



Pengaruh Green Accounting dan Kinerja Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2023)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1) Akuntansi pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

OLEH

DINDA NABILA YUSFA MAILANI

NIM C1C021150

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS JAMBI

2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green accounting* dan kinerja sosial terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari www.idx.co.id dan website perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2019-2023. Sedangkan sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan purposive sampling sehingga diperoleh total 110 data yang dapat diolah. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan software SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan kinerja sosial Perusahaan berpengaruh terhadap nilai Perusahaan.

Kata Kunci : Green accounting, kinerja sosial perusahaan, nilai perusahaan

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Teori <i>Stakeholders</i>	12
2.1.2 Teori Legitimasi	13
2.1.3 Nilai perusahaan.....	15
2.1.4 <i>Green Accounting</i>	18
2.1.5 Kinerja Sosial Perusahaan	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Model penelitian	35
2.4 Hipotesis Penelitian.....	35
2.4.1 Pengaruh <i>Green Accounting</i> terhadap Nilai Perusahaan	35
2.4.2 Pengaruh Kinerja Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.....	37
2.4.3 Pengaruh <i>Green Accounting</i> dan Kinerja Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.....	39

BAB III METODE PENELITIAN 43

3.1	Pendekatan Penelitian.....	43
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	43
3.3	Populasi dan Sampel	43
3.4	Definisi Operasional Variabel	44
3.4.1	Variabel Independen	44
3.4.2	Variabel Dependen	46
3.5	Metode Pengumpulan Data	47
3.6	Teknik Analisis Data	48
3.6.1	Statistik Deskriptif	48
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	48
3.6.3	Analisis Regresi.....	50
3.6.4	Pengujian Hipotesis.....	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 53

4.1	Hasil Analaisis Statistik Deskriptif	12
4.2	Statistik Deskriptif.....	48
4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	54
4.3.1	Teori <i>Stakeholders</i>	12
4.3.2	Teori Legitimasi	13
4.3.2	Nilai perusahaan.....	15
4.3.3	<i>Green Accounting</i>	18
4.3.4	Kinerja Sosial Perusahaan.....	23
4.4	Penelitian Terdahulu	28
4.5	Model penelitian.....	35
4.6	Hipotesis Penelitian	35

DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	9

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Penurunan Harga Saham Perusahaan Pertambangan Tahun 2018-2022	3
Tabel 1.2 : Sampel Tingkat Nilai Perusahaan dan Tingkat <i>Green Accounting</i> pada Perusahaan Pertambangan Tahun 2018-2022.....	7
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 : Rincian Perolehan Sampel Penelitian	53
Tabel 3.2 : Pengukuran Operasional Variabel.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran	43
Gambar 2.2 : Model Penelitian.....	44

BAB I

PENDAHULUAN

N

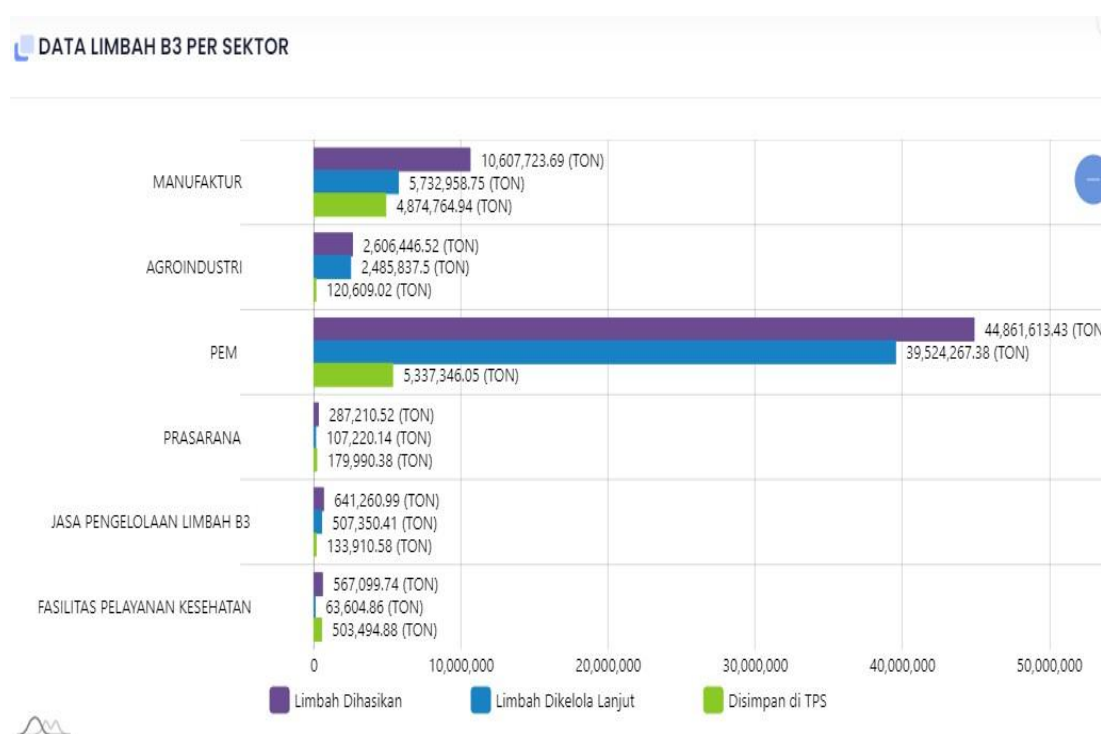
1.1 Latar Belakang

Kondisi lingkungan saat ini menjadi perhatian dari berbagai kalangan karena banyaknya permasalahan lingkungan yang sedang terjadi akibat dari kerusakan lingkungan. Kerusakan lingkungan mulai dirasakan oleh masyarakat di Indonesia maupun dunia dampak dari aktivitas operasional perusahaan. Kegiatan operasional perusahaan juga dapat menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, perusahaan tidak dapat terlepas dari aktivitas yang berkaitan dengan lingkungan, seperti proses produksi, penggunaan sumber daya alam, dan pengeluaran limbah sebagai hasil dari proses produksi (Darmayanti & Dewi, 2023). Kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mencari keuntungan sering kali menimbulkan masalah lingkungan.

Dampak negatif yang terjadi akibat kegiatan operasional perusahaan karena perusahaan hanya berorientasi memaksimalkan keuntungan atau laba semata. Suatu perusahaan bisa dikategorikan sukses apabila keuntungan yang diperolehnya terus meningkat setiap tahunnya. Namun keberhasilan suatu perusahaan tidak hanya diukur dari laba atau ekonomi saja melainkan juga dari aspek lingkungan dan sosial. Dasar dalam mengukur keberhasilan suatu perusahaan dengan menggunakan konsep konsep *Triple Bottom Line* (TBL) yang dikenalkan oleh John Elkington pada tahun 1988. *Triple bottom line* merujuk kepada tiga aspek utama, yang pertama adalah Ekonomi (*Profit*), yang fokus pada profitabilitas perusahaan. Yang kedua adalah Sosial (*People*), yang menekankan perlindungan terhadap karyawan dan keberlanjutan komunitas. Yang ketiga adalah Lingkungan (*Planet*), yang memperhatikan upaya untuk menjaga lingkungan dan ekosistem.

Salah satu masalah lingkungan yang menuai perhatian masyarakat dan pemerintah adalah pengelolaan limbah B3. Limbah B3 sendiri merupakan limbah yang berbahaya serta beracun yang apabila tidak dikelola secara benar, akan berdampak fatal terhadap lingkungan dan makhluk hidup sekitarnya. Salah satu sektor penghasil limbah B3 terbesar berasal dari sektor Pertambangan Energi dan Migas (PEM). Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh DITJEN PSLB3 pada tahun 2022, sektor PEM memimpin grafik sektor perusahaan penghasil limbah B3 terbanyak dengan jumlah 44.861.631,43ton limbah B3.

Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Limbah B3 Yang Dihasilkan Per Sektor Perusahaan



Sumber : DITJEN PSLB3

Sementara itu data limbah B3 beberapa tahun sebelumnya yang terdata pada tabel berikut juga memperlihatkan bahwa perusahaan pada sektor Pertambangan Energi dan Migas terlihat menghasilkan paling banyak limbah B3.

Tabel 1. 1 Jumlah Limbah Yang Dikelola Tahun 2019-2021

No.	Sub Sektor	2019		2020		2021	
		Unit	Ton	Unit	Ton	Unit	Ton
1	Pertambangan, Energi, dan Migas (PEM)	70	39.722.274,00	30	3.349	57	27.363.135,22

2	Prasarana dan Jasa	120	1.391.572,00	41	690	74	365.997,55
3	Manufaktur	150	1.011.519,00	41	903	55	2.867.570,69
4	Agro Industri	110	2.758.369,00	38	11.329	59	10.502.671,49

Sumber : DITJEN PSLB3

Perusahaan pertambangan juga merupakan salah satu sektor yang proses aktivitas operasional secara langsung berkaitan dengan lingkungan (Hasanah & Widiyati, 2023). Sebagai contoh kasus pada PT. Indonesia Weda Bay Industrial Park (IWP) selama 5 tahun resmi beroperasi di Halmahera Tengah, Maluku Utara. Terjadinya kerusakan lingkungan di halmahera dan pulau-pulau kecil sekitarnya dengan total kerusakan hutan di dalam konsesi pertambangan nikel tahun 2017 hingga 2021 sebesar 7.565 hektar (bakabar.com, 2023).

Fenomena lainnya yaitu aktivitas pertambangan yang dilakukan oleh PT. Freeport Indonesia telah merusak lingkungan di wilayah Mimika, Papua Tengah. Limbah tailing yang dibuang oleh freeport Indonesia telah menyebabkan degradasi wilayah pesisir, sungai dan beberapa pulau di Mimika. Aktivitas tersebut juga menyebabkan Muara Sungai Ajkwa, Pulau Puriri dan Pulau Bidadari menghilang, dan Pulau Kelapa serta Pulau Yapero terancam hilang. Bahkan limbah tailing juga mengancam nyawa penduduk sekitar karena memunculkan penyakit-penyakit baru (antaranews.com, 2023).

Semakin banyaknya perusahaan menimbulkan pengaruh negatif bagi lingkungan, masyarakat semakin mendesak perusahaan untuk segera mengatasi dan mengontrol pengaruh negatif tersebut dengan cepat tanggap agar dapat diminimalisasi dan tidak menjadi semakin besar. Dari upaya perusahaan meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan tersebut, maka berkembang suatu ilmu yang termasuk dalam akuntansi yang mempelajari lebih dalam mengenai kaitan perusahaan dengan lingkungannya yang disebut dengan *Green Accounting*. *Green accounting* merupakan sebuah konsep yang dikembangkan di Eropa sejak tahun 1970-an. Hal ini disusul dengan berkembangnya penelitian mengenai *green accounting* pada tahun 1980-an. Konsep ini diawali dengan penetapan biaya lingkungan berupa informasi tahunan yang merinci biaya perbaikan lingkungan akibat kegiatan industri (Hamidi, 2019). Konsep ini mempengaruhi operasi

perusahaan yang efisien dan efektif melalui pengelolaan sumber daya untuk menghasilkan keuntungan berkelanjutan bagi perusahaan dan mengurangi kerusakan lingkungan (Sarmo dkk., 2021).

Penerapan *Green accounting* di Indonesia berawal dari PROKASIH (Program Kali Bersih) yang mulai direncanakan sejak 1989, kemudian diperkuat oleh SK Menteri Lingkungan Hidup No.35 Th. 1995 (Novianti & Hermawan, 2019). Ketika banyak industri membuang limbahnya ke sungai, atau apa yang orang sebut "sungai", pada tahun 1990-an, sulit untuk mengharapakan industri untuk mengikuti peraturan, apalagi bersedia berinvestasi dalam pembangunan instalasi pengolahan air limbah (IPAL). Untuk itu, tujuan awal program ini adalah untuk meningkatkan kualitas air sungai yang telah teridentifikasi tercemar. Meskipun ada diantara mereka yang bersedia melakukan investasi, sulit diharapkan IPAL tersebut akan dioperasikan secara benar. Oleh karena itu PROKASIH dibuat dan menjadi awal mula PROPER (Novianti & Hermawan, 2019).

Green accounting masih belum banyak diterapkan oleh perusahaan-perusahaan yang kegiatan usahanya berdampak pada lingkungan, sehingga banyak perusahaan yang pengungkapan informasinya masih bersifat sukarela (*voluntary*) karena tidak adanya peraturan yang memaksa dan mewajibkan upaya dalam menerapkan *Green accounting* sendiri. Namun di dalam Peraturan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) telah memiliki peraturan PSAK Nomor 1 Tahun 2004 yang mengatur tentang "Pengungkapan Dampak Lingkungan", yang mana perusahaan wajib melakukan pengungkapan lingkungan tambahan, terutama bagi industri yang melibatkan sumber daya utama terkait dengan lingkungan hidup. Ada pula peraturan perundang-undangan tentang *Green Accounting* yaitu Undang- Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. Undang- undang ini mengatur tentang kewajiban setiap orang yang melakukan atau melaksanakan kegiatan untuk memperoleh, mengelola, dan memberikan informasi yang benar dan akurat tentang lingkungan hidup.

Dalam praktiknya, *Green accounting* melibatkan pengumpulan dan analisis biaya lingkungan, serta perencanaan untuk menghasilkan laporan (Hamidi, 2019). Ketentuan *green accounting* berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk pengelolaan lingkungan (Endiana dkk., 2020). *Green Accounting* juga sebagai kontrol terhadap tanggung jawab perusahaan akibat limbah dari kegiatan operasi yang dilakukan oleh perusahaan membutuhkan pengukuran, penilaian, pengungkapan, dan

pelaporan biaya untuk pelestarian lingkungan maupun kesejahteraan lingkungan sekitar. Biaya lingkungan merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan yang mencakup biaya pencegahan, biaya pendeteksian, biaya kegagalan internal, dan biaya kegagalan eksternal.

Biaya lingkungan hidup diatur melalui PSAK Nomor 33 dan PP Nomor 78 Tahun 2010. PSAK Nomor 33 mengatur bahwa perusahaan pertambangan harus mengungkapkan biaya pengelolaan lingkungan dan pengelupasan tanah akibat produksi, eksplorasi, dan evaluasi. Di sisi lain, PP No. 78 Tahun 2010 mengatur bahwa perusahaan wajib melaporkan biaya restorasi setelah proses penambangan (Hasanah & Destalia, 2017). Segala biaya yang ditanggung oleh perusahaan ini disebut dengan dana *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Corporate social responsibility* dilaksanakan untuk berkontribusi dengan menjaga keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Hanif dkk., 2020). *Corporate social responsibility (CSR)* merupakan bentuk dari kinerja sosial perusahaan.

Kinerja sosial perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena bisa dijadikan sebagai komitmen perusahaan untuk memenuhi tanggung jawabnya melalui tindakan yang berkaitan dengan lingkungan (Pondrinal, 2021). Perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial mempunyai citra publik yang baik. Kehadiran citra positif menarik investor untuk melakukan penanaman modal dan mendorong konsumen untuk membeli produk dengan loyalitas (Faisal dkk., 2018).

Kinerja sosial perusahaan erat kaitannya dengan *green accounting* dan nilai perusahaan (Hidayat & Safitri, 2020). Penyajian *green accounting* melalui alokasi biaya lingkungan digunakan sebagai ekspresi kepentingan dan tanggung jawab perusahaan dalam membangun citra perusahaannya. Penerapan *green accounting* yang dilakukan perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*. Pengungkapan *corporate social responsibility* dan alokasi biaya lingkungan bisa menjadi *good news* dalam pengambilan keputusan investor. *Stakeholder* maupun masyarakat akan memandang perusahaan tersebut lebih bertanggung jawab dan dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata masyarakat (Fatmawati, 2018).

