



8.04%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 11 JUL 2025, 1:18 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL	● CHANGED TEXT	● QUOTES
0.05%	7.99%	0.31%

Report #27434257

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, PENERAPAN GREEN ACCOUNTING, DAN ENVIRONMENTAL PERFORMANCE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Energi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023) SKRIPSI Flora Tri Norissaliny 2021011026 PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS HUMANIORA & BISNIS UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA TANGERANG SELATAN 2025 ii BAB I PENDAHULUAN 1.1. Latar Belakang Masalah Nilai perusahaan merupakan ukuran pencapaian perusahaan dan tingkat kepercayaan publik yang telah diperolehnya selama bertahun-tahun keberadaannya (Agustina. et al, 2023). Nilai perusahaan sangatlah krusial, karena berfungsi sebagai indikator keberhasilan manajemen dan dapat meningkatkan keyakinan para pemegang saham, selain itu nilai perusahaan juga merefleksikan total aset yang dimiliki. Stabilitas dan pertumbuhan jangka panjang harga saham juga dapat digunakan untuk mengukur peningkatan sering digunakan sebagai acuan untuk menilai perusahaan di pasar modal. Di era modern yang penuh tantangan ini, keberlanjutan institusional tidak hanya terbatas pada kinerja keuangan, tetapi juga mencakup kontribusinya terhadap keberlanjutan lingkungan. Banyak perusahaan berlomba-lomba meningkatkan nilai perusahaannya guna mencapai kesuksesan yang berkelanjutan (Zahara, 2022). Di Indonesia saat ini isu lingkungan dan sumber daya alam terus menjadi perhatian serius. Berbagai isu krusial seperti polusi udara, pemanasan global, penipisan lapisan ozon, polusi air,

dan eksploitasi berlebihan sumber daya alam telah menjadi sumber kekhawatiran yang serius baik di tingkat nasional maupun internasional. **35** Menanggapi permasalahan ini, pemerintah sebagai pemangku kebijakan aktif berupaya mencari solusi guna mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan (Agustina, 2013). Isu lingkungan masih menjadi perbincangan hangat hingga kini. Meskipun organisasi internasional dan pemerintah telah mengeluarkan beragam kebijakan, upaya-upaya ini belum sepenuhnya berhasil dalam mengatasi fenomena pemanasan global adalah aktivitas perusahaan-perusahaan komersial, yang seringkali memiliki dampak negatif terhadap lingkungan (Maharani dan Handayani, 2020). Mengingat persaingan yang sangat ketat di bidang bisnis, perusahaan harus terus meningkatkan kinerja agar dapat bertahan dan mencapai tujuan (Murniati & Sovita, 2021). Sayangnya, dalam upaya meningkatkan kinerja, perusahaan seringkali melupakan dampak buruk yang ditimbulkan terhadap lingkungan (Rosaline & Wuryani, 2020). **57** Nilai tinggi perusahaan sangat penting untuk menarik investor agar menanamkan modal mereka dan mengembangkan perusahaan. Nilai perusahaan tercermin dalam nilai pasarnya, yang mencerminkan kondisi saat ini atau proyeksi masa depan perusahaan. Investor sering kali memandang positif perusahaan yang melakukan investasi secara intensif. Hal ini dapat menyebabkan kenaikan harga saham dan nilai total perusahaan (Wijaya dan Sedana, 2015). Diantara faktor-faktor yang mempengaruhi nilai saham perusahaan adalah akuntansi hijau melalui pengungkapan kinerja lingkungan dan tanggung jawab sosial perusahaan (Zulhaimi, 2015). Hal ini didukung dengan kapitalisasi pasar antara Adaro Energy (ADRO) dan Bukit Asam (PTBA) menunjukkan bahwa nilai perusahaan di sektor energi tidak hanya dipengaruhi oleh fluktuasi harga komoditas, tetapi juga oleh komitmen mereka terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan menjadi bagian dari perusahaan PROPER Emas, keduanya membuktikan bahwa CSR, green accounting, dan kinerja lingkungan yang baik dapat meningkatkan legitimasi perusahaan dan memberikan dampak positif terhadap kapitalisasi pasar (market capitalization). Gambar 1.1. Grafik Market Capitalization ADRO Sumber: <https://>

/companiesmarketcap.com/ (2025) Dari Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa kapitalisasi pasar Adaro Energy (ADRO) menunjukkan fluktuasi signifikan dari 2019 hingga 2023, mencapai puncaknya pada USD 7,65 miliar di tahun 2022 berkat lonjakan harga batu bara global, setelah sempat turun pada 2020 akibat pandemi. Namun, penurunannya di tahun 2023 mencerminkan koreksi pasar dan tekanan terhadap energi fosil dalam transisi energi. Kenaikan nilai ADRO tidak hanya didorong oleh harga komoditas, melainkan juga oleh komitmen keberlanjutan yang terstruktur, terbukti dengan penghargaan PROPER Emas dari KLHK. Perusahaan ini aktif dalam akuntansi hijau, melaporkan biaya pemulihan lahan dan pengelolaan lingkungan, serta menunjukkan kinerja lingkungan yang baik melalui efisiensi energi, konservasi air, dan penerapan teknologi bersih. Integrasi aspek sosial dan lingkungan ini secara langsung maupun tidak langsung meningkatkan persepsi investor terhadap prospek jangka panjang ADRO, pada akhirnya turut mendongkrak nilai perusahaan. Gambar 1.2. Grafik MarketCapitalization PTBA 3 Sumber: <https://marketcap.company/> (2025) Dari Gambar 1.2 dapat dilihat bahwa kapitalisasi pasar PT Bukit Asam Tbk (PTBA) menunjukkan stabilitas dan pertumbuhan konservatif, meningkat dari USD 0,82 miliar pada 2019 menjadi USD 1,59 miliar pada 2022, sebelum sedikit menurun ke USD 1,49 miliar pada 2023. Meskipun tidak sefluktuatif ADRO, tren positif ini mencerminkan pertumbuhan nilai yang berkelanjutan seiring dengan meningkatnya fokus pada isu lingkungan dan efisiensi operasional. PTBA meraih penghargaan PROPER Emas, menunjukkan kinerja luar biasa. Sebagai BUMN di sektor batu bara, PTBA aktif menjalankan program CSR yang berdampak positif, menerapkan akuntansi hijau untuk pencatatan biaya lingkungan seperti reklamasi dan pengelolaan limbah, serta terus meningkatkan kinerja lingkungan melalui ISO 14001, pemanfaatan energi terbarukan, dan proyek dekarbonisasi. Upaya-upaya ini secara kolektif meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan terhadap keberlanjutan PTBA, yang pada gilirannya memperkuat nilai perusahaan di pasar. Fenomena pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh sejumlah

