square sebesar 0,282613. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 45,28% variabel Nilai Perusahaan dapat dijelaskan oleh Green Accounting, CSR Disclosure, dan Profitabilitas, sedangkan sisanya sebesar 54,72% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

Hasil Uji T

Hipotesis	Coefficient	T-statistic	Prob	Keterangan
X1 → Z	0.000653	0.019307	0.9847	Tidak berpengaruh
X2 → Z	-0.091017	-2.317314	0.0250	Berpengaruh
X1 → Y	1.201283	1.000214	0.3226	Tidak berpengaruh
X2 → Y	-2.462451	-1.670068	0.1018	Tidak berpengaruh
Z → Y	9.966399	1.902820	0.0635	Tidak berpengaruh

Sumber: Data diolah 2026

H1: Pengaruh Green Accounting terhadap Profitabilitas

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai probabilitas sebesar $0,9847 > 0,05$ dengan nilai koefisien sebesar 0,000653. Hal ini menunjukkan bahwa Green Accounting tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Green Accounting belum mampu meningkatkan profitabilitas perusahaan secara signifikan. Hal tersebut dapat terjadi karena perusahaan masih memandang penerapan Green Accounting sebagai bentuk kepatuhan dan tanggung jawab sosial yang memerlukan biaya tambahan, sehingga manfaatnya terhadap peningkatan laba belum dapat dirasakan dalam jangka pendek. Selain itu, investor dan masyarakat juga cenderung lebih memperhatikan kinerja keuangan perusahaan dibandingkan penerapan akuntansi lingkungan, sehingga Green Accounting belum memberikan dampak langsung terhadap profitabilitas perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Kusuma & Putra, 2023) yang menyatakan bahwa Green Accounting tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

H2: Pengaruh CSR Disclosure terhadap Profitabilitas

hasil uji t diperoleh nilai probabilitas sebesar $0,0250 < 0,05$ dengan nilai koefisien sebesar -0,091017. Hal ini menunjukkan bahwa CSR Disclosure berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Profitabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR, maka profitabilitas perusahaan cenderung menurun. Hal tersebut dapat terjadi karena pelaksanaan dan pengungkapan CSR memerlukan biaya yang cukup besar, seperti biaya kegiatan sosial, lingkungan, dan pelaporan perusahaan. Pengeluaran tersebut dapat mengurangi laba perusahaan dalam jangka pendek, sehingga profitabilitas perusahaan menjadi menurun. Selain itu, manfaat dari kegiatan CSR biasanya lebih dirasakan dalam jangka panjang, seperti peningkatan citra perusahaan dan kepercayaan masyarakat, sehingga belum memberikan dampak langsung terhadap profitabilitas perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan peneliti (Rahmawati Rahmawati, 2024) yang menyatakan bahwa CSR Disclosure berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

H3: Pengaruh Green accounting terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai probabilitas sebesar $0,3226 > 0,05$ dengan nilai koefisien sebesar 1,201283. Hal ini menunjukkan bahwa Green Accounting tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Green Accounting belum mampu meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan. Hal tersebut dapat terjadi karena investor masih lebih memperhatikan kondisi keuangan perusahaan, seperti laba dan kinerja perusahaan, dibandingkan penerapan akuntansi lingkungan. Selain itu, manfaat dari penerapan Green Accounting cenderung dirasakan dalam jangka panjang, sehingga belum memberikan pengaruh langsung terhadap peningkatan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan

peneliti (Yuliani & Prijanto, 2022) yang menyatakan bahwa Green Accounting tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H4: Pengaruh CSR Disclosure terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai probabilitas sebesar $0,1018 > 0,05$ dengan nilai koefisien sebesar $-2,462451$. Hal ini menunjukkan bahwa CSR Disclosure tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR belum mampu meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan. Hal tersebut dapat terjadi karena investor cenderung lebih memperhatikan kinerja keuangan perusahaan dibandingkan aktivitas sosial perusahaan. Selain itu, manfaat dari pengungkapan CSR biasanya dirasakan dalam jangka panjang, sehingga belum memberikan dampak langsung terhadap peningkatan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan peneliti (Mariani & Suryan, 2020) yang menyatakan CSR Disclosure tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H5: Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai probabilitas sebesar $0,0635 > 0,05$ dengan nilai koefisien sebesar $9,966399$. Hal ini menunjukkan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas perusahaan belum mampu meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan. Hal tersebut dapat terjadi karena investor tidak hanya mempertimbangkan tingkat laba perusahaan, tetapi juga memperhatikan faktor lain seperti kondisi pasar, prospek perusahaan, dan stabilitas perusahaan. Selain itu, peningkatan profitabilitas belum tentu langsung memengaruhi minat investor terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan peneliti (Hidayat, 2022) yang menyatakan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H6: Pengaruh Profitabilitas dalam memediasi Green Accounting, dan CSR Disclosure terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji Sobel, pengaruh Green Accounting terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas memperoleh nilai p-value sebesar $0,9845911 > 0,05$. Sementara itu, pengaruh CSR Disclosure terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas memperoleh nilai p-value sebesar $0,14140685 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh Green Accounting dan CSR Disclosure terhadap Nilai Perusahaan.

HASIL UJI SOBEL

Hipotesis	t-statistic	p-value	Keterangan
X1→Z →Y	0.01931339	0.9845911	Tidak berpengaruh
X2→Z →Y	-1.4705722	0.14140685	Tidak berpengaruh

Sumber: Data diolah 2026

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Green Accounting tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan Green Accounting belum mampu memberikan dampak langsung terhadap peningkatan laba maupun nilai perusahaan. CSR Disclosure berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Profitabilitas, yang berarti semakin tinggi pengungkapan CSR maka profitabilitas perusahaan cenderung menurun karena adanya biaya tambahan dalam pelaksanaan kegiatan sosial dan lingkungan. Namun, CSR Disclosure tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan karena investor cenderung lebih memperhatikan kondisi keuangan perusahaan dibandingkan pengungkapan CSR. Selain itu, Profitabilitas juga tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, yang menunjukkan bahwa peningkatan laba belum tentu mampu meningkatkan nilai perusahaan secara langsung. Sementara itu, hasil uji Sobel menunjukkan bahwa Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh Green Accounting dan CSR Disclosure terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan Green Accounting dan CSR Disclosure belum mampu meningkatkan profitabilitas secara optimal sehingga tidak memberikan dampak terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu sampel dan periode penelitian yang terbatas sehingga hasil penelitian belum dapat mewakili seluruh perusahaan di Bursa Efek Indonesia. Selain itu, penelitian ini hanya menggunakan variabel Green Accounting dan CSR Disclosure, sehingga masih terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi Profitabilitas dan Nilai Perusahaan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan agar perusahaan lebih meningkatkan penerapan Green Accounting dan pengungkapan CSR secara optimal agar dapat memberikan dampak positif terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan. Selain itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah sampel, memperpanjang periode penelitian, serta menggunakan variabel lain yang dapat memengaruhi Nilai Perusahaan agar hasil penelitian menjadi lebih baik dan lebih luas.