Perusahaan mengukur nilai perusahaan dari perspektif *stakeholders*. Nilai perusahaan yang dianalisis menjadi dasar dalam mengambil keputusan. Nilai perusahaan dalam

jangka panjang ditentukan oleh nilai pasar. Nilai pasar merupakan rasio penting yang menunjukkan tingkat perkembangan suatu perusahaan di pasar. Di bawah ini adalah yang menunjukkan contoh sampel tingkat nilai perusahaan dan *green accounting* pada perusahaan pertambangan tahun 2018-2022.

Tabel 1.2 : Sampel Tingkat Nilai Perusahaan dan Tingkat *Green Accounting*

pada Perusahaan Pertambangan Tahun 2018-2022

KODE	2019		2020		2021		2022		2023	
	Biaya Lingkungan (juta)	Tobin's Q	Biaya Lingkungan (juta)	Tobin's Q	Biaya Lingkungan (juta)	Tobin's Q	Biaya Lingkungan (juta)	Tobin's Q	Biaya Lingkungan (juta)	Tobin's Q
GTBO	100	0,22	100	0,25	100	0,27	104	0,29	105	0,31
BBRM	20	1,01	20	1,31	20	1,51	27	3,58	27	3,63
BIPI	291	0,83	105	0,93	470	0,93	393	1,07	410	1,08
BRMS	892	0,59	2.924	0,88	3.192	1,17	5.192	1,37	6.078	1,42
ALMI	804	1,12	253	1,29	100	1,46	100	1,57	100	1,75

Sumber : *Annual report* (www.idx.co.id)

Dari lima sampel yang dipilih secara acak dalam tabel diatas adalah seluruh perusahaan pertambangan dari tahun 2019 hingga 2023. Tabel ini menunjukkan tingkat nilai perusahaan dan *green accounting* perusahaan pertambangan. Pada tabel diatas menunjukkan distribusi biaya lingkungan PT. Garda Tujuh Buana Tbk (GTBO), PT. Pelayaran Nasional Bina Buana Raya Tbk (BBRM), PT. Astrindo Nusantara Infrastructure Tbk (BIPI), PT. Bumi Resources Minerals Tbk (BRMS), dan PT. Alumindo Light Metal Industry Tbk (ALMI) mengalami peningkatan nilai tobin's q setiap tahunnya, meskipun terdapat beberapa perusahaan dalam pengalokasian biaya lingkungan mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini merupakan hasil dari penerapan *green accounting* dalam skala besar yang menghasilkan manfaat jangka panjang.

Data Badan Pusat Statistik (BPS) dari tahun 2020 sampai tahun 2022 mengungkapkan bahwa sektor pertambangan dan penggalian mengalami peningkatan dalam memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Tingkat kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional pertambangan pada tahun 2020 sebesar 6,44%, tahun 2021 sebesar 8,98%, dan tahun 2022 sebesar 12,22%. Meningkatnya kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional menunjukkan pertumbuhan sektor

pertambahan dan penggalan setiap tahunnya. Kondisi ini menunjukkan tingkat distribusi biaya lingkungan secara langsung bergantung pada tingkat nilai perusahaan. Suatu perusahaan bukan hanya memperhatikan laba saja, namun juga lingkungan hidup dan potensi liabilitas di masa depan yang bisa terjadi di masa depan.

Nilai perusahaan dijadikan sebagai opini investor apakah berinvestasi pada suatu perusahaan. Nilai perusahaan bisa dijadikan tolak ukur oleh *stakeholders* untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Rosaline dkk., 2020). Wujud tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder* yang ingin mengetahui aktivitas perusahaan dapat dilaksanakan dengan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (Susanto, 2018). Peraturan mengenai kewajiban melaksanakan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan tertuang dalam UU No. 40 Tahun 2007. Selain itu, PP No. 47 Tahun 2012 juga mengatur tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan pada perseroan terbatas dan pengungkapannya pada laporan tahunan perseroan. Selain pada laporan tahunan, pengungkapan *corporate social responsibility* juga dapat dimuat dalam *sustainability reporting*. Namun, di Indonesia pengungkapan *sustainability reporting* masih bersifat *voluntary* atau sukarela sehingga tidak semua perseroan mengungkapkannya. Dalam tujuan untuk meningkatkan kegiatan operasional perusahaan dan menata lingkungan maka di dilaksanakan *corporate social responsibility*. Perancangan lingkungan dapat menciptakan manfaat bagi perusahaan, karyawan dan masyarakat sekitar. Dalam upayanya meningkatkan nilai perusahaan, banyak perusahaan yang menimbulkan kerusakan dan permasalahan berupa kinerja lingkungan yang buruk, manajemen yang buruk, dan rendahnya kepedulian terhadap perlindungan lingkungan hidup (Meiyana & Aisyah, 2019).

Green accounting memperhitungkan jumlah total alokasi biaya yang digunakan untuk memulihkan kerusakan lingkungan. Total biaya lingkungan menciptakan kondisi lingkungan dengan kualitas terbaik dan memberikan manfaat jangka panjang. *Green accounting* juga dapat mengungkap potensi investasi di masa depan (Riyadh dkk., 2020). Hal ini bisa menimbulkan reputasi yang baik di mata *stakeholders* dan mempengaruhi jumlah investor pada perusahaan.

Penelitian mengenai hubungan antara *green accounting* terhadap nilai perusahaan dilakukan Salsabila & Widiatmoko (2022), Lestari & Khomsiyah (2023) Maflikha & Kodir (2022) dan Erlangga dkk (2021) menerapkan *green accounting* dan menunjukkan dampak positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan

penelitian yang dilakukan oleh Kelly & Henny (2023), Rahmadhani dkk. (2021) dan Melawati & Rahmawati (2022) menunjukkan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian terkait hubungan antara *green accounting* terhadap nilai perusahaan dilakukan Maflikha & Kodir (2022) dan Erlangga dkk (2021) menunjukkan bahwa *green accounting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Di sisi lain, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gracia dkk (2020), Rahmadhani dkk (2021) yang menemukan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan *corporate social responsibility*.

Penelitian terkait *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh Hanindia & Mayangsari (2022) dan Sari dkk (2023) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian yang dilakukan oleh Munzir dkk. (2023) dan Shaumi & Srimindarti (2022) menemukan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari fenomena diatas, terlihat bahwa sektor pertambangan mampu menjamin pembangunan perekonomian negara. Di sisi lain, sektor ini memberikan dampak negatif berupa rusaknya lingkungan hidup. Dunia usaha akan dimintai pertanggungjawaban dalam bentuk pendanaan untuk kelangsungan jangka panjang perusahaan dan lingkungan. Hal ini dilakukan untuk mendorong para *stakeholders* bekerja sama dalam meningkatkan nilai perusahaan. Uraian diatas menjelaskan terdapatnya inkonsistensi dari penelitian-penelitian sebelumnya sehingga meningkatkan keinginan peneliti untuk melakukan penelitian dengan indikator variabel, studi empiris dan tahun yang berbeda untuk melakukan perbandingan dan menambah pengetahuan. Dengan demikian, peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Green Accounting* dan Kinerja Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

2. Apakah kinerja sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *green accounting* dan kinerja sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan oleh peneliti, maka diperoleh tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Untuk menganalisis pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menganalisis pengaruh kinerja sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menganalisis pengaruh *green accounting* dan kinerja sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti dengan harapan akan memberi manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi Peneliti, diharapkan penelitian ini dapat memperluas pengetahuan dan wawasan tentang pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan hasil empiris ini dapat diuji kembali sebagai referensi dan memperluas pengetahuan dan wawasan mengenai *green accounting* dan kinerja sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan oleh peneliti, diantaranya :

1. Bagi Perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan manajemen untuk menerapkan *green accounting* sebagai bentuk kepedulian dan mengungkapkan *corporate social responsibility* dengan harapan mampu meningkatkan nilai perusahaan.
2. Bagi Investor, diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan informasi dan pertimbangan dalam *green accounting*, nilai perusahaan dan kinerja sosial perusahaan sebagai salah satu indikator dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi pada perusahaan.
3. Bagi Pemerintah, diharapkan mampu menjadi referensi dalam mengambil kebijakan dan memberikan solusi dalam memecahkan masalah sosial dalam masyarakat dan lingkungan. Dengan begitu pemerintah dapat membuat suatu pertimbangan mengenai peraturan yang mewajibkan industri pertambangan untuk melaporkan penerapan *green accounting* dan kinerja sosial perusahaan terkait aktivitas operasional perusahaan.
4. Bagi Masyarakat, diharapkan dengan adanya penerapan *green accounting* dapat meminimalisasikan masalah lingkungan. Kemudian diharapkan juga dengan adanya kinerja sosial perusahaan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui program-program yang fokus pada kesehatan, pendidikan, pemberdayaan ekonomi, serta infrastruktur dan fasilitas umum yang dibangun perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori *Stakeholders*

Istilah *stakeholders* dipekenalkan oleh *Stanford Research Institute* pada tahun 1963 (Freeman, 1984). Istilah ini menjelaskan bahwa suatu organisasi memerlukan dukungan dari para pemangku kepentingan (*stakeholders*) agar organisasi dapat berjalan. Freeman adalah orang yang mengembangkan teori *stakeholder* pada tahun 1984 yang bertujuan untuk mengimplementasikan akuntabilitas dan transparansi perusahaan di hadapan para *stakeholders* terkait.

Teori ini menyatakan bahwa organisasi akan memilih secara sukarela mengungkapkan informasi tentang kinerja lingkungan, social dan intelektual mereka, melebihi dan diatas permintaan wajibnya untuk memenuhi ekspektasi *stakeholders*. Teori *stakeholders* yakni teori yang berasumsi bahwa perusahaan menjalankan bisnisnya tidak hanya untuk kepentingannya sendiri tetapi juga kepentingan *stakeholder*. Oleh karena itu, teori *stakeholders* disebut juga rencana strategis perusahaan yang disusun untuk melanjutkan keberlangsungan hubungan antara *stakeholders*, investor, pemerintah pemasok, pelanggan, masyarakat dan juga lingkungan (Angelina & Nursasi, 2021). *Stakeholder* sangat mempengaruhi kehidupan perusahaan, sehingga perusahaan mempunyai tanggung jawab untuk berusaha memenuhi keinginan para *stakeholdernya* (Urmila & Mertha, 2017).

Teori *stakeholders* atau disebut juga teori pemangku kepentingan dikembangkan sebagai hasil dari pergeseran pemikiran tentang tanggung jawab manajemen organisasi saat ini, yang sebelumnya terbatas pada pemilik (pemangku kepentingan) tetapi sekarang mencakup karyawan, pemerintah, dan masyarakat yang lebih besar juga. *Stakeholders* dibagi menjadi dua kategori yaitu, sebagai berikut (Mahdiyyah, 2017).

a) *Stakeholders Internal*

Stakeholders ini adalah orang-orang yang tertarik dengan kebutuhan sumber daya perusahaan dan berpartisipasi dalam organisasi perusahaan. Pengendalian internal mencakup pemegang saham, manajer dan karyawan.

b) *Stakeholders Eksternal*

Stakeholders eksternal adalah orang-orang atau pihak-pihak yang bukan merupakan bagian dari perusahaan atau di luar perusahaan tetapi mempunyai kepentingan terhadap perusahaan dan mempengaruhi keputusan dan tindakan yang diambil perusahaan. Jenis *stakeholders eksternal* meliputi pelanggan, pemasok, pemerintah, kreditor, serikat pekerja, komunitas dan masyarakat.

Dalam teori *stakeholders* dikaitkan dengan aspek *green accounting* yang artinya berupaya menciptakan *value added*, yaitu dukungan perusahaan oleh *stakeholders*. Dalam hal ini pernyataan lingkungan dan aspek *green accounting* menjadi tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan yang berperan dalam mengurangi kerugian perusahaan (Hanifah, 2018).

Teori *stakeholders* sangat penting dalam praktik pernyataan *corporate social responsibility* perusahaan. Karena meskipun teori *stakeholders* adalah hubungan antara perusahaan dengan pemangku kepentingannya, namun *stakeholders* mempunyai peranan yang sangat penting dalam keberlangsungan kegiatan perusahaan (Yayu dkk., 2021). Teori *stakeholders* diharapkan dapat memberikan manfaat bagi *stakeholders*. Manfaat tersebut dapat diwujudkan dengan mempraktekkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Melalui program *corporate social responsibility*.

Teori *stakeholders* dikaitkan dengan nilai perusahaan. Perusahaan harus menyadari tanggung jawab mereka terhadap lingkungan. Perusahaan secara sukarela menunjukkan tanggung jawab terhadap lingkungan dengan membayar biaya pengelolaan lingkungan. Penyajian alokasi biaya lingkungan akan dinilai sebagai hal yang baik dan dapat meningkatkan nilai perusahaan di masa depan (Agustina, 2023).

2.1.2 Teori Legitimasi

Menurut Teori Legitimasi, suatu organisasi perlu memastikan bahwa kegiatan

yang dilakukannya sesuai dengan standar yang berlaku untuk mempertahankan legitimasinya. Teori legitimasi (*legitimacy theory*) menyangkut usaha organisasi untuk mempertahankan atau mendapatkan pengakuan dan penerimaan dari masyarakat atau pemangku kepentingan mereka. Fokus inti dari teori ini adalah bagaimana organisasi dapat menjaga reputasi positif mereka dengan memenuhi harapan dan norma sosial yang ada. Perusahaan yang dapat memenuhi harapan masyarakat dan menjaga citra mereka akan diterima dan diakui sebagai anggota yang sah dalam komunitas (Khairiyani *et al.*, 2019).

Keberpihakan perusahaan terhadap lingkungan memiliki dampak signifikan terhadap kinerja keuangan dan valuasi perusahaan. Perusahaan yang mengembangkan produk ramah lingkungan atau menjalankan operasional tanpa merusak lingkungan cenderung menghasilkan produk yang dihargai lebih tinggi oleh masyarakat, yang pada gilirannya meningkatkan penjualan dan pendapatan perusahaan. Karenanya, usaha yang mampu memberikan dampak positif sesuai dengan norma atau regulasi lingkungan akan disambut baik oleh masyarakat, yang berpotensi meningkatkan penjualan dan nilai dari usaha tersebut (Khairiyani *et al.*, 2019). Hal ini mempengaruhi kelangsungan usaha perusahaan yang akan terus meningkat. Teori legitimasi berasal dari konsep legitimasi organisasi oleh Dowling dan Pfeffer (1975) yang menyatakan bahwa, organisasi berusaha untuk memastikan bahwa aktivitasnya diterima sesuai dengan batasan dan norma, sehingga mereka mencoba untuk menyakinkan bahwa aktivitasnya diterima oleh pihak luar. Hal ini berarti bahwa keberadaan organisasi tersebut akan terus berlanjut bila proses pembangunan ekonomi dilakukan berkelanjutan untuk mencapai keadilan di kalangan masyarakat dalam satu generasi atau bahkan antar generasi.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa praktik pernyataan tanggungjawab sosial hendaknya dilaksanakan dengan sebaik-baiknya agar kinerja perusahaan mendapat respon positif dari masyarakat. Respon positif ini akan menciptakan nilai positif bagi perusahaan di mata masyarakat dan otomatis meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini justru akan memberikan keuntungan bagi perusahaan karena keuntungan yang dihasilkan akan menarik investor yang ingin menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Edy (2020),

Teori legitimasi erat kaitannya dengan wilayah sosial dan *green accounting* yang memberikan gambaran tentang dukungan sukarela oleh masyarakat mengenai

perusahaan (Prena, 2021). Teori legitimasi juga cocok untuk digunakan *green accounting* itu sendiri dikarenakan legitimasi bagi perusahaan yang berwawasan lingkungan sangat penting agar masyarakat dapat menerima perusahaan tersebut di lingkungan perusahaan itu berada, sehingga kiprah perusahaan dapat terus berjalan dimasa yang akan datang (Fahik, 2020).