perusahaan yang masih minim kesadarannya akan pentingnya menjaga kelestarian alam terus terjadi. Salah satu contoh kasus yang hingga kini masih belum menemukan titik terang penyelesaian adalah insiden semburan lumpur panas di Sidoarjo, Surabaya pada tahun 2006, yang diakibatkan oleh aktivitas PT Lapindo Brantas. Kasus ini menjadi pengingat serius akan dampak merusak dari kurangnya kepedulian industri terhadap lingkungan, kasus ini memberikan dampak yang luas dan kompleks di berbagai aspek. Secara lingkungan, lumpur panas merusak lahan produktif dan mencemari air, mengakibatkan kerusakan ekosistem. Dampak sosialnya terlihat dari ribuan warga yang harus kehilangan rumah dan tempat tinggal, serta relokasi yang memicu konflik terkait kompensasi. Dari segi ekonomi, kerusakan lahan dan kehilangan pekerjaan mengakibatkan kerugian besar bagi masyarakat lokal. Dampak kesehatan juga terjadi akibat paparan gas beracun dari lumpur yang menyebabkan masalah pernapasan dan potensi penyakit kronis (Putra et al., 2021). Dampak insiden Lapindo terhadap nilai perusahaan sangatlah signifikan dan kompleks. Peristiwa ini tidak hanya menyebabkan kerugian finansial langsung, seperti biaya ganti rugi dan relokasi ribuan warga, tetapi juga merusak reputasi dan kepercayaan publik terhadap perusahaan. Akibatnya, nilai perusahaan dapat menurun di mata investor dan pemangku kepentingan lainnya. Krisis sosial dan lingkungan yang berkepanjangan, yang disebabkan oleh kelalaian dalam manajemen risiko dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang tidak optimal, menciptakan persepsi negatif. Hal ini berujung pada ketidakstabilan kinerja finansial, peningkatan risiko litigasi, dan potensi kehilangan dukungan dari regulator serta masyarakat. Pada akhirnya, semua faktor ini menghambat pertumbuhan jangka panjang dan menurunkan daya tarik investasi terhadap perusahaan terkait. Selain itu, kasus PT Freeport Indonesia, sebuah perusahaan tambang besar yang beroperasi di daerah pegunungan Tembagapura, Mimika, Papua Tengah, juga menjadi sorotan, Perusahaan ini dilaporkan telah membuang sekitar 300 juta ton limbah tailing ke sungai-sungai seperti Ajkwa dan Otomana, bahkan

hingga ke Laut Arafuru. Akibatnya, terjadi pendangkalan sungai, pencemaran air, dan kematian massal ikan, yang sangat memengaruhi kehidupan masyarakat adat setempat. Masyarakat adat Kamoro, Sempan, dan Amungme, yang bergantung pada tradisi 3S (sungai, sampan, dan sagu), kini kehilangan akses terhadap sumber pangan, air bersih, dan jalur transportasi sungai. Dampak dari penebangan tailing ini merugikan hasil pertanian di daerah sekitar, dan hal ini menyebabkan pantai-pantai di sekitarnya terkikis habis, terutama berdampak pada anak-anak yang memiliki kulit sensitif. Akibatnya, masyarakat setempat mengalami kesulitan dalam mendapatkan air bersih karena ikan terpaksa mencari air yang lebih dangkal, dan akses ke pantai berpasir juga terhambat, lebih dari sekadar kerusakan ekologis, kondisi ini juga memicu krisis mata pencarian dan mengikis nilai-nilai budayalokal yang telah diwariskan turun-temurun (Wanaloka.com, 2023). Kasus yang melibatkan PT Freeport menunjukkan bahwa praktik bisnis yang dianggap tidak berkelanjutan dapat menyebabkan tekanan besar pada nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena memicu penolakan publik, sorotan media, dan kritik dari lembaga lingkungan serta organisasi hak asasi manusia. Akibatnya, citra perusahaan rusak, kepercayaan investor menurun, dan risiko regulasi serta litigasi meningkat. Semua faktor ini berkontribusi pada ketidakpastian operasional, potensi penurunan pendapatan jangka panjang, dan berkurangnya daya saing perusahaan di pasar global. Pasar global saat ini semakin menuntut tanggung jawab lingkungan dan sosial sebagai bagian dari penilaian kinerja dan keberlanjutan perusahaan. Seiring dengan pertumbuhan perusahaan seperti PT Lapindo Brantas dan PT Freeport Indonesia, tekanan pada sumber daya alam akan semakin besar karena perusahaan-perusahaan ini selalu berupaya untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Kasus-kasus di atas menunjukkan bahwa pengabaian terhadap tanggung jawab lingkungan dapat merugikan reputasi dan keberlanjutan jangka panjang perusahaan itu sendiri. Nilai suatu perusahaan tak hanya ditentukan oleh keuntungan finansial, tapi juga dari kontribusi

positifnya terhadap masyarakat dan lingkungan. Sebagaimana dinyatakan dalam Drucker (2001), Perusahaan yang mengabaikan dampak sosial dan lingkungan dari operasi mereka berisiko menghadapi backlash dari komunitas lokal dan pemangku kepentingan lainnya. Jika perusahaan-perusahaan ini menempatkan nilai keberlanjutan dalam inti operasional mereka, dampak negatif pada lingkungan dan masyarakat dapat diminimalkan, sambil tetap mencapai tujuan ekonomis yang berkelanjutan. Oleh karena itu, kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan harus menjadibagian integral dari strategi bisnis untuk mencapai keberlanjutan dan nilai jangka panjang. Menurut Porter & Kramer (2006), nilai perusahaan yang berorientasi pada tanggung jawab sosial dan keberlanjutan lingkungan untuk mencapai keuntungan jangka panjang yang lebih besar. **28** Kerangka ini menilai kinerja perusahaan dari berbagai aspek, termasuk ekonomi, lingkungan, dan sosial. Perusahaan yang berhasil menjaga hubungan baik dengan lingkungannya cenderung lebih berkelanjutan. Penerapan pasti harus menerapkan inisiatif CSR sebagai sarana untuk menunjukkan komitmen mereka terhadap lingkungan sosial. Oleh sebab itu, perusahaan perlu merancang beragam kebijakan yang spesifik untuk mendukung pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Hassan., et al (2021), transformasi institusional sangatlah penting. Selain itu, program CSR perusahaan juga perlu ditingkatkan dengan melibatkan sektor pendidikan, pelayanan masyarakat, dan pengembangan bisnis. Hal ini disebabkan karena investor cenderung lebih memprioritaskan profitabilitas perusahaan saat membeli saham, ketimbang citra perusahaan. Selain itu, secara teknis sulit untuk mengukur variabel tanggung jawab sosial perusahaan secara langsung di dalam perusahaan. Penerapan Green Accounting adalah metode akuntansi yang menggabungkan aspek-aspek sumber daya dan layanan lingkungan. Ini termasuk mempertimbangkan perubahan yang diperlukan untuk meningkatkan pendapatan, sekaligus menjaga pertumbuhan dan pembangunan berkelanjutan dengan memperhatikan kebutuhan generasi saat ini dan mendatang (Himanshu, 2010). Secara lebih spesifik, green accounting merupakan praktik

akuntansi yang mencatat biaya lingkungan, yaitu seluruh pengeluaran yang terkait dengan upaya pelestarian lingkungan, ke dalam laporan biaya perusahaan.