REFERENSI

- Afrilia, V., Zulaihati, S., & Kismayanti Respati, D. (2025). Ekopedia : Jurnal Ilmiah Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(2), 450–458. <https://doi.org/https://doi.org/10.63822/xqs5ve92>
- Ahyani, R., & Puspitasari, W. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 6(2), 245–262. <https://doi.org/10.25105/jat.v6i2.5479>
- Angraini, F., Oktaviany, S. D., & Nirwana, S. (2025). Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Land Journal*, 6(1), 1–16. <https://doi.org/10.47491/landjournal.v6i1.3903>
- Antonetta, C. D., & Simon, F. (2026). Pengaruh Pengungkapan Lingkungan, Sosial, dan Tatakelola (ESG) dan Green Accounting terhadap Nilai Perusahaan. *Riset & Jurnal Akuntansi*, 10(1)(51), 559–570. <https://doi.org/https://doi.org/10.33395/owner.v10i1.2955>
- Apriani, P. P., & Khairani, S. (2023). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *MDP Student Conference*, 2(2), 100–107. <https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v2i2.3958>
- Cahyani, C., & Suryaningsih, R. (2016). The Effect of Leverage, Board of Commissioner, Foreign Ownership, Company Age, and Company Size Towards the Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) Implementation. *GATR Accounting and Finance Review*, 1(1), 27–33. [https://doi.org/10.35609/afr.2016.1.1\(4\)](https://doi.org/10.35609/afr.2016.1.1(4))
- Chasbiandani, T., Rizal, N., & Satria, I. (2019). Penerapan Green Accounting Terhadap Profitabilitas Perusahaan Di Indonesia. 2(2), 126–132.
- Chynthiawati, L. & J. (2022). Pengaruh Probilitas, Leverage, Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal Untar*, IV(4), 1589–1599. <https://doi.org/DOI:10.24912/jpa.v4i4.21390>
- Djasuli, M., Agustin, S. R., Amaliah, K., & Sari, D. K. (2026). *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi) DUA DEKADE PENELITIAN GREEN ACCOUNTING DI INDONESIA : 15(01)*, 1–11. <https://doi.org/https://doi.org/10.31959/jm.v15i1.3559>
- Ekawati, A. S. (2023). *PENGARUH PENERAPAN GREEN ACCOUNTING*. 57–82.
- Hartono, L. A., & Angela, A. (2025). *Jurnal Proaksi*. 12(3), 453–469. <https://doi.org/10.32534/jpk.v12i3.7462>
- Hidayat, I. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Periode 2018-2020. 10(1), 1–8. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1175>
- Hutagalung, J., Harefa, M., & Lumban Gaol, V. (2024). Pengaruh Green Accounting dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022. *Jurnal Akuntansi Nommensen*, 3(1), 19–24. <https://doi.org/10.51622/jan.v3i1.2578>
- Ilimi, N., & Setiyaningsih, T. A. (2025). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Biaya Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening. 5, 955–966. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v5i1.17796>

- Indriyani, E. (2020). *No Title*. 10(September), 333–348. <https://doi.org/10.15408/akt.v10i2.4649>
- Iranda, A. D., & Rahmawati, D. (2023). Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia. *Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 21(1), 19–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.21831/jpai.v21i1.57747>
- Kusuma, A., & Putra, U. W. (2023). *PENGARUH PENERAPAN GREEN ACCOUNTING*. 1(1), 161–171. <https://doi.org/https://jurnal.uwp.ac.id/feb/index.php/jeps/article/view/193>
- Mariani, D., & Suryan. (2020). *No Title*. 7(2), 119–138. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36080/jak.v7i2.766>
- Monica, S., & Sulfitri, V. (2023). Accounting , Corporate Social Responsibility Dan Financial Distress Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Consumer Goods yang Terdaftar Di Bei 2019-2021. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3035–3048. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.17999>
- Muslimin, M., Nurdin, E., & Asni, N. (2026). *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Harga Saham : Peran Moderasi Ukuran Komite Audit pada Badan Usaha Milik Negara (2019-2024)*. 10, 272–284. <https://doi.org/https://doi.org/10.33395/owner.v10i1.2957>
- Nur Fahmi, Elyanti Rosmanidar, & Ferri Saputra Tanjung. (2023). Pengaruh Biaya Lingkungan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Roa Pada Perusahaan Energi Yang Terdaftar Di Efek Syariah (Des) Tahun 2020-2022. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 415–425. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i2.1428>
- Rahmah, M., & Dewi, S. (2024). Pengaruh Akuntansi Lingkungan (Green Accounting), Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia Periode 2018-2022). *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah Dan Akuntansi*, 1(5). <https://doi.org/DOI:10.61132/jiesa.v1i5.477>
- Rahmawati Rahmawati1, R. R. M. Y. (2024). *No Title*. 6(1).
- Saragi, D. R. R., Sianipar, L. L. R., & Junaidi, J. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)*, 7(2), 516. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v7i2.1937>
- Suhartini, D., & Megasyara, I. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016. *Equity*, 21(2), 129–140. <https://doi.org/10.34209/equ.v21i2.639>
- Wulandari, S. (2020). *Corporate social responsibility*. 19(37), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.19184/jeam.v19i1.15436>
- 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-*. 5(5), 2275–2284. <https://doi.org/https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i5.2347>