Adanya teori legitimasi memberikan landasan bahwa perusahaan untuk mematuhi peraturan-peraturan yang berlaku di masyarakat mengenai kegiatan usaha yang dijalankannya, sehingga dapat berfungsi dengan baik dan bebas konflik dalam komunitas manapun di lingkungan tempat beroperasi. Oleh karena itu perusahaan perlu mengembangkan program *corporate social responsibility*. *Corporate social responsibility* bertujuan untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat agar masyarakat lokal di lingkungan tempat perusahaan beroperasi menerima sepenuhnya keberadaan perusahaan dan tidak ada permasalahan terhadap keberadaan perusahaan (Edy, 2020).

Dari penjelasan teori di atas dapat disimpulkan bahwa setiap organisasi harus mengintegrasikan nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai yang dipegang oleh masyarakat. Di lain pihak, diperlukan kesepakatan sosial yang mengikat antara perusahaan dan masyarakat sebagai cara untuk mempertahankan legitimasi diantara keduanya. Selanjutnya, perusahaan harus memperhatikan kepentingan masyarakat dengan memastikan bahwa operasi mereka tidak berdampak negatif pada lingkungan hidup. Teori legitimasi berkaitan langsung dengan variabel yang diteliti ini, yaitu biaya lingkungan dan kinerja lingkungan.

Teori ini sangat relevan dengan pengungkapan lingkungan, karena pengungkapan tersebut dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Oleh karena itu, informasi mengenai aspek lingkungan harus diungkapkan melalui laporan pengungkapan lingkungan. Dengan cara ini, hal ini akan mengurangi kesenjangan antara perusahaan dan masyarakat.

2.1.3 Nilai perusahaan

Tujuan dari kegiatan operasional perusahaan tidak hanya memaksimalkan keuangan atau *profit* saja, tetapi juga diharapkan dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya (Salsabila &

Widiatmoko, 2022). Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja 24 perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Harga saham yang digunakan umumnya mengacu pada harga penutupan (*closing price*), dan merupakan harga yang terjadi pada saat saham diperdagangkan di pasar.

Nilai perusahaan merupakan pandangan pemegang saham mengenai tingkat keberhasilan perusahaan yang digambarkan oleh nilai saham perusahaan untuk perusahaan yang telah menjual sahamnya kepada publik (Agustia dkk, 2019). Perusahaan *go public* yang memiliki nilai perusahaan yang baik adalah perusahaan yang memiliki nilai di atas nilai bukunya. Nilai perusahaan penting untuk diketahui untuk mengetahui tingkat kesejahteraan pemegang saham demi eksistensi perusahaan.

Adanya nilai perusahaan menunjukkan keadaan perusahaan yang berlangsung di pasar (*market*). Untuk memaksimalkan nilai perusahaan tentunya tidak dapat dilakukan tanpa adanya peran pemegang saham, pemerintah, karyawan serta masyarakat selaku pemegang kendali untuk menjamin eksistensi, keberlangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan. Dengan demikian, nilai perusahaan akan ditentukan oleh bagaimana perusahaan memperlakukan pihak-pihak yang memiliki kepentingan di perusahaan. Analisis fundamental yang digunakan dalam menilai sebuah perusahaan dalam rangka mengambil keputusan, yaitu: Gea & Ovami (2020)

1. *Price Earning Ratio* (PER), yaitu rasio yang diperoleh dengan cara membandingkan antara nilai saham sebuah perusahaan dengan profit yang akan didapatkan oleh *stakeholder*.
2. *Price to Book Value* (PBV), yaitu rasio yang diperoleh dengan cara membandingkan antara nilai saham yang beredar di pasar dengan nilai tercatat pada pembukuan dari saham tersebut.
3. *Tobin's Q Ratio*, yaitu rasio yang diperoleh dengan membandingkan antara nilai kapitalisasi pasar perusahaan dan nilai tercatat pada pembukuan dari jumlah kewajiban yang dimiliki perusahaan dengan jumlah aset yang dimiliki perusahaan. Selain menggambarkan mengenai aspek fundamental perusahaan, rasio ini juga mendeskripsikan penilaian pasar terhadap perusahaan. Selain itu, rasio ini juga diperkirakan memberikan gambaran mengenai kesempatan investasi atau

kemajuan perusahaan.

Nilai perusahaan yang digambarkan oleh nilai sahamnya menunjukkan bahwa untuk mencapai peningkatan harga saham maka perusahaan harus bertanggung jawab dalam aspek, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial kepada pemangku kepentingan. Hal ini akan membuat pihak yang berkepentingan akan percaya pada perkembangan perusahaan kedepannya, tidak hanya kepada kinerja perusahaan pada masa kini. Tingginya nilai perusahaan menunjukkan tingginya biaya yang bersedia dikeluarkan oleh investor untuk memperoleh aset perusahaan. Dalam hal ini, nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *tobin's q*. Rumus *tobin's q* yaitu, sebagai berikut (Suminar & Idayati, 2019).

$$Tobin's\ q = \frac{(MV + Total\ Liability)}{Total\ Asset}$$

Tobin's q digunakan untuk mengukur tingkat efektivitas dan efisiensi penggunaan sumber daya suatu perusahaan. Selain itu, Nilai *tobin's q* dapat digunakan untuk memperkirakan perkiraan keuangan saat ini dan laba atas investasi serta memastikan prospek suatu perusahaan (Dewi & Narayana, 2020). jika tingkat *tobin's q* baik, maka perusahaan akan dinilai baik pula (Dzahabiyya dkk., 2020). Berdasarkan Sudiyatno & Puspitasari (2010), skors *Tobin's q* terdiri:

- 1) Hasil *Tobin's q* < 1, mengindikasikan terkait kegagalan dalam mengelola aset yang dialami manajemen, sehingga saham diperkirakan mengalami *undervalued*. Dalam hal ini, pertumbuhan investasi cenderung memburuk.
- 2) Hasil *Tobin's q* = 1, mengindikasikan bahwa manajemen cenderung statis, sehingga saham mengalami kestabilan. Hal ini memberikan potensi pertumbuhan investasi yang tidak berkembang dan saham tidak mengalami pertumbuhan maupun penurunan.
- 3) Hasil *Tobin's q* > 1, mengindikasikan bahwa manajemen mampu mengelola aset perusahaan, sehingga saham mengalami *overvalued*. Hal ini memberikan potensi pertumbuhan investasi yang tinggi.

2.1.4 Green Accounting

Green accounting merupakan ilmu akuntansi yang berhubungan dengan

informasi lingkungan serta sistem audit lingkungan dan telah didefinisikan sebagai identifikasi, pelacakan, analisis, dan pelaporan serta informasi biaya yang terkait dengan aspek lingkungan dari suatu organisasi. *Green accounting* adalah konsep di mana perusahaan memprioritaskan efisiensi dan efektivitas dalam menggunakan sumber daya secara berkelanjutan, sehingga dapat menyelaraskan pengembangan perusahaan dengan fungsi lingkungan dan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat. Konsep mengenai *green accounting* sudah mulai ada pada tahun 1970-an di Eropa diikuti dengan berkembangnya penelitian mengenai *green accounting* di tahun 1980-an.

Green accounting adalah akuntansi yang mengungkapkan biaya-biaya terkait dengan aktivitas bisnis dengan lingkungan. Dapat disimpulkan bahwa *Green accounting* merupakan jenis akuntansi lingkungan yang menggabungkan manfaat lingkungan dengan biaya untuk pengambilan keputusan ekonomi. *Green accounting* erat kaitannya dengan biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan (Endiana dkk., 2020).

Biaya lingkungan merupakan biaya yang ditanggung oleh perusahaan yang berkaitan dengan kerusakan lingkungan dan perlindungan terhadap lingkungan. Perlakuan akuntansi atas biaya lingkungan sebagai beban periodik yang dicatat pada kelompok biaya administrasi dan umum pada laporan laba rugi. Sistem akuntansi yang didalamnya mengungkapkan akun-akun terkait dengan biaya lingkungan disebut sebagai akuntansi lingkungan atau *green accounting*.

Salah satu tujuan *green accounting* adalah untuk menyediakan biaya lingkungan yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang terlibat. Tujuan lain dari *green accounting* yaitu untuk mengungkapkan dan mengidentifikasi cara-cara di mana operasi perusahaan dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. *Green accounting* bergantung pada perusahaan itu sendiri untuk mengatasi masalah yang muncul di lingkungan. Perusahaan yang memahami permasalahan lingkungan cenderung mengembangkan kebijakan yang lebih memperhatikan lingkungan (Widyowati & Damayanti, 2022).

Menurut (Almunawwaroh et al., 2020), tujuan penerapan *Green accounting* yaitu :

- a. Mendorong pertanggungjawaban entitas serta menaikkan transparansi lingkungan.
- b. Membantu entitas untuk menetapkan seni manajemen dalam menanggapi isu lingkungan hidup.
- c. Membentuk entitas mempunyai keunggulan pemasaran yang lebih

kompetitif dibandingkan dengan entitas yang tidak melakukan pengungkapan. d. Menunjukkan komitmen perusahaan terhadap usaha perbaikan lingkungan hidup. e. Mencegah opini negative dari public mengenai perusahaan yang berbisnis pada area yang berisiko dan tidak ramah lingkungan pada umumnya akan mendapat tantangan dari masyarakat.

Green accounting memainkan peran penting dalam keberhasilan atau kegagalan perusahaan dalam jangka panjang. Hal ini dikatakan demikian, karena *green accounting* dapat memberikan pola produksi yang ramah lingkungan. *Green accounting* tidak menimbulkan biaya yang tidak perlu, namun justru mengarah pada penghematan biaya jangka panjang bagi perusahaan (Febriani dkk., 2019).

Menurut Ikhsan (2009) pentingnya penggunaan akuntansi lingkungan bagi perusahaan atau organisasi memiliki fungsi dan peran yang dapat dibagi menjadi dua bentuk, yaitu :

1. Fungsi internal, Dalam fungsi internal ini, manajer dapat memanfaatkan *green accounting* sebagai alat untuk manajemen bisnis dan pengambilan keputusan saat berinteraksi dengan unit bisnis.
2. Fungsi eksternal, yaitu fungsi dimana Perhatian perusahaan terhadap faktor-faktor yang timbul dari upaya konservasi dalam bentuk data akuntansi diperlukan. Data yang dihasilkan harus merupakan hasil pengukuran kuantitatif yang tepat dan andal dari kegiatan terkait akuntansi lingkungan.

Green accounting juga merupakan penghubung aspek penganggaran lingkungan dengan sumber daya manajemen perusahaan. Maksud dan tujuan pengembangan *green accounting* adalah sebagai berikut (Kusuma, 2022):

- 1) *Green accounting* merupakan alat pengelolaan lingkungan. Sebagai alat pengelolaan lingkungan, *green accounting* digunakan untuk mengevaluasi kegiatan konservasi lingkungan. Data *green accounting* juga digunakan untuk menentukan biaya peralatan pengelolaan lingkungan, total biaya perlindungan lingkungan, dan juga investasi yang diperlukan untuk kegiatan pengelolaan lingkungan.
- 2) *Green accounting* sebagai alat komunikasi dengan masyarakat. *Green accounting* berfungsi untuk menginformasikan kepada masyarakat mengenai dampak negatif

terhadap lingkungan, kegiatan perlindungan lingkungan, dan hasilnya kepada publik. reaksi dan opini masyarakat digunakan sebagai umpan balik untuk mengubah pendekatan perusahaan terhadap perlindungan dan konservasi lingkungan.

Di Indonesia ada beberapa peraturan yang mengatur terkait dengan Green accounting antara lain :

- a) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Bisnis yang menambang sumber daya alam dalam undang-undang ini dituntut untuk memperhitungkan tanggung jawab sosial dan lingkungan ke dalam pengeluaran anggaran yang adil dan memadai; Mereka yang melanggar aturan ini akan menghadapi konsekuensi sejalan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- b) Peraturan Pemerintah Nomor 22 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup Mengatur mengenai persetujuan lingkungan, melindungi dan mengelola kualitas air, mengelola kualitas udara, melindungi dan mengelola kualitas laut, mengendalikan kerusakan lingkungan, mengelola limbah B3 dan non-B3, menyediakan data penjamin 19 untuk pemulihan fungsi lingkungan, sistem informasi lingkungan, pembinaan dan pengawasan, dan menjatuhkan sanksi administratif adalah contoh peraturan lingkungan. Penegakan dan pengawasan hukum lingkungan dilakukan untuk memastikan bahwa aturan yang ditetapkan selama fase perencanaan bisnis atau kegiatan diikuti, dan bahwa ada dampak atas penyimpangan dari rencana. Bisnis dan/atau kegiatan yang bertentangan dengan persyaratan di bawah persetujuan pemerintah atau lingkungan untuk perizinan usaha. Dengan menggunakan konsep ultimum remedium dan melalui berbagai tahapan pelaksanaan Sanksi Administratif, penegakan hukum diterapkan.
- c) Undang-undang No.25 tahun 2007 Tentang Penanaman Modal Peraturan ini berhubungan dengan persyaratan bahwa setiap investasi, baik itu dalam bentuk perusahaan atau individu, menjunjung tinggi kelestarian lingkungan, mempraktikkan tanggung jawab sosial perusahaan, dan menghormati adat budaya lokal; Setiap pelanggaran terhadap persyaratan ini dapat mengakibatkan sanksi seperti peringatan tertulis, pembatasan, pembekuan, dan penghentian kegiatan

dan/atau fasilitas investasi.

- d) Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/dua/PBI/2005 Tentang Penilaian Kualitas Aktivitas Bagi Bank Umum Pada peraturan ini dijelaskan salah satu persyaratan pinjaman adalah aspek lingkungan. Perusahaan yang mencari pembiayaan bank harus dapat menunjukkan minat dalam pengelolaan lingkungan. Semua aspek yang berhubungan dengan lingkungan menjadi salah satu syarat dalam pemberian kredit. Setiap perusahaan yang ingin mendapatkan kredit perbankan harus mampu memperlihatkan kepeduliannya terhadap pengelolaan lingkungan. Standar pengukur kualitas limbah perusahaan yang dipakai dalam pengukuran Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER). PROPER menggunakan lima peringkat diantaranya : hitam, merah, biru, hijau, dan emas dalam pengelolaan limbah perusahaan yang berdasarkan tingkat keberhasilan pengelolaan limbah perusahaan.
- e) Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Kapital Serta Forum Keuangan KEP-134/BL/2006 Tentang Kewajiban Penyampaian Laporan Tahunan Bagi Emiten atau Perusahaan Publik 20 Peraturan tersebut menetapkan kewajiban pelaporan tahunan, termasuk tata kelola perusahaan, dan harus memperhitungkan aktivitas dan biaya yang dikeluarkan sehubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan.
- f) Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 32 (Akuntansi Kehutanan) serta Nomor 33 (Akuntansi Pertambangan Umum) Kedua PSAK tersebut mengatur kewajiban bagi perusahaan dan di bidang pertambangan dan pemilik Hak Pengusahaan Hutan (HPH) untuk mengungkapkan item-item lingkungan dalam laporan keuangannya.