35 Namun, kenyataannya, metode ini belum diadopsi secara luas oleh banyak perusahaan.

Green accounting adalah konsep akuntansi modern yang mendukung inisiatif ramah lingkungan di perusahaan. Ini dilakukan dengan mengidentifikasi, mengukur, dan mencatat kontribusi lingkungan yang terlibat dalam 8 proses bisnis (Fauzi & Chandra, 2016). Dalam jangka panjang, penerapan green accounting tidak hanya mendukung keberlanjutan lingkungan tetapi juga menghemat biaya produksi dan mengurangi beban operasional perusahaan. Di era meningkatnya kesadaran lingkungan, implementasi green accounting juga bisa menjadi daya tarik tambahan bagi konsumen. Dua penelitian sebelumnya menghasilkan temuan yang berbeda mengenai dampak penerapan akuntansi hijau terhadap nilai perusahaan. Dewi dan Narayana (2020) menemukan bahwa akuntansi hijau memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan, sementara Sapulette dan Limba (2021) tidak menemukan hubungan yang signifikan. Environmental Performance juga dipandang penting sebagai upaya perusahaan untuk mengintegrasikan pertimbangan lingkungan interaksinya berbagai hal yang penting, melampaui sekadar tanggung jawab sosial perusahaan. Kinerja lingkungan yang baik sendiri bertujuan untuk mewujudkan lingkungan yang sehat dan lestari (Tahu, 2019). Environmental Performance adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan kemampuan organisasi dalam menciptakan dampak lingkungan positif dan mengurangi dampak negatif. Konsep ini sering diasosiasikan dengan strategi manajemen lingkungan yang dirancang untuk mengontrol dan mengurangi impact organisasi terhadap lingkungan alam. Pemerintah mendukung inisiatif ini melalui. Pendapat ini didukung oleh studi yang dilakukan oleh Kusuma dan Dewi (2019), juga menemukan hubungan yang signifikan antar kinerja lingkungan dan nilai perusahaan. Hasil ini bertentangan dengan hasil studi yang dilakukan oleh Ardila dan 9 Sawitri (2017) yang menyebutkan bahwa kinerja lingkungan tidak selalu menjadi pertimbangan utama bagi semua investor saat mengambil keputusan investasi. Perusahaan pertambangan subsektor energi perlu memberikan

perhatian serius pada dampak lingkungan dan sosial dari operasional mereka. Ini mencakup implementasi praktik CSR, Green Accounting, dan Environmental Performance guna menjaga kelestarian lingkungan dan mendukung pembangunan berkelanjutan. Sejalan dengan urgensi tersebut, studi ini akan mengambil sampel dari perusahaan pertambangan, terutama yang berfokus pada sektor energi. Pemilihan sektor ini didasari oleh kontribusinya yang signifikan terhadap isu lingkungan dan keberlanjutan. Dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya faktor lingkungan, sosial, dan kinerja lingkungan yang baik. Mengingat fenomena yang telah dipaparkan dan adanya kesenjangan dalam literatur (research gap), peneliti berupaya memberikan kontribusi baru dengan menggunakan variabel-variabel yang berbeda, sehingga judul penelitian yang diusulkan adalah: “Pengaruh Corporate Social Responsibility, Penerapan Green Accounting , dan Environmental Performance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Energi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023)

19 43 1.2. 4 9 19 25 28 33 43 46 Rumusan Masalah Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan dalam latar belakang sebelumnya, terdapat beberapa masalah yang 10 belum terselesaikan dalam penelitian ini. Masalah-masalah tersebut

adalah sebagai berikut: 1. 1 2 4 5 6 7 9 16 Apakah Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan sub sektor energy yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia? 1 2 3 4 5 6 7 9

16 2. Apakah Penerapan Green Accounting berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan sub sektor energy pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia? 1 2 3 4 5 7 9 13 16 3. Apakah

Environmental Performance berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan sub sektor energy yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia? 1 2 3

5 8 13 4. Apakah Corporate Social Responsibility, Penerapan Green Accounting, dan Environmental Performance secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan sub sektor energy yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia? 1 2 3 5 8 13 58 1.3. 1 8 11 13 33 58

Tujuan Penelitian Berdasarkan analisis masalah sebelumnya, berikut ini

adalah tujuan penelitian: 1. 1 2 3 4 5 7 8 11 15 44 Untuk mengetahui pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan sub sektor energy yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. 1 2 3 4 5 6 7 8 11 15 2. Untuk mengetahui pengaruh Penerapan Green Accounting terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan sub sektor energy yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. 1 2 3 4 5 6 7 11 15 11 3. Untuk mengetahui pengaruh Penerapan Green Accounting terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan sub sektor energy yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. 1 2 4. Untuk mengetahui Corporate Social Responsibility, Penerapan Green Accounting, dan Environmental Performance secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan sub sektor energy yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 1.4. Manfaat Penelitian Dengan tujuan penelitian yang telah dijelaskan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pemangku kepentingan: 1. Kegunaan Teoritis Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan contoh mengenai Corporate Social Responsibility, Green Accounting, dan Environmental Performance dalam kaitannya dengan nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. 2. Kegunaan Praktis a. Bagi Ilmu Pengetahuan: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan sekaligus sebagai pedoman untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh Corporate Social Responsibility, penerapan Green Accounting, dan Environmental Performance terhadap nilai perusahaan. b. Bagi Perusahaan: Penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kesadaran dan perlunya melindungi masyarakat lokal dan juga lingkungan sekitar. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi alat yang efektif bagi pelaku bisnis untuk mencapai tujuan mereka dengan cara yang efisien dan efektif. c. Bagi Investor: Temuan penelitian dapat digunakan sebagai titik awal untuk pengambilan keputusan investasi. Diharapkan hal ini akan menjadi panduan informatif dan sumber daya yang berharga bagi para investor. d. Bagi Universitas Pembangunan Jaya: Penelitian ini dapat memperkaya literatur akademik di universitas dan menjadi referensi bagi

mahasiswa serta dosen yang tertarik dalam bidang Corporate Social Responsibility (CSR), Green Accounting, dan Environmental Performance.

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan ajar dalam mata kuliah yang relevan, sehingga meningkatkan kualitas pengajaran dan pembelajaran di universitas. Selain itu, penelitian ini juga dapat meningkatkan reputasi universitas sebagai institusi yang aktif dalam penelitian berkualitas tinggi dan relevan dengan kebutuhan industri. e.

Bagi Peneliti Selanjutnya: Penelitian ini dapat menjadi referensi berharga bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mendalami lebih lanjut hubungan antara Corporate Social Responsibility (CSR), Green Accounting, dan Environmental Performance di sektor energi atau sektor lainnya. Hasil penelitian ini juga dapat menginspirasi peneliti untuk mengeksplorasi variabel tambahan atau pendekatan metodologis baru guna memperkaya pemahaman mengenai topik ini.

41 63 13 BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. Landasan Teori 2.1

1. Teori Legitimasi Menurut Rawi & Muchlish (2010), legitimasi diharapkan selalu menyesuaikan aktivitasnya agar selaras dengan nilai dan norma sosial dari lingkungan operasinya. Teori ini merupakan salah satu landasan konseptual yang mendorong perusahaan untuk menyajikan laporan berkelanjutan, memfasilitasi evaluasi kinerja organisasi dalam aspek bisnis, serta membantu dalam mitigasi kepatuhan terhadap peraturan lingkungan. Maka dari itu, agar sebuah organisasi dapat memulai kegiatan operasionalnya, organisasi tersebut harus mematuhi hukum atau peraturan yang berlaku. Menurut Dowling dan Pfeffer, sebagaimana dikutip oleh Ghazali dan Chariri (2007), legitimasi merupakan aspek penting dalam setiap organisasi. Batasan-batasannya yang ditetapkan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, serta respon organisasi terhadap batasan-batasan ini, menyorot pentingnya menganalisis perilaku organisasi dengan melihat lingkungannya. Legitimasi dari masyarakat menjadi faktor strategis bagi perusahaan untuk pengembangan dimasa depan. Hal ini dapat menjadi alat untuk membentuk strategi perusahaan, terutama dalam memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang terus berkembang, seperti yang diungkapkan oleh Hadi (2011). Penelitian Mousa dan