Berbagai bentuk praktik *green accounting* di perusahaan antara lain penggunaan material ramah lingkungan, pengelolaan limbah, dan bentuk tanggungjawab lain yang berkaitan dengan aspek lingkungan agar tidak merugikan lingkungan, sehingga menjamin upaya pengelolaan yang ramah lingkungan (Zulhaimi, 2015). Don & Mowen, (2005) menunjukkan bahwa biaya lingkungan timbul dari aktivitas lingkungan seperti:

- 1) *Environmental prevention costs* (biaya pencegahan lingkungan), yaitu biaya yang diakibatkan oleh produksi limbah dan sampah yang dapat merusak lingkungan.

Contoh biaya pencegahan termasuk biaya pemilihan pemasok, biaya pemilihan peralatan pengendalian polusi, biaya pelatihan karyawan dan lain-lain.

- 2) *Environmental detection costs* (biaya deteksi lingkungan), biaya untuk menentukan apakah aktivitas, produk dan proses perusahaan memenuhi standar lingkungan. Misalnya biaya seperti pengukuran kadar kontaminan, pengujian kontaminan, pengujian dan proses dan lain-lain.
- 3) *Environmental internal failure costs* (biaya kegagalan internal lingkungan), yaitu biaya yang timbul dari kegiatan yang timbul dari timbunan limbah tetapi bukan dari pembuangannya ke luar. Contoh biaya pengoperasian peralatan mengurangi atau menghilangkan pencemaran lingkungan, pengolahan dan pembuangan limbah, pemeliharaan peralatan, daur ulang limbah, dan lain-lain.
- 4) *Environmental external failure costs* (biaya kegagalan eksternal lingkungan), yaitu biaya yang timbul yang diakibatkan masuknya limbah atau sampah ke dalam lingkungan.
 - a) Biaya kegagalan eksternal yang direalisasi adalah biaya yang dikeluarkan dan harus dibayar oleh perusahaan. Contohnya termasuk biaya pembersihan danau atau tanah yang tercemar dan hilangnya penjualan karena publisitas buruk bagi perusahaan
 - b) Biaya kegagalan eksternal atau biaya sosial yang belum direalisasi, yaitu biaya sosial yang ditanggung oleh perusahaan tetapi dibayar atau ditanggung oleh pihak luar. Contohnya biaya kerusakan lingkungan, kerusakan ekosistem, dan biaya pengobatan akibat hilangnya pekerjaan.

Green accounting bertujuan untuk mengurangi dampak negatif dari kegiatan operasional perusahaan terhadap lingkungan. *Green accounting* bergantung pada perusahaan itu sendiri untuk mengatasi masalah yang muncul di lingkungan. Perusahaan yang memahami permasalahan lingkungan cenderung mengembangkan kebijakan yang lebih memperhatikan lingkungan (Widyowati & Damayanti, 2022).

2.1.5 Kinerja Sosial Perusahaan

Sampai saat ini masih terjadi pro dan kontra mengenai penerapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penerapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan akan

mendatangkan beberapa keuntungan. Pertama, perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial berakibat meningkatnya brand image dan mempunyai reputasi yang baik bagi perusahaan yang bersangkutan. Konsumen biasanya memberikan penilaian yang baik terhadap perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga konsumen cenderung membeli produk atau jasa dari perusahaan-perusahaan yang mempunyai reputasi baik. Bukti-bukti empiris yang menunjukkan adanya sejumlah keuntungan jika perusahaan peduli dan melaporkan informasi *Corporate Social Responsibility* dalam pelaporan keuangan tahunan perusahaan.

Definisi *Corporate Social Responsibility* adalah suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan disekitar tempat beroperasi (Aini, 2015). *Corporate Social Responsibility* juga dimaksudkan untuk meminimalisir dampak yang di timbulkan perusahaan selama menjalankan aktivitas bisnisnya (Pradnyani dan Sisdyani, 2015).

WBSD (*The World Business Council for Sustainable Development*) memaknai *Corporate Social Responsibility* sebagai komitmen bisnis untuk berperilaku etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang sekaligus meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, serta masyarakat lokal dan masyarakat pada umumnya (Hastuti, 2014).

Menurut Prastowo dan Huda dalam Saraswati (2014), menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu upaya/mekanisme alamiah perusahaan untuk membersihkan keuntungan-keuntungan besar yang diperoleh perusahaan. Sebagaimana yang telah diketahui bahwa perusahaan dalam memperoleh keuntungan terkadang dapat menimbulkan kerugian bagi pihak lain baik dalam kegiatan yang disengaja maupun tidak disengaja. Dikatakan sebagai upaya alamiah *Corporate Social Responsibility* adalah konsekuensi dari dampak yang ditimbulkan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dapat merugikan masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan berkewajiban untuk mengembalikan keadaan masyarakat yang mengalami dampak yang telah ditimbulkan oleh kegiatan yang telah dilakukan oleh perusahaan menjadi lebih baik.

Corporate Social Responsibility juga merupakan bentuk kepedulian suatu usaha terhadap lingkungan, baik lingkungan dalam kegiatan usaha maupun lingkungan diluar kegiatan usaha. Contoh bentuk tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan dapat

bermacam-macam mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, pemberian beasiswa pendidikan, sumbangan untuk fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna bagi masyarakat banyak khususnya masyarakat ditempat beroperasi (Septiana & Fitria, 2014).

Corporate Social Responsibility merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya (Wibisono, 2007). Pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan memiliki manfaat bagi perusahaan, masyarakat, lingkungan, negara, dan para pemangku kepentingan lainnya. Wibisono (2007) menguraikan manfaat yang akan diterima dari pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, diantaranya:

- a. Bagi perusahaan. Perusahaan yang melakukan *Corporate Social Responsibility* akan memperoleh empat manfaat, yaitu : (1) keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas, (2) perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (*capital*), (3) perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas dan (4) perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).
- b. Bagi masyarakat. Praktik *Corporate Social Responsibility* yang baik akan meningkatkan nilai-tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja. Jika terdapat masyarakat adat atau masyarakat lokal, praktek *Corporate Social Responsibility* akan menghargai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut.
- c. Bagi lingkungan. Praktik *Corporate Social Responsibility* akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat mempengaruhi lingkungannya.

- d. Bagi Negara. Praktik *Corporate Social Responsibility* yang baik akan mencegah apa yang disebut “corporate misconduct” atau malpraktik bisnis seperti penyuapan pada aparat negara atau aparat hukum yang memicu tingginya korupsi. Selain itu, negara akan menikmati pendapatan dari pajak yang wajar (yang tidak digelapkan) oleh perusahaan.

Corporate Social Responsibility merupakan suatu konsep yang mengacu pada tanggung jawab perusahaan dalam segala bentuk kegiatan bisnis, termasuk aspek ekonomi, sosial dan lingkungan terhadap *stakeholder* seperti konsumen, karyawan, investor, masyarakat dan lingkungan bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang berbeda-beda. Fahik (2020) Aspek lingkungan seperti pencemaran dan limbah lingkungan, kinerja produksi perusahaan, keamanan produk, serta tenaga kerja dan karyawan perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen suatu entitas bisnis yang mengacu pada keberlangsungan suatu perusahaan dengan meminimalkan dampak negatifnya dan memaksimalkan dampak positifnya guna meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan yang positif baik bagi perusahaan maupun komunitas lokal dan masyarakat umum.

Jhon Elkington memperkenalkan konsep *Triple bottom line* atau 3P (*profit, people* dan *planet*) pada tahun 1988. Teori *Triple bottom line* menyatakan bahwa jika suatu perusahaan ingin menjamin kelangsungan hidupnya, maka perusahaan tersebut tidak boleh mengejar keuntungan atau *profit*, namun harus memperhatikan kesejahteraan masyarakat dan menjamin lingkungan yang bebas cara berpikir.

Konsep ini menjadi pilar penilaian keberhasilan suatu perusahaan berdasarkan kriteria yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial. Konsep 3P (*Triple bottom line*) meliputi :

1) Ekonomi (*Profit*)

Fokus utama suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya adalah menghasilkan laba yang tinggi. Selain itu, tujuan perusahaan adalah memperoleh keuntungan. Dalam kegiatan operasional perusahaan, dengan menghasilkan laba, maka perusahaan dapat menggunakan laba tersebut untuk menutup biaya pertumbuhan dan perkembangan usaha perusahaan di masa depan, membagikan dividen kepada para pemegang saham, dan membayar pajak kepada negara.

2) Lingkungan (*planet*)

Bentuk tanggung jawab lingkungan dari perusahaan terhadap lingkungan

yaitu berupaya melindungi lingkungan, mencegah bencana, dan meminimalkan dampak bencana demi kesejahteraan masyarakat dalam jangka panjang. Mengurangi limbah produksi dengan mengelola sumber daya alam dengan baik dan mendaur ulang limbah ramah lingkungan.

3) Sosial atau masyarakat (*people*)

Suatu konsep yang berfokus pada perlindungan masyarakat. Perusahaan harus melakukan aktivitas yang merespon kebutuhan masyarakat. Masyarakat merupakan *stakeholder* yang penting bagi perusahaan. Sebab dunia usaha memerlukan dukungan agar bisa bertahan dan berkembang.

Dengan bertanggung jawab secara sosial, perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga berkontribusi terhadap kesejahteraan dan kualitas hidup bagi masyarakat serta lingkungan dalam jangka panjang.

Tujuan *Corporate Social Responsibility*, yaitu sebagai berikut (Prihanto, 2020).

- 1) Perusahaan dapat membagi aktivitas operasionalnya sesuai dengan standar, moralitas dan etika untuk menciptakan produk memenuhi kebutuhan pengguna.
- 2) Perusahaan dapat memberikan informasi tentang produk yang dihasilkannya dan mempromosikannya secara jujur dan benar. Sebagai tanggung jawab sosial perusahaan, produsen harus memastikan bahwa informasi seperti komposisi, manfaat, tanggal kadaluarsa produk, potensi efek samping, penggunaan yang benar, jumlah, kualitas, dan harga dicantumkan pada kemasan produk. Sehingga konsumen dapat memutuskan secara rasional apakah akan menggunakan produk tertentu.
- 3) Perusahaan perlu mengamati hasil produk dari perusahaan tersebut karena perusahaan memikul tanggung jawab sosial yang besar untuk keselamatan dan keamanan konsumen dan masyarakat.

Corporate Social Responsibility (CSR) diukur dengan mengevaluasi setiap item yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan dan laporan keberlanjutan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) didasarkan pada standar Pedoman Pelaporan Keberlanjutan *Global Reporting Initiative* (GRI). Standar

Pelaporan Keberlanjutan GRI (Standar GRI) dirancang untuk organisasi-organisasi dalam melaporkan tentang dampak mereka terhadap ekonomi, lingkungan, dan masyarakat (GRI, 2016).

Standar GRI memiliki banyak standar yang tidak semuanya relevan terhadap setiap jenis bisnis, maka dari itu perusahaan harus melakukan riset dan usahanya sendiri untuk mengidentifikasi data manakah yang paling relevan dalam membuat perusahaan menjadi lebih efisien, menguntungkan, dan berkelanjutan. (Savitz & Weber, 2014). GRI *Standards* menyediakan prinsip-prinsip yang harus diikuti organisasi dalam menentukan isi dan mutu laporan yang akan disusun. Prinsip-prinsip tersebut akan membantu organisasi memutuskan informasi manakah yang dibutuhkan untuk menyusun laporan keberlanjutan berkualitas tinggi. Berikut penjelasan prinsip-prinsip pelaporan yang dijelaskan didalam GRI *Standards* (GRI,2016):

1) Inklusivitas Pemangku Kepentingan

Organisasi pelapor perlu menentukan pihak yang berkepentingan, dan menguraikan bagaimana organisasi pelapor dapat menangani harapan dan kepentingan pemangku kepentingan yang sah.

2) Konteks Keberlanjutan

Laporan perlu menjelaskan kinerja organisasi dalam situasi keberlanjutan yang lebih luas.

3) Materialitas

Laporan perlu merangkum topik yang menggambarkan pengaruh sosial, lingkungan, ekonomi dari organisasi pelapor. Selain itu, harus mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penilaian dan keputusan *stakeholders*.

4) Kelengkapan

Laporan perlu menggambarkan pengaruh ekonomi, lingkungan, dan sosial yang signifikan dan mencakup topik dan batasan material secara memadai *stakeholders* dalam memberikan penilaian terhadap kinerja organisasi pelapor dalam periode pelaporan.

Dalam standar GRI *Standards* (GRI, 2016) mengklasifikasikan indikator kinerja

menjadi tiga komponen utama yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan termasuk praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab atas produk dengan total 89 indikator kinerja. *Corporate Social Responsibility* dihitung dengan membagi total laba bersih perusahaan dengan 89 indikator berdasarkan *GRI Standards* tersebut (GRI, 2016). Pengukuran pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dinyatakan dalam *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) dengan cara mengevaluasi setiap item yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan dan atau laporan keberlanjutan dengan mengacu pada Standar GRI yang terdiri dari 3 kategori utama, meliputi 17 indikator kinerja ekonomi, 32 indikator kinerja lingkungan, dan 40 indikator kinerja sosial. Masing-masing indikator ini diberi skor 1 jika diungkapkan dan 0 jika tidak diungkapkan. Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut.

$$CSRI_j = \frac{\sum x_{ij}}{nj}$$

Keterangan:

$CSRI_j$ = *Corporate Social Responsibility Index* per kategori perusahaan j

= Jumlah item untuk perusahaan j , $n_j = 89$

x_{ij} = Score 1 : jika item i diungkapkan dan score 0 : jika item i tidak diungkapkan

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk meneliti bagaimana pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel mediasi. Namun, penelitian sebelumnya mempunyai hasil yang bervariasi.

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian, Tahun, judul Penelitian	Variabel	Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Rezha Nia Ade PutriEdy (2020) "Pengaruh <i>Green Accounting</i>	<i>Green Accounting</i> (X), <i>Corporate Social Responsibility</i> (Y), Kinerja Keuangan (Z)	SPSS	• <i>Green Accounting</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR dan Kinerja Keuangan

	<i>Accounting terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Bank Umum Syariah di Indonesia dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening (Periode 2015 – 2018)”</i>			• Kinerja Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR. • Kinerja Keuangan bukan merupakan variabel Intervening pada <i>Green Accounting</i> terhadap CSR. • <i>Green Accounting</i> terhadap CSR pada Bank Umum Syariah sudah sesuai dengan perspektif Islam baik dalam pelaksanaan maupun penilaiannya.
2.	Dewi & Narayana(2020) “Implementasi <i>Green Accounting</i>, <i>Profitabilitas</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Nilai Perusahaan	<i>Green Accounting</i> (X1), <i>Profitabilitas</i> (X2), <i>Corporate Social Responsibility</i> (X3), Nilai Perusahaan (Y)	SPSS	• <i>Green Accounting</i>, <i>Profitabilitas</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan (Tobin’s Q) •
3.	Gracia Elisabeth Fahik (2020) “Pengaruh <i>Green Accounting</i> terhadap Kinerja Keuangan	<i>Green Accounting</i> (X), Kinerja Keuangan (Y), <i>Corporate Social Responsibility</i> (Z)	SPSS	• <i>Green Accounting</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan • <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh
4.	Endiana dkk., (2020) “The Effect of <i>Green Accounting</i> on <i>Corporate Sustainability</i> and <i>Financial Performance</i>”	<i>Green Accounting</i> (X1), <i>Financial Performance</i> (Y), <i>Corporate Sustainability Management System</i> (Z)	SEM PLS	• <i>Green Accounting</i> berpengaruh positif terhadap <i>Corporate Sustainability</i> • <i>Management System Green Accounting</i> berpengaruh positif terhadap <i>Financial Performance</i> • <i>Corporate Sustainability Management System</i> berpengaruh positif terhadap <i>Financial Performance</i> • <i>Corporate Sustainability Management System</i>

				mampu menjadi mediasi antara <i>Green Accounting</i> terhadap Kinerja Keuangan
5.	Erlangga dkk., (2021) “Penerapan <i>Green Accounting</i> dan <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas”	<i>Green Accounting</i> (X1), <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> (X2), Nilai Perusahaan (Y)	Eviews	• <i>Green Accounting</i> dan <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan (Tobin’s Q)
6.	Rahmadhani dkk.,(2021) “Pengaruh <i>Green Accounting</i> dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Kinerja Keuangan dengan Pengungkapan CSR sebagai variabel Intervening”	<i>Green Accounting</i> (X1), Kepemilikan Saham Publik(X2), Kinerja Keuangan (Y), <i>Corporate Social Responsibility</i> (Z)	SEM PLS	• <i>Green Accounting</i> tidak berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan • <i>Green Accounting</i> tidak berpengaruh terhadap CSR • CSR berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan • CSR tidak dapat menjadi mediasi antara <i>Green</i> • <i>Accounting</i> terhadap Kinerja Keuangan
7.	Shella Gilby Sapulette, Franco Benony Limba (Sapulette & Limba, 2021) “Pengaruh penerapan <i>Green accounting</i> dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018 2020”	<i>Green Accounting</i> (X1) Kinerja Lingkungan (X2) Nilai Perusahaan (Y)	SPSS	• Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel <i>Green accounting</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan variabel kinerja lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel nilai perusahaan.
8.	Kholmi & Nafiza, 2022 ”Pengaruh Penerapan <i>Green Accounting</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas”	“ <i>Green Accounting</i> (X1), CSR (X2) dan Profitabilitas	SPSS	“ <i>Green accounting</i> tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas, sedangkan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

9.	Hafidz & Deviyanti 2022 “Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR sebagai Intervening”	Kinerja Lingkungan (X), Nilai Perusahaan (Y), <i>Corporate Social Responsibility</i> (Z)	SPSS	• Kinerja Lingkungan berpengaruh terhadap CSR • Kinerja Lingkungan berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan • CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan • Kinerja Lingkungan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Variabel Intervening
10.	Aurilia Salsabila Jacobus Widiatmoko (Salsabila & Widiatmoko, 2022) “Pengaruh Green accounting terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variabel mediasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021”	Green accounting (X) nilai perusahaan (Y) kinerja keuangan (Z)	SPSS	• Green accounting tidak mampu berpengaruh secara langsung terhadap nilai perusahaan. • Hasil uji mediasi didapatkan hasil bahwa Green accounting mampu berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan mediasi kinerja keuangan perusahaan.
11.	Maflikha & Kodir (2022) “Pengaruh <i>Green Accounting</i> pada Value Perusahaan dengan Variabel Moderating <i>Corporate Social Responsibility</i> ”	<i>Green Accounting</i> (X), Nilai Perusahaan (Y), <i>Corporate Social Responsibility</i> (Z)	SPSS	• <i>Green Accounting</i> berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan • CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan • <i>Green Accounting</i> tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Moderating
12.	Salsabila & widiatmoko (2022) “Pengaruh <i>Green Accounting</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2021”	<i>Green Accounting</i> (X1), Nilai Perusahaan (Y)	SPSS	• <i>Green Accounting</i> dan Berpengaruh Signifikan • Terhadap Nilai Perusahaan (Tobin’s Q)

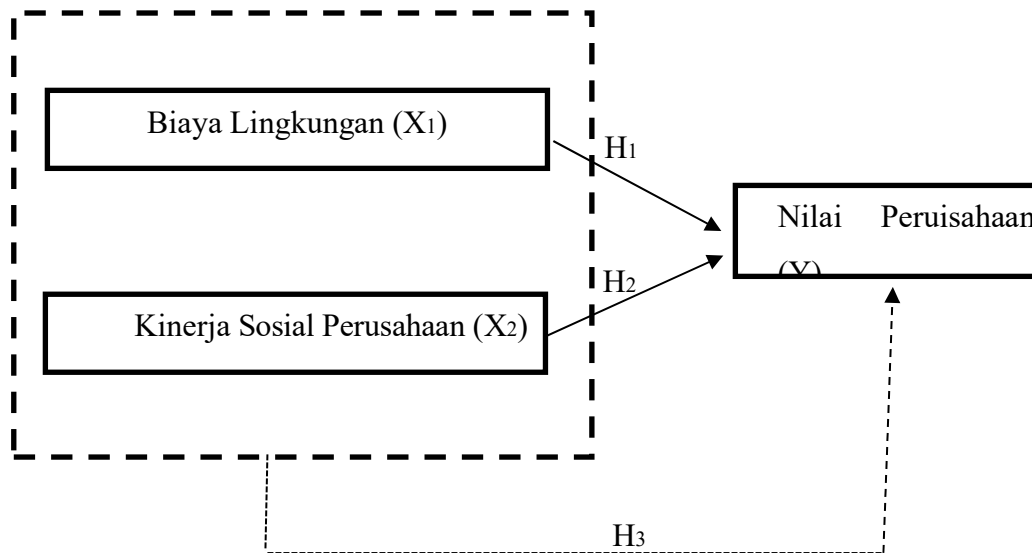
13.	Astuti dkk., (2023) “Pengaruh Penerapan <i>Green Accounting</i> , Profitabilitas, dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan.	<i>Green Accounting</i> (X1), <i>Profitabilitas</i> (X2), <i>Corporate Social Responsibility</i> (X3), Nilai Perusahaan (Y)	SPSS	• <i>Green Accounting</i>, <i>Profitabilitas</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan (Tobin’s Q)
				•
14.	Agustina (2023) “Pengaruh <i>Green Accounting</i> terhadap Kinerja Keuangan dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> sebagai variabel Mediasi (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Periode 2019-2021)	<i>Green Accounting</i> (X), Kinerja Keuangan (Y), <i>Corporate Social Responsibility</i> (Z)	Eviews	• <i>Green Accounting</i> tidak berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan • <i>Green Accounting</i> berpengaruh terhadap CSR berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan • <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak mampu memediasi antara <i>Green Accounting</i> terhadap Kinerja Keuangan

15.	Mirnawati & Dewi(2023) “Pengaruh Penerapan <i>Green Accounting</i> , Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Kesehatan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021)”	<i>Green Accounting</i> (X1), Ukuran Perusahaan (X2), Kepemilikan Saham (X3), Nilai Perusahaan (Y)	SPSS	• <i>Green Accounting</i>, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Berpengaruh Secara Signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Tobin’s Q)
16.	Lestari & Khomsiyah “Pengaruh Kinerja Lingkungan, Penerapan <i>Green Accounting</i> , dan Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> Terhadap Nilai Perusahaan”	Kinerja Lingkungan (X1), Penerapan <i>Green Accounting</i> (X2), Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> (X3), Nilai Perusahaan (Y)	SPSS	• Kinerja Lingkungan, Penerapan <i>Green Accounting</i>, dan Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan (Tobin’s Q)

Sumber : Data diolah peneliti, (2023)

2.3 Model penelitian

Model penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.



Sumber: Data olahan, 2024

Gambar 2.2 : Model Penelitian

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan

Menurut teori *stakeholder* yang dikemukakan oleh Freeman (1984) dalam menjalankan kegiatan operasionalnya perusahaan juga wajib memberikan kepuasan kepada *stakeholder*, bukan hanya mementingkan kepentingan perusahaan. Dengan *green accounting* menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya memikirkan kepentingannya sendiri. Pengeluaran biaya lingkungan dalam rangka pelestarian lingkungan melalui *green accounting* merupakan bukti bahwa perusahaan memberi kepuasan terhadap *stakeholder*. Agustia dkk. (2019) menjelaskan bahwa *stakeholder* tidak hanya menilai perusahaan dari sisi ekonomi atau keuntungan semata, namun juga dari keseriusan dalam mengelola lingkungan untuk memastikan bahwa perusahaan tersebut dapat bertahan serta dapat meningkatkan prestasi secara berkelanjutan.

Green accounting membantu manajemen dalam melakukan pengungkapan biaya sehingga biaya lingkungan yang dikeluarkan dapat terkendali dan akan berdampak pada meningkatnya kinerja perusahaan. Selain pengendalian biaya, *green accounting* juga dapat membuat perusahaan terhindar dari kewajiban lingkungan sehingga akan meminimalkan risiko bagi *stakeholder*. Kedua hal yang telah dijelaskan tersebut akan

membuat *stakeholder* memberikan dukungan kepada perusahaan. Hal ini penting dikarenakan dalam mencapai peningkatan nilai perusahaan peran *stakeholder* sangat dibutuhkan. apabila harga saham suatu

perusahaan meningkat, maka hal ini juga menunjukkan meningkatnya nilai perusahaan.

Perusahaan dengan praktik *green accounting* yang baik cenderung dipandang mampu beroperasi di sektor keuangan dan lingkungan perusahaan yang sesuai dengan batasan norma dan nilai sosial. Teori legitimasi berpendapat bahwa hubungan antara masyarakat dan perusahaan, serta penilaian sosial yang diberikan masyarakat terhadap aktivitas yang dilakukan perusahaan, berdampak positif bagi perusahaan, terutama yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial. Laporan tanggung jawab sosial mencakup *green accounting* serta kinerja lingkungan (Widyasari & Rahman, 2023).

Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan memerlukan taktik untuk menjamin keberlangsungan perusahaan dengan meningkatkan nilai perusahaan (Rahmadhani dkk., 2021). Reputasi yang baik di mata publik biasanya akan menghasilkan nilai perusahaan yang lebih baik. Dunia usaha dapat berupaya untuk mendapatkan reputasi yang baik dengan memperbaiki aspek lingkungannya dengan mengurangi risiko kerusakan lingkungan, mengatasi dampak lingkungan dari operasional perusahaan, dan mencegah bencana lingkungan (Putra, 2017).

Untuk mengembangkan reputasi lingkungan yang baik, perusahaan perlu mengalokasikan biaya lingkungan atau menerapkan *green accounting*. *Green accounting* bertujuan untuk mengurangi dampak negatif dari kegiatan ekonomi dan lingkungan. Perusahaan yang paham dengan isu lingkungan dapat mengarahkan perusahaannya untuk mengembangkan kebijakan keselamatan lingkungan (Widyowati & Damayanti, 2022). Mengalokasikan dana untuk biaya lingkungan memaksa pemangku kepentingan yang sadar akan keberlanjutan perusahaan memikirkan manfaat jangka panjang. Hal ini meningkatkan citra positif perusahaan di mata masyarakat dan mendorong investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut (Endiana dkk., 2020).

Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Salsabila & Widiatmoko (2022), Lestari & Khomsiyah (2023) Maflikha & Kodir (2022) dan Erlangga dkk (2021) menyatakan bahwa *green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang berarti adanya *green accounting* memudahkan investor dalam menilai tingkat perkembangan perusahaan yang berkelanjutan. Artinya, dengan adanya *green*

accounting akan membuat perusahaan lebih mudah untuk mendapatkan dukungan dari *stakeholder*. Namun berbanding terbalik dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Kelly & Henny (2023), Rahmadhani dkk. (2021) dan Melawati & Rahmawati (2022) menyatakan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut.

H1: *Green Accounting* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

2.4.2 Pengaruh Kinerja Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan teori *stakeholder* yang dikembangkan oleh Freeman (1984), keterkaitan antara perusahaan dengan pemangku kepentingan sangat erat sehingga dalam mencapai tujuan perusahaan dibutuhkan peran dari *stakeholder*, perusahaan perlu menjaga hubungan positif dengan pihak tersebut. Perusahaan dapat melakukan tanggung jawab sosial dan mengungkapkannya untuk mendapatkan dukungan dari *stakeholder*. Informasi yang diungkapkan dalam *corporate social responsibility* menjadi untuk mendapatkan dukungan dan mengelola hubungan dengan *stakeholder* dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan, yang tak lain adalah tujuan dari perusahaan.

Dukungan dari *stakeholder* akan berkontribusi untuk menaikkan nilai perusahaan. *Stakeholder*, khususnya investor akan memberikan tanggapan positif kepada perusahaan yang mengungkapkan *corporate social responsibility*. Semakin banyak pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan reputasi dan citranya sehingga akan berdampak pada peningkatan minat investor untuk berinvestasi di perusahaan. Semakin banyak jumlah investor maka akan semakin meningkatkan harga saham. Harga saham mencerminkan nilai perusahaan sehingga peningkatan harga saham juga menunjukkan adanya peningkatan nilai perusahaan.

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan perlu mendapatkan pengakuan masyarakat. Untuk mendapatkan peringkat ini, perusahaan harus menunjukkan tanggung jawabnya melalui *corporate social responsibility*. Keterbukaan informasi dapat menjadi tren global ketika perusahaan melakukan

pengelolaan lingkungan untuk menciptakan lingkungan yang berkualitas (Afifah & Syafruddin, 2021).

Tanggung jawab perusahaan melalui peningkatan kinerja lingkungan, serta penerapan teori keberlanjutan dipandang sebagai kabar baik bagi pelaku pasar dan investor. Investor percaya bahwa perusahaan memikirkan keberlanjutan perusahaan dari perspektif jangka panjang. Hal ini diyakini cenderung akan merangsang minat *stakeholders* bekerja sama dengan suatu perusahaan karena hal ini dapat mempengaruhi nilai perusahaan dalam jangka panjang (Bahri & Cahyani, 2016).

Penelitian oleh Putri & Wahidahwati (2018), Auliya & Margasari (2018) dan Hanindia & Mayangsari (2022) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Interpretasi dari pernyataan tersebut adalah semakin baik pengungkapan *corporate social responsibility* suatu perusahaan, maka semakin maksimal manfaat yang nantinya diperoleh oleh *stakeholder*. Hal ini akan membuat *stakeholder* puas dengan tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan sehingga *stakeholder* akan mengapresiasi perusahaan dalam hal peningkatan nilai perusahaan. Namun hal ini berbeda dengan penelitian Munzir dkk. (2023) dan Shaumi & Srimindarti (2022) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut.

H2: Kinerja sosial perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

2.4.3 Pengaruh *Green Accounting* dan Kinerja Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Freeman (1984) mengemukakan teori *stakeholder* yang menyatakan untuk dinyatakan berhasil dalam lingkungan bisnis dalam rangka menjaga eksistensinya, perusahaan perlu memperhatikan *stakeholder*. Hal tersebut membuat diharapkan adanya hubungan yang baik antara perusahaan dengan pemangku kepentingan. Dengan adanya *green accounting* diharapkan dapat membuat perusahaan mengungkapkan tanggung jawabnya terhadap *stakeholder* melalui pengungkapan

corporate social responsibility sehingga perusahaan akan memaksimalkan manfaat yang akan diperoleh *stakeholder* dan pada akhirnya membuat perusahaan dapat tetap menjaga eksistensinya.