Hassan (2015) menjelaskan bahwa teori legitimasi dapat memberikan alasan yang kuat bagi perusahaan untuk secara terbuka melaporkan kinerja mereka. Teori ini berargumen bahwa perusahaan membutuhkan persetujuan dan kepercayaan dari masyarakat serta pemangku kepentingan lainnya agar dapat beroperasi secara sukses. Dukungan ini, pd gilirannya dapt meningkatkan nilai perusahaan karena investor dan pemangku kepentingan cenderung lebih mempercayai dan berinvestasi pada entitas yang memiliki dasar sosial yang kuat. Kepercayaan ini tidak hanya menarik investasi, tetapi juga memperkuat reputasi, mengurangi risiko operasional, dan membuka peluang bisnis jangka Panjang. 15 Teori legitimasi menjelaskan bahwa fokus perusahaan tidak hanya sebatas mencari keuntungan, namun juga aktif dalam membangun dan mempertahankan dukungan sosial. Teori ini menjadi dasar konseptual untuk mengevaluasi kaitan antara aktivitas perusahaan, pelaporan keberlanjutan, dan upaya perusahaan dalam membentuk persepsi positif di mata publik. Dengan demikian, teori legitimasi dinilai relevan untuk diterapkan dalam penelitian ini guna menilai bagaimana perusahaan memanfaatkan pelaporan keberlanjutan sebagai strategi untuk memperoleh dan menjaga legitimasi sosial.

2.1.2. Teori Stakeholder

Menurut Freeman (1983), stakeholder bermula dari pengamatan terhadap interaksi dua arah antara sebuah perusahaan dengan lingkungan eksternalnya, dan bagaimana setiap tindakan atau keputusan yang diambil perusahaan akan menghasilkan dampak pada lingkungan tersebut. Pemahaman awal mengenai hubungan timbal balik yang dinamis ini menjadi landasan fundamental yang kemudian memicu lahirnya dan terus mengembangkan teori pemangku kepentingan. Seiring berjalannya waktu, teori ini terus berevolusi dan menemukan penerapannya yang sangat luas, menjangkau dan memenuhi kebutuhan berbagai sektor yang berbeda, mulai dari dunia bisnis dan korporasi, lembaga pemerintahan, hingga organisasi non-pemerintah (NGO) yang berfokus pada isu sosial atau lingkungan. Teori stakeholder menjelaskan pendekatan manajemen perusahaan dalam memenuhi dan mengelola ekspektasi beragam pemangku kepentingan. Teori ini

16 menekankan signifikansi pengaruh stakeholder terhadap setiap yang diambil perusahaan. Perusahaan harus mempertimbangkan kekuatan dan kepentingan pemangku kepentingan dalam menentukan informasi apa yang akan diungkapkan dalam laporan keuangan. Raghbir et al. (2010) menyarankan agar perusahaan proaktif dalam memenuhi harapan stakeholder dengan melakukan aktivitas yang relevan dan melaporkan hasilnya secara transparan. Teori stakeholder menggarisbawahi pentingnya bagi perusahaan untuk mengakomodasi kepentingan beragam pihak, termasuk mereka yang memiliki kepedulian terhadap keberlanjutan lingkungan. Dengan menerapkan green accounting, perusahaan menunjukkan komitmen terhadap transparansi dan keberlanjutan lingkungan, yang meningkatkan nilai karena stakeholder dan investor lebih tertarik untuk mendukung bisnis yang berfokus pada keberlanjutan. Teori ini sangat relevan karena menempatkan stakeholder sebagai pusat keputusan perusahaan, terutama terkait praktik keberlanjutan. **39 Dengan memahami dan mengelola hubungan baik dengan stakeholder, perusahaan mampu membangun legitimasi serta meningkatkan kepercayaan, dan pada akhirnya menciptakan nilai jangka panjang yang berkelanjutan.** Dengan demikian, teori stakeholder dianggap tepat sebagai landasan teoritis untuk menganalisis bagaimana perusahaan merespons tuntutan eksternal melalui pengungkapan informasi keberlanjutan.

17 2.1.3. Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah konsep yang menekankan bahwa perusahaan bertanggung jawab atas dampak sosial dan lingkungan dari operasi mereka. Hal ini melibatkan komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan lingkungan di luar tujuan finansial semata. Corporate Social Responsibility mencakup berbagai kegiatan seperti mendukung pendidikan, lingkungan, kesehatan, dan kegiatan amal lainnya. Perusahaan yang menerapkan Corporate Social Responsibility diharapkan dapat menciptakan nilai tambah bagi masyarakat dan lingkungan, selain dari keuntungan finansial yang mereka peroleh. Artinya, mereka tidak hanya mencari keuntungan finansial, tetapi juga harus memberikan kontribusi yang berharga bagi masyarakat luas. Selain itu, perusahaan juga harus

didorong untuk berpartisipasi dalam kegiatan sukarela dan secara aktif terlibat dalam pelestarian lingkungan. Menurut Kesumastuti & Dewi (2021), memiliki peran yang sangat penting karena adanya kebutuhan bagi para pemangku kepentingan untuk memberikan timbal balik kepada organisasi dan stakeholder sendiri perlu diberikan ruang lebih untuk melakukan evaluasi, memastikan bahwa bisnis yang bersangkutan menjalankan operasinya sesuai dengan keinginan stakeholder. Dalam konteks CSR, perusahaan diharapkan tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan operasionalnya. Dengan menerapkan CSR, perusahaan dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan 18 para pemangku kepentingan seperti konsumen, karyawan, pemerintah, dan masyarakat umum. Hal ini dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan membina hubungan jangka panjang dengan berbagai pemangku kepentingan. Perusahaan yang menerapkan CSR juga diharapkan dapat berperan aktif dalam memperbaiki kondisi sosial dan lingkungan di sekitarnya. Melalui kegiatan CSR, perusahaan dapat berkontribusi positif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, melestarikan lingkungan, dan mendukung pembangunan berkelanjutan. Menurut Susilawati (2019) mendefinisikan CSR sebagai sebuah konsep dimana perusahaan dan para pemangku kepentingannya secara sukarela berkomitmen untuk menjaga kelestarian alam. Mereka bersama-sama berusaha menyebarkan pengetahuan tentang pentingnya lingkungan dan membuktikan bahwa bisnis yang bertanggung jawab dapat meraih keberhasilan yang berkelanjutan. Selain itu, Corporate Social Responsibility juga dapat menjadi faktor diferensiasi bagi perusahaan di pasar yang semakin kompetitif. Perusahaan yang memiliki komitmen kuat terhadap Corporate Social Responsibility cenderung lebih diminati oleh konsumen yang semakin peduli terhadap isu-isu sosial dan lingkungan. Hal ini dapat membantu bisnis perusahaan dalam membangun loyalitas konsumen dan meningkatkan pangsa pasar mereka.