Green accounting dimaksud untuk mengendalikan serta menginformasikan biaya lingkungan yang digunakan oleh perusahaan untuk kegiatan peduli terhadap lingkungan. Perusahaan perlu mengungkapkan kegiatan tanggung jawab tersebut melalui pengungkapan *corporate social responsibility* demi menjaga hubungan dengan *stakeholder* serta mendapatkan respon positif dari *stakeholder*. Hal tersebut membuat perusahaan dengan *green accounting* akan mengungkapkan *corporate social responsibility* sebagai media dalam memperoleh apresiasi dari *stakeholder* untuk meningkatkan reputasi dan citra perusahaan. Peningkatan *image* perusahaan ini akan mendukung peningkatan transaksi sahamnya. Dengan penjelasan tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa melalui pengungkapan *corporate social responsibility*, *green accounting* yang telah dilaksanakan dapat mendukung manajemen untuk menarik perhatian investor dalam rangka peningkatan nilai perusahaan yang dilihat dengan adanya peningkatan harga saham.

Berdasarkan teori *stakeholders* dan teori legitimasi, perusahaan mengungkapkan informasi jika berpotensi mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini memenuhi tanggung jawab perusahaan dan bertujuan untuk menghasilkan kabar baik di kalangan *stakeholders* dan membuat perusahaan lebih terlihat. Beberapa bentuk pengakuan dapat dicapai melalui alokasi biaya lingkungan atau *green accounting* dalam kegiatan pengelolaan lingkungan (Rahmadhani dkk., 2021).

Menyediakan *green accounting* melalui kegiatan *corporate social responsibility* dapat mengurangi potensi utang perusahaan, mempengaruhi citra perusahaan dan membuat perusahaan lebih berorientasi masa depan. Citra perusahaan yang positif akan menarik lebih banyak investor dan penjualan. Hal ini mempengaruhi nilai perusahaan (Ikhsan & Muharam, 2016).

Perusahaan yang sadar lingkungan cenderung memandang lingkungan sebagai salah satu aset perusahaan yang berkelanjutan dan berjangka panjang. Sebagaimana teori legitimasi, hal ini memungkinkan terbentuknya legitimasi keberadaan dan persepsi perusahaan di mata publik. Bagi investor dan konsumen, hal ini dapat mempengaruhi modal dan laba, sehingga berpotensi meningkatkan nilai perusahaan (Bahri & Cahyani, 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2023), Auliya & Margasari (2018), dan Putri & Wahidahwati (2018) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* dapat

memediasi antara *green accounting* terhadap nilai perusahaan. Perusahaan akan tetap eksis apabila beroperasi dengan memperhatikan kesejahteraan lingkungan. Selain itu, tujuan perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab adalah untuk mendapatkan kepercayaan dari *stakeholder* demi tercapainya tujuan perusahaan, yang tak lain adalah peningkatan nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian Ramadhani dkk. (2021) dan Hafidz & Deviyanti (2022) menemukan bahwa *corporate social responsibility* tidak dapat memediasi antara *green accounting* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut.

H3: *Green Accounting* dan kinerja Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan cara menguji teori dengan cara menguji hubungan antar variabel. metode yang digunakan untuk menguji teori-teori dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Pendekatan kuantitatif merupakan jenis penelitian yang dapat menghasilkan temuan yang dapat dicapai dengan menggunakan metode statistik dan teknik kuantitatif lainnya (Sujarweni, 2020).

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data internal dan eksternal suatu perusahaan yang dapat dilihat melalui internet, website, dokumen maupun publikasi informasi. Penelitian ini menggunakan data laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan pertambangan tahun 2019- 2023. Laporan tahunan tersedia di website PT. Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan juga di situs web masing-masing perusahaan.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang listing di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023. Sampel dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk memperoleh sampel yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan (Sujarweni, 2020). Tujuan dari metode *purposive sampling* adalah agar peneliti dapat memperoleh informasi dari kelompok sasaran tertentu. Terdapat Kriteria pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Perusahaan pertambangan yang listing selama lima tahun berturut-turut di

Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.

2. Perusahaan mempublikasikan laporan keuangan dan laporan tahunan per 31 Desember di Bursa Efek Indonesia atau di website perusahaan atau di BEI selama periode pengamatan.

3. Perusahaan yang mempunyai kelengkapan data penelitian.

Tabel 3.1 : Rincian Perolehan Sampel Penelitian

Kriteria	Jumlah
Perusahaan Pertambangan yang terdaftar berturut-turut di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.	63
Perusahaan yang tidak memiliki data lengkap	(18)
Perusahaan tidak mempunyai kelengkapan data penelitian	(23)
Jumlah perusahaan sampel	22
Jumlah tahun pengamatan	5
Total sampel penelitian selama tahun pengamatan	110

Sumber : Data diolah peneliti, (2024)

3.4 Definisi Operasional Variabel

Pada bagian ini akan dijelaskan variabel apa saja yang akan digunakan dalam penelitian ini serta pengukuran setiap variabel.

3.4.1 Variabel Independen

Variabel Independen atau bisa disebut dengan variabel bebas merupakan suatu jenis variabel yang dianggap sebagai penyebab munculnya variabel dependen yang dianggap sebagai akibat. Variabel independen penelitian ini adalah :

1. *Green Accounting*

Green Accounting adalah disiplin akuntansi yang luas di beberapatingkat akuntansi, termasuk tingkat akuntansi nasional, tingkat akuntansi keuangan, dan tingkat akuntansi manajemen (Erlangga dkk., 2021). Tujuan dari akuntansi hijau, atau akuntansi lingkungan pada umumnya adalah guna memberikan informasi lingkungan yang akurat terhadap pemangku kepentingan internal maupun eksternal (Dita & Ervina, 2021).

Biaya lingkungan merupakan bentuk dari tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan antara lain biaya pencegahan, biaya pendeteksian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal. Biaya lingkungan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan total biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk perlindungan dan pengelolaan lingkungan (Riyadh dkk., 2020). Semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan ini disebut dengan dana CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah biaya lingkungan yang dikonversikan dalam bentuk logaritma natural (Ln), yaitu:

$$\text{Biaya Lingkungan} = \text{Ln (Biaya)}$$

Penggunaan logaritma natural (Ln) dalam penelitian bertujuan untuk mengurangi variasi data yang berlebihan. Jika nilai biaya lingkungan langsung digunakan begitu saja, maka nilai variabel akan sangat besar yaitumilyaran bahkan bisa triliun. Mengonversi ke format Ln maka nilai tersebut dapat menjadi disederhanakan tanpa mengubah nilai aslinya. Dengan catatan Logaritma natural hanya dapat digunakan pada data positif (+), tidak dapat digunakan pada data negatif (-). Dimana model (Ln) mempunyai beberapa ketentuan diantaranya (Sugiono, 2017):

1. Koefisien-koefisien model Ln mempunyai interpretasi yang sederhana.
2. Model Ln sering mengurangi masalah statistik umum yang dikenal sebagai heteroskedastisitas.
3. Model Ln mudah dihitung.

2. Kinerja sosial perusahaan

Kinerja sosial perusahaan adalah sebuah konfigurasi prinsip-prinsip entitas bisnis dari tanggungjawab sosial, proses tanggapan sosial, dan kebijakan-kebijakan, program dan hasil yang dapat diamati sebagai hubungan-hubungan kepada hubungan perusahaan dalam masyarakat. Kinerja sosial perusahaan lahir sebagai penyempurnaan dari konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR merupakan suatu konsep yang mengacu pada tanggung jawab terhadap *stakeholder* yang terkait seperti konsumen, karyawan, investor, masyarakat dan lingkungan dalam segala bentuk aktivitas operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan seperti polusi dan limbah hasil produksi perusahaan, keamanan produk dan tenaga kerja atau karyawan di dalam perusahaan (Fahik, 2020).

Pengukuran pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dinyatakan dalam *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) yaitu dengan menilai setiap item yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan dan atau laporan keberlanjutan dengan mengacu pada Standar GRI 2016 yang terdiri dari 3 kategori utama, meliputi 17 indikator kinerja ekonomi, 32 indikator kinerja lingkungan, dan 40 indikator kinerja sosial. Masing-masing indikator tersebut dinilai 1 jika diungkapkan dan dinilai 0 apabila tidak diungkapkan. Rumus untuk menghitung CSRI adalah sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

$CSRI_j$ = *Corporate Social Responsibility Index* per kategori perusahaan j

n_j = Jumlah item untuk perusahaan j, $n_j = 89$

x_{ij} = Score 1 : jika item i diungkapkan dan score 0 : jika item tidak diungkapkan

3.4.2 Variabel Dependen

Variabel Dependen atau variabel terikat yang dapat dinyatakan sebagai jenis variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah :

1. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan pandangan pemegang saham mengenai tingkat keberhasilan perusahaan yang digambarkan oleh nilai saham perusahaan untuk perusahaan yang telah menjual sahamnya kepada publik (Agustia dkk, 2019). Dalam hal ini, nilai perusahaan diukur menggunakan tobin's q. Rumus tobin's q yaitu, sebagai berikut (Suminar & Idayati, 2019).

$$Tobin's\ q = \frac{(MV + Total\ Liability)}{Total\ Asset}$$

Tabel 3.2 : Pengukuran Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala
1.	<i>Green Accounting</i> (X1)	Biaya Lingkungan dalam penelitian ini diukur menggunakan total biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk perlindungan dan pengelolaan lingkungan. Indikator biaya lingkungan dikonversikan dalam bentuk logaritma natural (Ln). $Biaya\ Lingkungan = Ln\ (Biaya\ lingkungan)$ (Riyadh dkk., 2020)	Rasio
2.	<i>Kiinerja Sosial Perusahaan</i> (X2)	$CSRIj = \frac{\sum x_{ij}}{nj}$ (Dewi & Cahyono, 2023)	Rasio

3.	Nilai Perusahaan (Y)	$Tobin's\ q = \frac{(MV + Total\ Liability)}{Total\ Asset}$ (Suminar & Idayati, 2019)	Rasio
----	----------------------	---	-------

Sumber : Data diolah peneliti, (2024)

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi adalah penggunaan data atau subjek, objek, atau dokumen-dokumen yang sudah ada dan mengarah pada bukti konkret (Sujarweni, 2020). Pengumpulan data berupa laporan keuangan tahunan dan laporan tahunan diperoleh dari website PT. Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) atau *website* resmi masing-masing perusahaan serta studi pustaka atau literatur berupa buku, jurnal, artikel, situs internet dan data-data terkait lainnya yang diperlukan dalam penelitian ini.

3.6 Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan perhitungan statistik yaitu perangkat SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Setelah mengumpulkan data yang diperlukan untuk penelitian ini, dilakukan analisis data yang terdiri dari metode statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis linear dan pengujian hipotesis. Berikut penjelasan masing-masing metode analisis data.

3.6.1 Statistik Deskriptif

Statistik dalam arti sempit merupakan himpunan data yang menerangkan sesuatu. Dalam artian luas, Statistik merupakan metode dan aturan dalam mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyajikan dan sertamenginterpretasikan data yang akan digunakan untuk pengambilan keputusan. Statistik Deskriptif adalah pengolahan data yang bertujuan menggambarkan atau membuat ilustrasi terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi (Sujarweni, 2020). Menurut Ghozali (2018), statistik deskriptif adalah analisis yang menggambarkan atau memberikan gambaran tentang data berdasarkan mean, standar deviasi, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan *skewness* (kemencengan distribusi). *Skewness* mengukur kemiringan data dan kurtosis mengukur penyebaran data.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui kelayakan penggunaan model dalam penelitian ini. Data yang diperoleh dalam penelitian ini harus diuji terlebih dahulu untuk melihat apakah memenuhi asumsi yang mendasarinya dan kemudian dilakukan pengujian hipotesis.

3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah melakukan perbandingan data yang kita miliki dengan data berdistribusi normal dengan mean dan standar deviasi yang sama untuk data kita (Sujarweni, 2020). Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel independen, dan variabel dependen berdistribusi normal (Ghozali, 2018). Untuk menguji apakah residu berdistribusi normal dapat menggunakan uji statistik *one sample Kolmogorov-smirnov*. *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak dengan cara melihat pada baris Asymp. Sig (2-tailed). Kriteria penilaian uji normalitas:

- a) Dikatakan berdistribusi normal atau memenuhi uji normalitas apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) variabel residual berada di atas 0,05 atau 5%.
- b) Dikatakan tidak berdistribusi normal atau tidak memenuhi uji normalitas apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) variabel residual berada di bawah 0,05 atau 5%.

3.6.2.2 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ atau periode sebelumnya (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik adalah model tanpa autokorelasi. Instrumen yang digunakan untuk mendeteksi autokorelasi dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji Durbin-Watson (DW), dengan kriteria hasil (Sujarweni, 2020) :

- a) Jika nilai DW antara di bawah -2 artinya ada autokorelasi positif.
- b) Jika nilai DW diantara -2 dan +2 artinya tidak ada autokorelasi.
- c) Jika DW diatas +2 artinya ada autokorelasi negatif.

3.6.2.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi antar variabel independen. Nilai cut off yang umum digunakan untuk menunjukkan tidak adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance $\geq 0,10$ atau $VIF \leq 10$ (Sujarweni, 2020).

3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji perbedaan varians residual antara periode pengamatan yang satu dengan periode pengamatan lainnya (Sujarweni, 2020). Penelitian yang baik sebaiknya tidak terjadi heteroskedastisitas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas, antara lain dengan memeriksa plot antara nilai prediksi variabel terikat khususnya ZPRED dengan residualnya SRESID. Mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan memeriksa apakah terdapat trend tertentu pada *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y merupakan Y yang telah diprediksi, dan sumbu X merupakan residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$). yang telah di- *studentized*. Dasar analisis analisis (Ghozali, 2018):

- a) Jika suatu pola tertentu, seperti titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, mengembang kemudian menyusut), maka ditemukan fenomena heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada kecenderungan yang jelas dan titik-titiknya tersebar di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.3 Analisis Regresi

Penelitian ini diuji dengan menggunakan metode regresi linear untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel yang termasuk dalam penelitian. Penelitian ini akan menjelaskan pengaruh langsung dan tidak langsung variabel bebas (dependen), terhadap variabel terikat (independen) dan variabel perantara (mediasi). Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$NP = a + b_1 GA + b_2 KS + e$$

Keterangan :

NP	= Nilai perusahaan
GA	= <i>Green accounting</i>
KS	= Kinerja sosial perusahaan
<i>e</i>	= Koefisien Regresi

3.6.4 Pengujian Hipotesis

3.6.4.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa baik suatu model penelitian dapat menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol (0) sampai dengan satu (1). Jika nilai R^2 mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi perubahan variabel dependen. Jika nilai R^2 semakin kecil berarti kemampuan variabel variabel sangat terbatas (Sujarweni, 2020).

3.6.4.2 Uji F

Menurut Ghozali (2018), uji *goodness of fit* (pengujian kelayakan model) dilakukan untuk mengukur keakuratan fungsi regresi sampel dalam memperkirakan nilai statistik nyata. Model *goodness of fit* dapat diukur dari nilai statistik F yang menunjukkan apakah seluruh variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen. Adapun kriteria pengujian menggunakan nilai signifikansi :

- Jika nilai signifikansi $F < 0,05$ maka pengujian model ini layak untuk digunakan pada penelitian.
- Jika nilai signifikansi $F > 0,05$ maka pengujian uji model ini tidak layak untuk digunakan pada penelitian.

Kriteria pengujian membandingkan F hitung dengan F tabel :

- a) Apabila $F_{\text{tabel}} > F_{\text{hitung}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b) Apabila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.6.4.3 Uji t

Penelitian ini menggunakan uji signifikansi parsial atau sering juga disebut sebagai uji t. Uji t adalah pengujian tingkat signifikansi pengaruh suatu variabel independen terhadap variasi variabel dependen secara parsial (Sujarweni, 2020). Signifikansi merupakan besaran profitabilitas yang mendapatkan kesalahan dalam pengambilan suatu keputusan. Apabila pengujian menggunakan taraf signifikansi 0,05 maka artinya profitabilitas untuk mendapatkan kesalahan maksimal adalah sebesar 5% yang artinya tingkat pengambilan keputusan adalah benar. Adapun kriteria pengujiannya yaitu :

- a) Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka diperoleh kesimpulan bahwasanya ada pengaruh di antara variabel independen dan dependen secara signifikan.
- b) Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka diperoleh kesimpulan bahwasanya tidak ada pengaruh di antara variabel independen dan dependen secara signifikan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan SPSS untuk melakukan analisis statistik yang meliputi uji Asumsi Klasik seperti normalitas data, autokorelasi, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas. Langkah berikutnya adalah pengujian hipotesis yang mencakup koefisien determinasi, uji T untuk koefisien regresi parsial, uji F untuk regresi simultan, dan analisis regresi berganda. Variabel yang diteliti mencakup Green Accounting (X1) yang diukur dengan biaya lingkungan, Kinerja Sosial Perusahaan (X2) yang dinilai dengan *corporate social responsibility* berdasarkan GRI 2016, dan Nilai Perusahaan (Y) dengan menggunakan rumus Tobin's Q sebagai indikatornya.

4.2. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan dengan tujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data suatu penelitian sehingga dapat memperjelas keadaan dari data yang telah dikumpulkan atau diperoleh. Di dalam penelitian ini, statistik deskriptif akan mendeskripsikan keadaan dari variabel *green accounting*, kinerja sosial perusahaan dan nilai perusahaan. Dibawah ini akan disajikan hasil analisis statistik deskriptif berbentuk tabel yang diolah dengan menggunakan software SPSS *versi 25* yang menunjukkan nilai minimum, maksimum, mean dan standar deviasi dari setiap variabel.

Tabel 4.1 : Hasil Analisis

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Green Accounting</i>	110	16,81	27,13	22,1088	2,83612
Nilai Perusahaan	110	,19	3,58	1,0905	,49667
Kinerja Sosial Perusahaan	110	,03	,64	,3076	,14380

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS *versi 25*

Pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa data yang diamati adalah sebanyak 110 dan terdapat 3 variabel yang terdiri dari 2 variabel independen yaitu *green accounting* dan kinerja sosial perusahaan, dan 1 variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa nilai minimum variabel nilai perusahaan sebesar 0,19 yang dimiliki oleh PT. Garda Tujuh Buana Tbk tahun 2019, nilai maksimum sebesar 3,58 yang dimiliki oleh PT. Pelayaran Nasional Bina Buana Raya Tbk tahun 2022, nilai rata-rata sebesar 1,0905 dengan standar deviasi sebesar 0,49667. Variabel nilai perusahaan bersifat homogen karena nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata, sehingga data tersebar merata.

Variabel *green accounting* mempunyai nilai minimum sebesar 16,81 yang dimiliki PT. Pelayaran Nasional Bina Buana Raya Tbk tahun 2019-2023, nilai maksimum sebesar 27,13 yang dimiliki oleh PT. Indika Energy Tbk tahun 2023, nilai rata-rata sebesar 22,1088 dengan standar deviasi sebesar 2,83612. Variabel *green accounting* bersifat homogen karena nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata, sehingga data tersebar merata.

Variabel kinerja sosial perusahaan mempunyai nilai minimum sebesar 0,03 yang dimiliki PT. Garda Tujuh Buana Tbk tahun 2019-2023, nilai maksimum sebesar 0,64 yang dimiliki oleh PT. Steel Pipe Industry of Indonesia tahun 2023, nilai rata-rata sebesar 0,3076 dengan standar deviasi 0,14380. Variabel kinerja perusahaan bersifat homogen karena nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata, sehingga data tersebar merata.

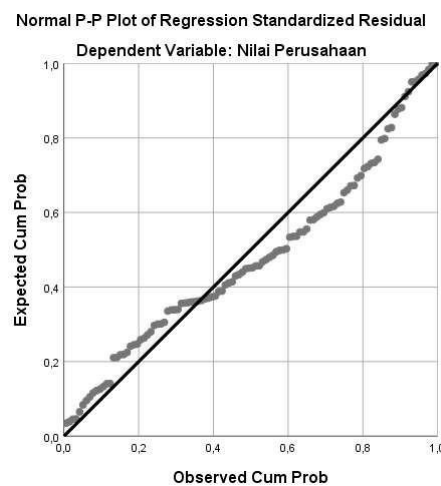
4.3. Hasil Uji Asumsi Klasik

4.3.1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas adalah prosedur statistik yang digunakan untuk menilai apakah variabel-variabel dalam model regresi mengikuti distribusi normal. Distribusi normalitas penting karena memastikan asumsi dasar analisis regresi yang valid. Dalam penelitian ini, normalitas dievaluasi menggunakan metode grafik histogram,

grafik normal plot, dan uji Kolmogorov-Smirnov. Analisis ini membantu memeriksa apakah pola distribusi data mirip dengan distribusi normal yang diharapkan. Hasil dari uji ini memungkinkan peneliti untuk menentukan sejauh mana data memenuhi asumsi normalitas, dengan nilai signifikansi di atas 0,05 menunjukkan kesesuaian yang baik dengan distribusi normal. Pada penelitian ini menggunakan 2 cara untuk melakukan uji normalitas yakni sebagai berikut:

a. Metode Grafik



Gambar 4.1 : Uji Normalitas P-Plot Sumber

: Hasil Pengolahan Data SPSS versi 25

Grafik *normal probability plot* di atas menunjukkan bahwa data tersebar di sekitar diagonal dan mengikuti arah diagonal. Alternatifnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas karena histogram menunjukkan pola distribusi normal. Kesimpulannya bahwa uji normalitas dapat diterima atau data terdistribusi dengan normal.

b. Metode *one sample kolmogorov-smirnov*

Uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan syarat variabel yang mempunyai Asymp. Sig (2-tailed) lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 maka uji normalitas tidak terpenuhi. Sebaliknya jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka pengujian dinyatakan terpenuhi.

Tabel 4.2 : Hasil Uji Normalitas metode *one sample kolmogorov-smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N		Unstandardized Residual	110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
Std. Deviation			,12419438
Most Extreme Differences	Absolute		,071
Positive			,071
Negative			-,064
Test Statistic			,071
Asymp. Sig. (2-tailed)			,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction. d. This is a lower bound of the true significance.			

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS *versi 25*

Dari hasil uji *kolmogorov-smirnov test* yang dapat dilihat pada tabel diatas menunjukkan bahwa data yang digunakan pada penelitian ini terdistribusi secara normal. Hal ini dapat dilihat melalui nilai Asymp.Sig. (2-Tailed) sebesar 0,200 yang mana lebih besar dari tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($0,200 > 0,05$) sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa uji normalitas terpenuhi.

4.3.2. Hasil Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linear yang sangat kuat atau sempurna antar variabel independen. Model

regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya korelasi antar variabel independen. Hal ini dapat ditentukan dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor*

(VIF) pada model regresi. Jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Tabel 4.3 : Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

B	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,096	,371	2,953	,004		
	Green Accounting	-,017	,019	-,096	,367	,746	1,341
	Kinerja Sosial Perusahaan	1,197	,368	,347	,002	,746	1,341

Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 25

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* dari variabel *Green Accounting* ($0,746 > 0,1$) dan Kinerja Sosial Perusahaan ($0,746 > 0,1$). Nilai VIF dari semua variabel independen memiliki nilai lebih kecil dari 10, yaitu *Green Accounting* ($1,341 < 10$) dan Kinerja Sosial Perusahaan ($1,341 < 10$). Kesimpulannya adalah tidak terjadi multikolinieritas antara variabel independen.

4.3.3. Hasil Uji Autokorelasi

Model regresi yang baik memang seharusnya tidak mengalami autokorelasi, yang mengindikasikan bahwa kesalahan (error) pada suatu periode tidak berkorelasi dengan periode lainnya. Jika terdapat korelasi, maka model mengalami masalah autokorelasi. Model regresi yang baik seharusnya bebas dari masalah autokorelasi. Metode pengujian ini menggunakan uji Durbin-Watson (DW). Dasar dari pengambilan keputusan adalah dengan memeriksa nilai Durbin- Watson (DW). Jika nilai DW kurang

dari -2 artinya terjadi autokorelasi positif. Jika nilai DW antara -2 dan +2 artinya tidak ada autokorelasi dan jika DW lebih besar dari +2 artinya autokorelasi negatif.

Tabel 4.4 : Hasil Uji Durbin

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,309 ^a	,096	,079	,47669	,907

a. Predictors: (Constant), Corporate Social Responsibility, Green Accounting

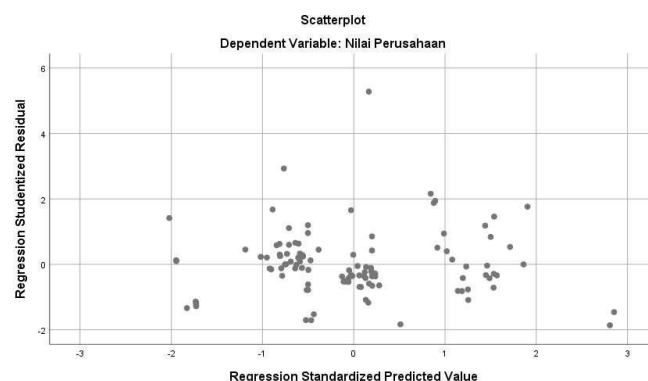
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 25

Berdasarkan hasil uji statistik Durbin-Watson (DW test) di atas menunjukkan nilai DW sebesar 0,907. Dengan asumsi ketentuan di atas, nilai Durbin-Watson yang dihasilkan terletak antara -2 sampai +2 maka disimpulkan tidak terjadi autokorelasi. Pada penelitian ini dinilai Durbin-Watson adalah $-2 < 0,907 < 2$ sehingga pada model regresi dikatakan tidak terjadi autokorelasi.

4.3.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan guna menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji white. Grafik plot digunakan untuk menguji heteroskedastisitas dalam penelitian ini. Apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak ada gejala heteroskedastisitas.



Gambar 4.2 : Grafik Plot Hasil Uji Heteroskedastisitas Sumber :

Hasil Pengolahan Data SPSS *versi 25*

Berdasarkan hasil output diagram diatas diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas. Titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

4.3.5. Hasil Uji Analisis Regresi

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi pengaruh bersama-sama dari variabel independen terhadap variabel dependen dalam sebuah model statistik. Dalam konteks Anda, analisis ini bertujuan untuk menentukan seberapa besar variabel independen seperti green accounting dan kinerja sosial perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan pertambangan selama periode 2019 - 2023. Dengan menggunakan regresi linier berganda, Anda dapat mengukur dan memahami kontribusi relatif dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen ini, serta menilai kekuatan dan signifikansi hubungan mereka. Hasil dari uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5 : Persamaan Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1,096	,371		2,953	,004		
Green Accounting	-,017	,019	-,096	-,906	,367	,746	1,341
Kinerja Sosial Perusahaan	1,197	,368	,347	3,256	,002	,746	1,341

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS *versi 25*

Model regresi linear berganda di atas memiliki interpretasi sebagai berikut:

$$NP = 1,096 - 0,017GA + 1,197KSP + e$$

Persamaan regresi yang terbentuk untuk variabel *Green Accounting* terhadap

Kinerja sosial perusahaan dinyatakan sebagai berikut:

- 1) Nilai *constant* yang dihasilkan adalah sebesar 1,096, artinya jika tidak ada *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility*, maka nilai Nilai Perusahaan sebesar 1,096.
- 2) Nilai koefisien regresi yang dihasilkan oleh *Green Accounting* adalah -0,017, artinya jika *Green Accounting* bertambah 1%, maka Nilai Perusahaan menurun - 0,017.
- 3) Nilai koefisien regresi yang dihasilkan oleh *Corporate Social Responsibility* adalah sebesar 1,197, artinya jika *Corporate Social Responsibility* bertambah 1% maka akan diikuti peningkatan Nilai Perusahaan sebesar 1,197.

4.4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menguji kebenaran sementara dari rumusan masalah dalam penelitian. Dalam konteks ini, pengujian hipotesis terdiri dari beberapa tahapan, yaitu uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengevaluasi seberapa baik model regresi menjelaskan variasi data, uji koefisien regresi secara parsial (uji t) untuk menilai signifikansi koefisien regresi dari masing-masing variabel independen, uji koefisien regresi secara simultan (uji F) untuk menilai signifikansi model secara keseluruhan, dan analisis regresi linier berganda untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel-variabel tersebut secara bersama-sama.

4.4.1. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa baik variabel dependen mampu menjelaskan variabel independen. Nilai *adjusted R²* yang mendekati angka 1 menunjukkan bahwa variabel independen menyediakan hampir

seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen, begitu pula sebaliknya.

Tabel 4.6 : Koefisien

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.300 ^a	.096	.079	47660

Model Summary^b

a. Predictors: (Constant), *Kinerja Sosial Perusahaan*, *Green Accounting*

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 25

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) yang terdapat pada Tabel diatas, diperoleh nilai R-square sebesar 0,079 atau 7,9%. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel independen yaitu *Green Accounting* dan *Kinerja Sosial Perusahaan* hanya dapat menjelaskan Nilai Perusahaan sebesar 7,9% dan sisanya 92,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain selain *Green Accounting* dan *Kinerja Sosial Perusahaan*.

4.4.1.1. Hasil Uji F

Uji *goodness of fit* digunakan untuk mengetahui kelayakan model, apakah permodelan yang dibangun memenuhi kriteria fit atau tidak. Model regresi dikatakan fit apabila tingkat signifikansi $< 0,05$ dan $F \text{ tabel} < F \text{ hitung}$. Hasil uji *goodnes of fit* disajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.7 : Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2,574	2	1,287	5,664	,005 ^b
Residual	24,314	107	,227		
Total	26,888	109			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), *Kinerja Sosial Perusahaan*, *Green Accounting*

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 25

Berdasarkan hasil output tabel diatas diketahui F hitung = 5,664 dengan Sig. Sebesar 0.005 dan bila dibandingkan dengan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05, maka nilai Sig lebih kecil ($0.005 < 0,05$). Kesimpulan yang dapat dihasilkan yaitu secara simultan *Green Accounting* dan Kinerja Sosial Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan atau diterima.

4.4.1.2. Hasil Uji t

Uji t merupakan uji yang menguji tingkat signifikansi pengaruh antar variabel independen secara individu atau parsial dalam menjelaskan variabel dependen dengan mempertimbangkan nilai signifikansi t. Kriteria dalam pengambilan keputusan dalam pengujian ini, yaitu:

$t < 0.05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_1 diterima atau H_2 diterima atau H_3 diterima $t \geq 0.05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_1 ditolak atau H_2 ditolak atau H_3 ditolak

Tabel 4.8 : Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,096	,371		2,953	,004
1 Green Accounting	-,017	,019	-,096	-,906	,367
Kinerja Sosial Perusahaan	1,197	,368	,347	3,256	,002

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan **Sumber :**

Hasil Pengolahan Data SPSS versi 25 Tabel diatas menunjukkan bahwa :

- 1) Hasil uji t *Green Accounting* menunjukkan nilai t -0,906 dengan Sig, sebesar 0,367 dan bila dibandingkan dengan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05, maka nilai Sig. Lebih besar ($0,367 < 0,05$). Kesimpulan yang dapat dihasilkan yaitu secara

individual atau parsial *Green Accounting* berpengaruh secara tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan atau H_1 ditolak.