2.1.4. Green Accounting

Green Accounting adalah sistem akuntansi yang berfokus pada aspek biaya lingkungan dalam kegiatan perusahaan. **53** Tujuan dari akuntansi hijau adalah untuk mengidentifikasi, mengukur, dan mengelola dampak lingkungan dari

aktivitas perusahaan. Dengan menggunakan akuntansi hijau, perusahaan dapat menghitung biaya yang terkait dengan kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh operasi mereka. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk membuat keputusan yang lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab terhadap lingkungan. Penelitian Hartiah & Pratiwi (2022) menunjukkan bahwa penggunaan akuntansi hijau dapat mendorong perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan. Menurut Wati dkk. (2019), Green Accounting merupakan metode akuntansi yang secara khusus menekankan pada pengakuan, pengukuran, pencatatan, pelaporan, dan pengungkapan biaya-biaya serta manfaat yang berkaitan dengan aspek lingkungan dalam aktivitas perusahaan. Menurut Zulhaimi (2015), penerapan Green Accounting dalam dunia bisnis akan membawa manfaat positif bagi lingkungan, terutama dengan menitikberatkan pada pengalihan atau pengintegrasian dana yang berkaitan dengan lingkungan ke dalam catatan keuangan bisnis yang digunakan sebagai perlindungan lingkungan. Menurut Chasbiandani et al., (2019) Penerapan Green Accounting di sebuah perusahaan dapat menjadi indikator bahwa perusahaan tersebut memiliki kesadaran dan kepedulian terhadap lingkungan, khususnya terhadap kondisi bumi yang semakin menua sebagai tempat tinggal kita. Green Accounting juga membantu perusahaan dalam memahami dampak ekonomi dari praktik-praktik ramah lingkungan yang mereka terapkan. Dengan menerapkan Green Accounting, perusahaan dapat mengukur efisiensi dan efektivitas dari 20 upaya-upaya lingkungan yang dilakukan, serta mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan kinerja lingkungan mereka. Green Accounting dapat berperan sebagai alat penting dalam mendorong memiliki sistem akuntansi yang memperhitungkan biaya lingkungan, perusahaan dapat memastikan bahwa mereka mematuhi peraturan lingkungan yang berlaku. Dalam konteks nilai perusahaan, Green Accounting juga dapat berkontribusi untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Dengan mengelola biaya lingkungan secara efisien dan efektif. Kondisi ini berpotensi memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan dalam jangka waktu yang panjang, karena perusahaan yang berkomitmen pada praktik bisnis yang berkelanjutan cenderung lebih

diminati oleh investor dan konsumen. 2.1.5. Environmental Performance

Kinerjalingkungan (environmentalperformance) merupakan hasilyang dapatdiukur daripenerapan sistemmanajemen lingkungan dalam suatuperusahaan, yangberfokus padapengendalian berbagai aspek demimelestarikanlingkungan. 32 Kinerja ini juga

mencerminkan tingkat kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan (Ikhsan, 2008). Dengan kata lain, environmental performance

menggambarkan sejauhmanaperusahaan berkontribusidalam upaya

pelestarianlingkungan. Peringkat kinerjalingkungan biasanya disusun oleh

lembaga yang berfokus pada isu-isu lingkungan (Vivianita & Nafasati,

2018). DiIndonesia, KementerianLingkungan Hidupmelakukan penilaiankinerja

lingkunganperusahaan dapatdilakukan melalui 21 ProgramPenilaianPeringkat

PengelolaanLingkungan padaPerusahaan(PROPER). 59 PROPER adalah program yang

menilai seberapa baik perusahaan mengelola lingkungannya. Penilaian dilakukan

dengan melihat bagaimana perusahaan mengelola air, udara, limbah, dan

dampak lingkungan yang ditimbulkannya. Hasil penilaian yang berupa

peringkat warna ini kemudian diumumkan ke publik, sehingga dapat

memengaruhi pandangan masyarakat dan investor terhadap perusahaantersebut.

2.1.6. Nilai Perusahaan Nilai perusahaan merupakan indikator penting yang

mencerminkan kuailitas dankeberhasilansuatu perusahaanaan. Nilai perusahaan tidak

hanya mencakup aspek finansial, tetapi juga mencerminkan reputasi,

kepercayaan, dan citra perusahaan di mata pemangku kepentingan. Nilai perusahaan

dipengaruhi beragam faktor, seperti kinerja keuangan, praktik

tatakelolaperusahaanyangbaik, serta kontribusinya terhadaplingkungan dan

masyarakat. Perusahaan dengan nilai tinggi umumnya lebih menarik bagi

investor, konsumen, dan karyawan, serta memiliki posisi yang lebih kuat

di pasar. Menurut Muhlis & Gultom (2021), penelitian mereka menunjukkan

bahwa nilai ekuitas perusahaanaan menjadialahsatu faktorutama yangharus diperhatikan saat melakukan evaluasi atau mengamati nilai pasar saham.

Faktor ini juga harus dipertimbangkan dengan cermat karena dapat

berdampak signifikan terhadap kemampuan perusahaan dalam meraih peluang

investasi. Berdasarkan penelitian Mulyanti dan Nurfadhillah (2021), nilai

perusahaan mencerminkan sejauh 22 mana perusahaan berhasil mencapaitujuan yangtelah diitetapkan. nilai perusahaan sangat memengaruhi kelangsungan dan pertumbuhan bisnis. Dalam riset ini, nilai perusahaan menjadi fokus utama untuk mengidentifikasi hubungannya dengan CSR, Penerapan Green Accounting, dan kinerja lingkungan. Menurut Nathania dan Widjaja (2019), nilai perusahaan berfungsi sebagai indikator utama dari kualitas dan tingkat profitabilitasnya. **6 55** Oleh karena itu, bagi investor yang bijak, nilai perusahaan seharusnya menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan investasi. Oleh karena itu, jika nilai perusahaan tinggi, struktur keuangan perusahaan dapat dianggap sehat, dan manajer mampu melakukan restrukturisasi perusahaan dengan efektif, sebagaimana dinyatakan oleh Benne dan Moningka (2020). Dengan menerapkan praktik yang berkelanjutan dan bertanggung jawab, mereka dapat memperkuat posisinya di pasar dan membangun hubungan lebih baik dengan para pemangku kepentingan.

2.2. Penelitian Terdahulu Tabel2.1PenelitianTerdahulu

2.3. Perbedaan Dengan Penelitian Saat Ini Berdasarkan penelitian sebelumnya, terdapat perbedaan signifikan antara studi ini dan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, terutama dalam hal waktu penelitian, objek penelitian, dan lokasi penelitian. Penelitian ini mencakup data dari lima tahun terakhir, yaitu dari tahun 2019 hingga 2023. 23

Dengan demikian, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baru dan menyeluruh mengenai dampak Corporate Social Responsibility , penerapan Gren Accounting, serta kinerja lingkunganterhadap nilai perusahaanaan.

2.4. Kerangka Pemikiran Sebelum memulai penelitian, seorang peneliti perlu merumuskan hipotesis serta menentukan sampel data yang akan digunakan, karena keduanya menjadi dasar penting dalam pelaksanaan penelitian tersebut. Untuk memudahkan pelaksanaan penelitian, peneliti perlu memiliki kerangka berpikir yang terstruktur dan sistematis. Penelitian akan dilakukan secara gambaran atau model atau rancangan yang dapat dijadikan untuk menggunakan kerangka berfikir sendiri. Kerangka Pemikiran dapat berupa diagram atau bagan dengan representasi makroskopis yang

membantu dalam pemahaman variabel penelitian oleh peneliti. Penelitian ini mengatakan Pengaruh Corporate Social Responsibility, Penerapan Green Accounting, dan Environmental Performance terhadap Nilai Perusahaan. Kerangka Pemikiran yang menjadi dasar penelitian pada perusahaan sektor energi yang sahamnya diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia. Seperti yang tertera pada gambar berikut: Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran 2.5. Hipotesa 2.5.1. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah konsep di mana bisnis dan stakeholder yang peduli memberikan saran tentang betapa pentingnya melindungi lingkungan dan bekerja tanpa lelah untuk mencapai kesuksesan bisnis berkelanjutan. Dalam hubungannya dengan teori legitimasi, perusahaan membutuhkan persetujuan atau legitimasi dari masyarakat untuk memastikan keberlangsungan usahanya, menunjukkan kepedulian terhadap kesejahteraan sosial dan lingkungan, yang berpotensi meningkatkan citra serta kepercayaan masyarakat. Dalam jangka panjang, hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena perusahaan yang memiliki reputasi positif dalam tanggung jawab sosial lebih diminati oleh investor dan konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Melawati dan Rahmawati (2020) serta Erlangga dkk. (2021) secara konsisten menunjukkan bahwa CSR berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan hipotesis yang digunakan adalah: H1 : Corporate Social Responsibility berpengaruh positif Terhadap Nilai Perusahaan

2.5.2. Pengaruh Penerapan Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan

Green Accounting adalah cabang akuntansi yang difokuskan pada pengumpulan, pengukuran, dan pelaporan informasi terkait akun-akun perusahaan yang mencerminkan dampak aktivitas perusahaan terhadap lingkungan. Namun, lebih dari itu, Green Accounting juga mengumpulkan informasi tentang akun-akun perusahaan dalam konteks sosial atau kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat atau pemangku kepentingan. Dengan demikian, perusahaan dengan tata kelola yang baik cenderung memperoleh keuntungan lebih tinggi. Studi menunjukkan bahwa Green Accounting memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena

perusahaan yang memiliki reputasi baik dalam menjaga lingkungan dan memberikan kontribusi sosial cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi. Melalui penerapan Green Accounting, perusahaan dapat menyajikan informasi secara transparan mengenai upaya mereka dalam menjaga lingkungan dan memberikan manfaat sosial, yang dapat meningkatkan citra perusahaan dan nilai perusahaan. Penelitian Hartiah dan Pratiwi (2022) menyimpulkan bahwa penerapan akuntansi hijau tidak hanya memperbaiki kinerja lingkungan perusahaan, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kinerja keuangannya. Dalam hubungannya dengan teori stakeholder, penerapan Green Accounting tidak hanya berkontribusi pada aspek lingkungan, tetapi juga dapat memberikan dampak positif pada kinerja keuangan perusahaan. Dengan fokus pada akun-akun biaya lingkungan, Green Accounting membantu perusahaan untuk memperhitungkan dan mengelola dampak lingkungan dari kegiatan operasional mereka. Menurut Erlangga et al. (2021), penerapan Green Accounting berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nugroho (2023). **23 45** Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan hipotesis yang digunakan adalah: H2 :

Penerapan Green Accounting berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan 2.5 3.

Pengaruh Environmental Performance Terhadap Nilai Perusahaan Kinerja lingkungan perusahaan dievaluasi berdasarkan tingkat kerusakan yang dihasilkan dari aktivitas bisnisnya serta bagaimana perusahaan mengelola limbah dari proses produksinya. Ketika dampak kerusakan lingkungan yang ditimbulkan perusahaan rendah, maka kinerja lingkungan perusahaan tersebut dianggap baik. Sebaliknya, apabila aktivitas operasional perusahaan memberikan dampak negatif yang besar terhadap lingkungan, maka kinerja lingkungannya dinilai buruk (Chasbiandani et al., 2019). Penelitian Dewi (2016) menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik cenderung memperoleh citra positif di mata masyarakat, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan, seperti yang juga dijelaskan oleh Gardana (2013). Dalam konteks teori legitimasi, perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik juga akan dianggap lebih sah atau diakui oleh masyarakat, sehingga meningkatkan

kepercayaan 27 masyarakat dan investor. Dengan meraih kinerja lingkungan yang baik, perusahaan tidak hanya memperlihatkan komitmen kepada para pemangku kepentingan, tetapi juga berhasil meningkatkan nilai perusahaan. Studi sebelumnya oleh Nakao et al. (2007) mengindikasikan bahwa kinerja lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan hipotesis yang digunakan adalah: H3 :

Environmental Performance berpengaruh positif Terhadap Nilai Perusahaan

2.5.4. Pengaruh Corporate Social Responsibility, Penerapan Green

Accounting, dan Environmental Performance Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah praktik di mana perusahaan berkomitmen beroperasi secara etis, sekaligus berkontribusi pada pembangunan ekonomi dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Riset menunjukkan bahwa CSR mampu memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan. Menurut Mardiasari (2012), pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) memberikan dampak positif terhadap reputasi perusahaan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan yang aktif dalam kegiatan CSR cenderung memperoleh legitimasi sosial yang lebih kuat, sehingga menarik perhatian investor dan meningkatkan nilai pasar mereka. Penerapan Green Accounting adalah pendekatan akuntansi yang mempertimbangkan dampak lingkungan dari aktivitas bisnis. Penerapan Green Accounting membantu perusahaan mengidentifikasi baik biaya lingkungan maupun manfaat dari praktik bisnis berkelanjutan. Menurut Schaltegger dan Burritt (2010), Green Accounting memberikan informasi yang lebih transparan dan akurat mengenai dampak lingkungan dari kegiatan perusahaan. Dalam hubungannya, teori stakeholder dapat mengintegrasikan informasi lingkungan ke dalam laporannya, perusahaan dapat memberikan gambaran yang lebih akurat tentang kinerja mereka kepada pemangku kepentingan, sehingga hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan. Environmental Performance pada sejauh mana suatu perusahaan memenuhi tujuan lingkungan dan melakukan praktik ramah lingkungan. Environmental Performance yang

baik seringkali dikaitkan dengan penurunan risiko hukum dan peningkatan efisiensi operasional. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang mengelola ketiga aspek tersebut secara simultan mampu menciptakan nilai yang lebih besar bagi para pemangku kepentingan serta menunjukkan stabilitas jangka panjang yang menarik bagi para investor. Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan hipotesis yang digunakan adalah: H4 : Corporate Social Responsibility, Penerapan Green Accounting, dan Environmental Performance berpengaruh positif Terhadap Nilai Perusahaan BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian Metode penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian. Metode ini akan memungkinkan peneliti untuk mengukur variabel-variabel yang terkait dengan Corporate Social Responsibility (CSR), Penerapan Green Accounting, Environmental Performance, dan nilai perusahaan secara lebih terukur dan objektif. Penelitian kuantitatif yang menggunakan data sekunder dari laporan tahunan perusahaan sektor energy yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam rentang tahun 2019- 2023. 3.2. Objek Penelitian Objek penelitian berperan dalam memperjelas permasalahan yang akan dikaji, sehingga memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai fokus penelitian. Pemilihan sektor ini didasarkan pada peran signifikan perusahaan-perusahaan energi dalam isu keberlanjutan lingkungan, sehingga memungkinkan analisis yang mendalam terkait penerapan Pemilihan sektor ini didasarkan pada peran signifikan perusahaan-perusahaan energi dalam isu keberlanjutan lingkungan, sehingga memungkinkan analisis yang mendalam terkait penerapan tanggung jawab sosial dan kinerja lingkungan mereka 3.3. 19 64

Populasi dan Sampel 3.3 1. Populasi Populasi dalam penelitian ini terdiri dari perusahaan-perusahaan sektor energi yang tercatat di Bursa Efek 30 Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023. Perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019- 2023 berjumlah 81 perusahaan. Tabel 3.1. Daftar Populasi Perusahaan Sektor Energy Sumber : <https://www.idx.co.id> (2025) 3.3.2. Sampel Sampel dalam penelitian ini terdiri dari perusahaan-perusahaan sektor energi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada

periode 2019-2023. Dari total 81 perusahaan yang terdaftar, hanya 18 perusahaan yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan untuk dijadikan sampel penelitian. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah Purposive Sampling, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan kriteria khusus. Adapun kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel tersebut adalah sebagai berikut: 1 3 29 34 56 Perusahaan sektor energi yang secara konsisten menerbitkan laporan keuangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023: 1. Perusahaan sektor energi yang secara konsisten menerbitkan laporan keuangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023. 2. Perusahaan sektor energi yang mengungkapkan laporan berkelanjutan (sustainability report) dan laporan tahunan (annual report) secara terus menerus 31 di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode penelitian 2019-2023. 61 3. 3. Perusahaan sektor energi yang terdaftar sebagai peserta PROPER selama periode 2019-2023.