- 2) Hasil uji t kinerja sosial perusahaan menunjukkan nilai t sebesar 3,256 dengan Sig,. Sebesar 0,002 dan bila dibandingkan dengan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05, maka nilai Sig. Lebih kecil ($0,002 < 0,05$). Kesimpulan yang dapat dihasilkan yaitu secara individual atau parsial *Kinerja Sosial Perusahaan* berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan atau H_3 .

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji hipotesis regresi menunjukkan bahwa tingkat signifikansi yang dimiliki oleh variabel *green accounting* (X) sebesar 0,367 dengan arah negatif ($0,367 > 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa variabel *green accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y), yang artinya hipotesis pertama (H_1) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa apakah suatu perusahaan mempunyai alokasi biaya lingkungan yang lebih tinggi atau lebih rendah tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Perusahaan sampel dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas atau rata-rata perusahaan mempunyai nilai tobin's $q > 1$, yang menunjukkan adanya pengendalian manajemen terhadap aset perusahaan sehingga menyebabkan terjadinya *overvaluation* terhadap saham. Hal ini memberikan potensi pertumbuhan investasi yang tinggi. Namun, hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *green accounting* terhadap nilai perusahaan.

Nilai dari tobin's q kurang menunjukkan hasil yang baik dalam meningkatkan nilai perusahaan. Nilai tobin's $q > 1$ ditentukan oleh mayoritas perusahaan sampel tidak mampu meningkatkan citra positif perusahaan. Sebab, kualitas atau kuantitas

pelayanan perusahaan yang tidak sesuai dengan harapan masyarakat. Selain itu, perusahaan yang tidak peduli terhadap kelestarian lingkungan hidup dan kesejahteraan masyarakat tempat beroperasi perusahaan sehingga menimbulkan citra negatif terhadap perusahaan di masyarakat. Citra positif perusahaan harus diupayakan untuk mendapatkan legitimasi yang baik dari masyarakat sehingga dapat menjaga citra positif dari masyarakat. Karena legitimasi dapat dicapai dengan memihak masyarakat dan lingkungan, termasuk melalui belanja sosial, peningkatan kinerja sosial dan keterbukaan

terhadap pemangku kepentingan. Oleh karena itu, legitimasi masyarakat terjadi ketika harapan masyarakat dan proses perusahaan selaras (Aliyah, 2018). Ketika suatu perusahaan memperoleh legitimasi *stakeholders* yang baik, terutama masyarakat umum dan investor, maka perusahaan tersebut memperoleh citra positif dan meningkatkan nilai perusahaan.

Variabel *green accounting* tidak sesuai dengan prediksi teori legitimasi Deegan karena bukan merupakan faktor yang dapat memberikan dampak signifikan terhadap nilai perusahaan. Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan harus berusaha untuk memastikan bahwa kegiatan operasional yang dilakukan sesuai standar. Mematuhi batasan atau norma yang berlaku dan dapat diterima secara sosial. Oleh karena itu, jika terjadi ketidaksesuaian atau kesenjangan legitimasi antara perusahaan dengan masyarakat, maka perusahaan akan kehilangan legitimasinya dan kelangsungan hidup perusahaan akan terancam.

Perusahaan Indika Energy Tbk dan Pelayaran Nasional Bina Buana Raya Tbk menunjukkan bahwa hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan prediksi teoritis. Perusahaan Indika Energy Tbk tahun 2022 meraih nilai tertinggi nilai alokasi *green accounting* sebesar 27,13 dengan nilai perusahaan sebesar 0,87. Sedangkan Perusahaan Pelayaran Nasional Bina Buana Raya Tbk memperoleh nilai alokasi *green accounting* 17,12 dengan nilai perusahaan lebih tinggi yaitu sebesar 3,58. Menurut Gonovan dan Gibson, hal ini terjadi karena perusahaan dengan nilai perusahaan yang baik wajib melaporkan hal-hal yang dapat mempengaruhi informasi nilai perusahaan.

Temuan penelitian ini tidak mendukung teori *stakeholders* yang menyatakan bahwa alokasi *green accounting* tidak dapat digunakan untuk membuat perusahaan tetap akuntabel, melainkan karena alokasi *green accounting* dapat mengurangi potensi kewajiban terhadap lingkungan di masa mendatang (Rosaline dkk, 2020). Namun dalam hal ini, alokasi *green accounting* gagal menarik perhatian investor dalam merespon pasar, khususnya reaksi harga saham. *Green accounting* seolah-olah menganggap alokasi sebagai biaya yang tidak menguntungkan investor secara langsung. Saat mengevaluasi perusahaan, investor cenderung mengutamakan informasi mengenai keuntungan suatu perusahaan. Hal ini karena berkaitan langsung dengan tingkat manfaat yang dapat dicapai (Endiana dkk, 2020)

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Kelly & Henny (2023), Rahmadhani

dkk. (2021) dan Melawati & Rahmawati (2022). Penelitian selama tiga tahun terakhir menunjukkan *green accounting* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan perilaku para pelaku di pasar modal Indonesia berbeda-beda tergantung budaya negaranya. Penanaman Modal Asing (PMA) lebih menekankan pada tanggung jawab lingkungan dibandingkan dengan Penanaman Modal dalam Negeri (PMDN). Oleh karena itu, tidak semua investor mengevaluasi *green accounting* yang dilakukan oleh perusahaan.

Bertentangan dengan penelitian Salsabila & Widiatmoko (2022), Lestari & Khomsiyah (2023) Maflikha & Kodir (2022) dan Erlangga dkk (2021) yang membuktikan bahwa *green accounting* mampu memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan informasi *green accounting* perusahaan yang diungkapkan melalui alokasi biaya lingkungan menunjukkan bagaimana *green accounting* perusahaan. Semakin baik alokasi biaya lingkungan yang didapatkan maka semakin berkualitas kinerja lingkungan yang dilakukan perusahaan.

4.2.2 Pengaruh Kinerja Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji hipotesis regresi menunjukkan bahwa tingkat signifikansi yang dimiliki oleh variabel kinerja sosial perusahaan sebesar 0,002 dengan arah positif ($0,002 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan variabel kinerja sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y), yang artinya hipotesis kedua (H_3) diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa strategi penerapan kinerja sosial perusahaan dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk promosi perusahaan. Kinerja sosial perusahaan juga mampu memberikan image baik pada pihak eksternal. Selain itu, perusahaan juga dapat memaksimalkan modal dan keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang yang akan berpengaruh pada meningkatnya nilai perusahaan.

Perilaku variabel kinerja sosial perusahaan ini konsisten dengan teori yang ada yaitu *triple bottom line (profit, people, planet)*. Artinya tujuan *corporate social responsibility* adalah meningkatkan keuntungan perusahaan dan meningkatkan kesejahteraan *stakeholders* sekaligus meningkatkan kualitas lingkungan (Aliyah, 2018).

Perusahaan akan melaporkan tanggung jawab sosial yang diakui dalam laporan tahunan agar mendapatkan tanggapan positif dari *stakeholders*. Para *stakeholders*

terutama masyarakat setempat, akan merasa senang melihat pelaku usaha di daerah tersebut peduli terhadap lingkungan. Tanggung jawab sosial merupakan sarana yang digunakan perusahaan untuk menjamin eksistensi dan kelangsungan perusahaan. Perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial dapat memperoleh reaksi positif dan meningkatkan nilai perusahaan.

Perusahaan Bumi Resources Minerals Tbk merupakan bukti bahwa hasil penelitian ini sejalan dengan prediksi menurut teoritis. Pengungkapan *corporate social responsibility* meningkatkan nilai perusahaan tiap tahunnya selama tahun 2019-2023. Tingkat pengaruh pengungkapan item *corporate social responsibility* pada tahun 2019 (0,30), tahun 2020 (0,30), tahun 2021 (0,44), tahun 2022 (0,50) dan tahun 2023 (0,55) yang diiringi dengan kenaikan nilai perusahaan dengan nilai tahun 2019 (0,56), tahun 2020 (0,59), tahun 2021 (0,88), tahun 2022 (1,17) dan tahun 2023 (1,37). Hal tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* suatu perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat nilai perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa kinerja sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan teori legitimasi, suatu perusahaan harus mendapatkan pengakuan publik. Pengungkapan *corporate social responsibility* digunakan untuk mendapatkan pengakuan bagi perusahaan dari investor dan masyarakat umum. *Corporate social responsibility* merupakan wujud kepedulian perusahaan terhadap

lingkungan untuk menjaga kualitas yang tinggi dalam jangka panjang (Bahri & Cahyani, 2016).

Penelitian ini sejalan dengan teori Adam dan Zutsi (Aliyah, 2018), yang menjelaskan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* akan memberikan manfaat seperti meningkatkan reputasi perusahaan yang dapat dipandang sebagai *social marketing*. *Social marketing* membentuk citra merek suatu perusahaan karena selain mengutamakan keuntungan yang dihasilkan, juga mempertimbangkan tanggung jawab sosialnya. Tentu saja hal ini menjadi sinyal positif bagi investor dan masyarakat melalui laporan keuangan dan laporan tahunan yang dipublikasikan, sehingga informasi yang dipublikasikan perusahaan menjadi penting bagi pengambilan keputusan investasi.

Adanya *corporate social responsibility* dapat menjadi kabar baik bagi investor, karena perusahaan yang peduli dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial dan

lingkungan dengan baik dapat mempertahankan eksistensi dan keberlangsungan hidupnya. Perusahaan akan secara aktif terlibat dalam kegiatan sosial seperti ikut andil dalam perbaikan lingkungan, program beasiswa, keamanan produk, pemberian beasiswa, dan lain-lain. Dengan perusahaan melakukan hal tersebut dapat meningkatkan citra perusahaan di mata *stakeholders*. Citra perusahaan yang lebih baik akan menghasilkan respon konsumen yang lebih responsif dan penjualan produk meningkat. peningkatan penjualan diiringi dengan peningkatan nilai perusahaan sehingga meningkatkan kemauan arik investor untuk berinvestasi (Putra, 2017).

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Putri & Wahidahwati (2018), Auliya & Margasari (2018) dan Hanindia & Mayangsari (2022) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan pengungkapan *corporate social responsibility* yang semakin banyak dan jelas dipercaya dapat membuat investor lebih tertarik pada suatu perusahaan karena investor tidak hanya melihat nilai perusahaan saja, namun lebih meluas hingga pada aspek sosial, kemasyarakatan, ketenagakerjaan, lingkungan, produk dan sebagainya. Ketika perusahaan melakukan *corporate social responsibility* dengan baik, perusahaan tersebut dianggap memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*. Semakin luas pengungkapan *corporate social responsibility*, volume dari perdagangan saham perusahaan akan meningkat, sehingga nilai perusahaan juga meningkat..

Bertentangan dengan penelitian Munzir dkk. (2023) dan Shaumi & Srimindarti (2022) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini diakibatkan pada beberapa fenomena yaitu kecenderungan investor dalam membeli saham, rendahnya pengungkapan *corporate social responsibility*, juga variabel *corporate social responsibility* yang tidak dapat diukur secara langsung.

4.2.3 Pengaruh Green Accounting dan Kinerja Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,005 dengan arah positif ($0,005 < 0,05$). Oleh karena itu, hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan bahwa *green accounting* dan kinerja sosial perusahaan berpengaruh secara simultan

terhadap nilai perusahaan diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam konteks ini, *green accounting* dan kinerja sosial perusahaan memiliki pengaruh bersama-sama terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mengalokasikan biaya untuk kegiatan lingkungan cenderung meningkatkan kinerja lingkungan mereka, yang pada gilirannya berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Ini konsisten dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan yang berusaha untuk memenuhi ekspektasi sosial melalui praktik bisnis yang bertanggung jawab secara lingkungan akan mendapatkan dukungan dan kepercayaan dari pemangku kepentingan, termasuk konsumen dan investor. Dukungan ini dapat memanifestasikan dirinya dalam bentuk peningkatan penjualan, loyalitas pelanggan, dan akses ke modal yang lebih mudah dan murah (Muniroh et al., 2023).

Hasil penelitian ini menggarisbawahi pentingnya pendekatan holistik dalam manajemen lingkungan. Biaya yang dialokasikan untuk inisiatif lingkungan tidak hanya merupakan pengeluaran tetapi juga investasi yang berdampak positif pada berbagai aspek operasional dan hubungan pemangku kepentingan. Pendekatan ini, pada gilirannya, berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan secara keseluruhan.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa biaya lingkungan dan kinerja sosial perusahaan memiliki peran penting dalam strategi bisnis yang berorientasi pada pemangku kepentingan. Perusahaan yang berhasil mengintegrasikan aspek lingkungan dalam operasional mereka dapat memenuhi harapan pemangku kepentingan, meningkatkan reputasi, dan mencapai nilai perusahaan yang berkelanjutan. Kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial ini dapat mengurangi terjadinya risiko bisnis sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Kinerja sosial perusahaan dapat menciptakan citra positif di masyarakat dan juga *stakeholder* sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. *Green Accounting tidak berpengaruh* terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya alokasi biaya lingkungan tidak memberikan reaksi pasar dalam menarik minat investor.
2. *Kinerja Sosial Perusahaan berpengaruh* terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini dikarenakan *corporate social responsibility* mampu memberikan *good news* bagi investor, karena dianggap sudah bertanggung jawab terhadap dampak yang ditimbulkan oleh operasional perusahaan.
3. *Green Accounting dan Kinerja Sosial Perusahaan berpengaruh* terhadap Nilai Perusahaan. Alokasi biaya lingkungan pada perusahaan mampu memberikan respon positif karena mampu mengurangi kewajiban potensial di masa mendatang. *Corporate Social Responsibility* bukan hanya sekedar mampu tanggung jawab sosial, namun juga mampu membawa dampak secara jangka panjang bagi lingkungan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Beberapa hal yang menjadi keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Penggunaan sampel terbatas hanya pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sehingga penelitian tidak dapat digunakan sebagai referensi untuk sektor lainnya.
2. Periode penelitian terbatas hanya 5 tahun terakhir sejak tahun 2019-2023.
3. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen yaitu, *Green Accounting* dan Kinerja Sosial Perusahaan

5.3 Saran

Berdasarkan simpulan dan keterbatasan penelitian diatas, maka terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan, yaitu :

5.3.1 Saran Teoritis

1. Bagi Peneliti Selanjutnya, sebaiknya memperluas sampel penelitian pada perusahaan sektor lain, memperpanjang periode penelitian, menambahkan beberapa variabel independen lain seperti *good corporate governance*, *intellectual capital*, *leverage*, kinerja lingkungan, ukuran perusahaan, umur perusahaan dan variabel lain yang mendukung penelitian. Sehingga dapat meningkatkan koefisien determinasi penelitian dan menambahkan variabel mediasi lain sehingga menghasilkan model penelitian yang baik.
2. Bagi Akademisi, diharapkan penelitian ini dapat memperluas pengetahuan dan wawasan tentang pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang dimediasi oleh *corporate social responsibility*.

5.3.2 Saran Praktis

1. Bagi Perusahaan, sebaiknya dapat meningkatkan nilai pengungkapan *corporate social responsibility* karena hal tersebut mendapat respon positif dari investor, karena pengungkapan *corporate social responsibility* juga menjadi salah satu pertimbangan bagi investor atau calon investor untuk berinvestasi pada perusahaan.
2. Bagi Investor, sebaiknya lebih memanfaatkan informasi pengungkapan *corporate social responsibility* untuk melihat seberapa jauh perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosialnya bagi masyarakat.
3. Bagi Pemerintah, sebaiknya memperketat peraturan dan memberikan sanksi kepada perusahaan yang melanggar peraturan pengelolaan lingkungan hidup.