3.4. Teknik Pengumpulan Data Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu laporan tahunan perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data dikumpulkan dari dua sumber utama, yaitu situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) dan website resmi masing-masing perusahaan yang memenuhi kriteria penelitian. Proses pengumpulan data meliputi pengambilan annual report serta laporan keberlanjutan (sustainability report) perusahaan sebagai bahan utama penelitian sebagai sumber data dokumenter untuk analisis dalam penelitian.

Tabel 3.2. Kriteria Pengambilan Sampel Sumber : BEI, Data sekunder diolah, 2025

Tabel 3.3 Rincian Sampel Penelitian Sumber : Data Olahan Penulis yang diperoleh dari <https://www.idx.co.id> dan website masing-masing perusahaan (2025) Sampel saat ini terdapat 81 perusahaan di sektor energi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. 32 Berdasarkan kriteria yang ditetapkan, sebanyak 18 (delapan belas) perusahaan dipilih sebagai sampel penelitian dengan jangka waktu penelitian selama lima tahun, yang berarti terdapat 90 sampel untuk dianalisis.

3.5. Variabel Penelitian Definisi operasional variabel merupakan hasil dari analisis, interpretasi, serta indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Variabel ini dipilih agar sesuai dengan

variabel yang relevan dalam penelitian. Variabel independen adalah variabel yang berperan memberikan pengaruh atau menyebabkan perubahan pada variabel lain, yaitu variabel dependen. Sedangkan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau merupakan akibat dari variabel independen. Dalam penelitian ini variabel independennya yaitu Corporate Social Responsibility (CSR) dan Penerapan Green Accounting. Variabel dependennya yaitu Nilai Perusahaan. 3.5.1.

Variabel Independen 3.5.1.1. Corporate Social Responsibility (X1) Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dilaksanakan dengan berbagai manfaat dan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan. CSR merupakan salah satu fokus utama yang dapat diambil oleh perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Dalam penelitian ini, 33 pengukuran CSR menggunakan prototipe Indeks GRI Standar, dengan setiap indikator yang terpenuhi diberikan skor satu, sebaliknya jika tidak terpenuhi maka tidak mendapatkan poin. Indeks GRI Standar terdiri dari pedoman yang mencakup berbagai topik mulai dari ekonomi hingga lingkungan. Pedoman-pedoman ini mencakup area-area utama seperti dampak yang meliputi aspek ekonomi, lingkungan, sosial, praktik ketenagakerjaan, hak asasi manusia, komunitas, serta tanggung jawab terhadap produk.

Standards GRI mengandung tiga modul utama yaitu Modul Umum yang mencakup GRI-101 Fondasi, GRI-102 Pengungkapan General, serta GRI-103 Pendekatan Manajemen. Selain itu, ada juga modul spesifik yang mencakup GRI-200 Ekonomi, GRI-300 Lingkungan Hidup, dan GRI-400 Sosial

Standards GRI memuat persyaratan laporan yang harus disampaikan, maupun informasi opsional, serta referensi tambahan yang dapat digunakan dalam proses pelaporan (Gunawan & Meiden, 2021). Standar GRI menguraikan tujuh bagian dalam dimensi ekonomi, delapan bagian pada dimensi lingkungan, dan sembilan belas bagian pada dimensi sosial. Dengan demikian, implementasi CSR yang mengikuti standar GRI dapat membantu perusahaan mengelola dampak mereka secara lebih menyeluruh dan bertanggung jawab. Berikut ini adalah rumus dari perhitungan CSR (Pradipta, 2015) : 34

Keterangan: CSRDl: Indeks Pengungkapan Corporate Social Responsibility perusahaan. Xij: jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan. nj: total item



yang seharusnya diungkapkan oleh perusahaan. 3.5.1.2. Penerapan Green Accounting (X2) Praktik kerja lingkungan digunakan sebagai indikator yang digunakan dalam Green Accounting pada penelitian ini dengan menggunakan indeks dari standar GRI pada dimensi lingkungan GRI 300 dengan analisis content. Berikut untuk mengidentifikasi apakah perusahaan yang bersangkutan telah menerapkan Green Accounting atau tidak (Tuwaijri et al, 2004). \square Skor 0: Perusahaan tidak memiliki informasi atau laporan sama sekali terkait indikator GRI yang dimaksud. \square Skor 1: Perusahaan memiliki laporan yang sangat terbatas dan hanya sedikit memenuhi kriteria. \square Skor 2: Perusahaan memberikan laporan yang memadai, memenuhi sebagian besar indikator GRI, tetapi mungkin masih ada ruang untuk peningkatan atau pelaporan tidak sepenuhnya komprehensif. \square Skor 3: Perusahaan melaporkan secara lengkap dan rinci, memenuhi semua indikator GRI yang relevan, serta 35 menunjukkan praktik lingkungan terbaik dan adanya inisiatif tambahan untuk keberlanjutan. Berikut ini adalah rumus dari perhitungan GA (Gola et al 2022): $GA = \text{item yang diungkapkan} \times \text{skor ideal}$

3.5.1.3. Environmental Performance (X3) Kinerja lingkungan merujuk pada kinerja perusahaan dalam mempertahankan dan menciptakan lingkungan yang sehat, sekaligus menunjukkan efisiensi dalam pengelolaan biaya terkait aspek lingkungan. **51** Pencapaian kinerja ini secara tidak langsung mampu meningkatkan citra positif perusahaan di mata stakeholder dan calon investor. Dalam studi ini, kinerja lingkungan diukur menggunakan indikator PROPER yang dikeluarkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, berupa penilaian peringkat lima warna (Ethika et al., 2019).

Tabel 3.4. Indikator Peringkat PROPER Sumber: www.menlhk.go.id 36

3.5.2. Variabel Dependen 3.5.2.1. Nilai Perusahaan (Y) Menurut Indriantoro (2021), variabel dependen merupakan variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini, nilai perusahaan dijadikan sebagai variabel dependen yang dianalisis. Kekayaan bersih perusahaan sering kali disebut nilai pasar karena dapat memberikan tingkat keamanan yang optimal bagi para investor. Untuk mengukur nilai perusahaan, penelitian ini

menggunakan pendekatan Tobin's Q. Rumus dari Tobin's Q yaitu (Weston & Copeland, 2001): Keterangan: Tobin's Q: Ukuran nilai perusahaan MVE: Nilai pasar dari seluruh saham yang beredar Debt : Jumlah hutang TA: Total aset perusahaan

3.5.3. Operasional Variabel Sumber : Data Olahan Penulis (2025)

3.6. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Analisis Regresi Linear Berganda untuk menilai pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), penerapan Green Accounting, dan Kinerja Lingkungan terhadap nilai perusahaan. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari perusahaan di sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019 hingga 2023.

3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif

adalah teknik analisis data yang berfungsi untuk menggambarkan atau meringkas data yang telah terkumpul. Analisis ini berperan dalam mengumpulkan informasi yang kemudian digunakan dalam berbagai jenis analisis. Metode ini berfungsi sebagai alat bantu yang meningkatkan efisiensi pemanfaatan data serta memudahkan pemahaman dalam menggambarkan data yang telah dikumpulkan. Analisis ini berperan dalam mengumpulkan informasi yang kemudian digunakan dalam berbagai jenis analisis. Metode ini berfungsi sebagai alat bantu yang meningkatkan efisiensi pemanfaatan data serta memudahkan pemahaman dalam menggambarkan data yang telah dikumpulkan. Penelitian ini menyajikan hasil pengukuran berupa nilai rata-rata (mean), standar deviasi (standard deviation), serta nilai maksimum dan minimum (Ghozali, 2018).

3.6.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah prasyarat dalam analisis regresi. Tujuannya adalah untuk memverifikasi apakah data yang digunakan memenuhi asumsi-asumsi dasar agar model regresi yang dihasilkan dapat memberikan estimasi yang tidak bias dan efisien. Uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, autokorelasi, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas wajib dilakukan sebelum melakukan analisis regresi.

3.6.2.1. Uji Normalitas

Uji ini memiliki tujuan untuk menentukan apakah data memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini juga digunakan untuk mengecek apakah residu model regresi berdistribusi normal.

menguji normalitas data adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov- Smirnov Monte Carlo pada SPSS versi 26. Data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data tersebut tidak berdistribusi normal, peneliti dapat memilih metode analisis yang tepat dan memastikan validitas hasil penelitian. 3.6.2.2. 3 10 12

31 34 41 49 Uji Multikolinearitas adalah metode yang digunakan dalam model regresi untuk mendeteksi adanya korelasi antara variabel independen. 60 Uji ini merupakan alat statistik yang mengukur hubungan antar variabel bebas dalam penelitian.

Nilai batas (cutoff) yang umum digunakan adalah: 1. Apabila nilai toleransi lebih dari 10% dan nilai VIF kurang dari 10%, maka model regresi tidak mengalami multikolinearitas antar variabel independen. nilai toleransi lebih dari 10% dan nilai VIF kurang dari 10%, maka model 39 regresi tidak mengalami multikolinearitas antar variabel independen. 24 2.

Sebaliknya, jika nilai toleransi kurang dari 10% dan nilai VIF melebihi 10, maka model regresi mengalami multikolinearitas antar variabel independen.

3.6.2.3. Uji Autokorelasi Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antar residual, yaitu apakah ada hubungan antar kesalahan pada periode t dengan kesalahan pada periode sebelumnya (t-1) 26 Jika korelasi ini terjadi, maka muncul masalah autokorelasi. 21

26 27 30 31 50 Autokorelasi sering muncul karena observasi yang dilakukan secara berurutan pada suatu periode berkorelasi satu sama lain 26 Untuk mendeteksi adanya autokorelasi, penelitian ini menggunakan metode Durbin- Watson (DW). Kriteria untuk menentukan tidak adanya autokorelasi adalah jika nilai $D_u < DW < 4 - D_u$. 3.6.2.4. 4 6 10

20 23 24 27 29 48 Uji Heteroskedastisitas Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mendeteksi apakah terdapat perbedaan varians residual antar periode pengamatan.

Model penelitian yang ideal diharapkan bebas dari masalah ini. Salah satu metode deteksi adalah dengan memeriksa scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) pada sumbu Y dan residual terstandarisasi (SRESID) pada sumbu X. Jika tidak ada pola 40 atau tren tertentu pada scatterplot tersebut, maka diasumsikan tidak ada heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

3.6.3. Pengujian Hipotesis Untuk menguji validitas hipotesis yang diajukan,

penelitian ini menerapkan tiga metode analisis, yaitu Uji Koefisien Determinasi (R^2), Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t), dan Uji Signifikansi Simultan (Uji F).

3.6.3.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai koefisien determinasi yang berkisar antara nol hingga satu. Jika nilai koefisien determinasi sama dengan 0, berarti tidak ada hubungan antar variabel independen dan dependen. Selain itu, jika nilai $\text{adjusted } R^2$ bernilai negatif, maka nilai tersebut dianggap sama dengan 0.

3.6.3.2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengukur besarnya pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini bertujuan untuk menguji signifikansi koefisien regresi secara per variabel secara individual. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam pengujian ini adalah 0,05 ($\alpha = 5\%$). Prosedur pengujian terhadap variabel independen dalam penelitian ini meliputi langkah-langkah berikut:

1. Jika signifikansi- t masing-masing variabel $< 0,05$, maka variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika signifikansi- t masing-masing variabel $> 0,05$, maka variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

3.6.3.3. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengukur apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dalam model regresi. Uji ini bertujuan untuk menentukan kelayakan model regresi secara keseluruhan. Tingkat signifikansi yang umum dipakai adalah 0,05 ($\alpha = 5\%$). Prosedur pengujian dalam penelitian ini meliputi langkah-langkah sebagai berikut:

1. Jika nilai Significance F kurang dari 0,05, maka data penelitian dianggap layak digunakan.
2. Jika nilai Significance F lebih dari 0,05, maka data penelitian dianggap tidak layak digunakan.

3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan data panel untuk menguji hubungan antar beberapa variabel independen dengan satu variabel dependen. Penggunaan data panel, yang menggabungkan karakteristik data cross-sectional dan time-series,

memungkinkan penelitian ini untuk mengidentifikasi pengaruh jangka panjang dan jangka pendek dari variabel independen terhadap variabel dependen. Metode ini menghasilkan data yang lebih beragam dan banyak, sehingga membuat analisis menjadi lebih akurat dan efisien. Model ini menyatakan bahwa semakin tinggi jumlah skor, semakin tinggi tingkat efisiensi, dan menyatakan bahwa kesadaran lingkungan dan CSR memiliki dampak yang signifikan terhadap pendapatan organisasi.

42 ▶ Persamaan ini menggambarkan model regresi linier berganda yang digunakan untuk memprediksi nilai dari suatu variabel berdasarkan nilai dari beberapa variabel lainnya. Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut: $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$ Keterangan: Y = Nilai Perusahaan
X1 = Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) X2 = Green Accounting
X3 = Kinerja Lingkungan (Environmental Performance) α = Konstanta atau intercept β = Koefisien regresi atau slope yang menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independen e = Error atau residual, yaitu variabel pengganggu dalam model

43 BAB IV HASIL DAN ANALISIS

PENELITIAN 4.1. Deskriptif Data Penelitian Penelitian bertujuan untuk menganalisis dampak dari variabel independen terhadap variabel dependen selama periode 2019-2023. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan keberlanjutan, laporan tahunan, jurnal ilmiah, dan situs web yang dapat dipercaya, kemudian diolah dan dianalisis. Untuk memilih sampel, digunakan metode purposive sampling dengan kriteria perusahaan harus terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), memiliki laporan keberlanjutan dan laporan tahunan yang lengkap, serta mengikuti program PROPER selama periode penelitian. Hasil dari proses pengambilan sampel dapat dilihat pada Tabel 4.1. Tabel 4.1. Kriteria Sampel
Sumber : BEI, Data sekunder diolah, 2025

4.2. Analisis Statistik

Deskriptif Data penelitian yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan statistik deskriptif. Hasil analisis ini memberikan ringkasan data yang meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), serta standar deviasi. Proses analisis dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 26. Tabel 4.2. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

44 Sumber : Data sekunder diolah SPSS, 2025

Tabel 4.2 menampilkan hasil olahan data menggunakan SPSS

versi 26, yang menyajikan analisis deskriptif untuk variabel Corporate Social Responsibility (X1), Green Accounting (X2), Environmental Performance (X3), dan Nilai Perusahaan (Y). Interpretasi dari tabel analisis statistik deskriptif ini adalah sebagai berikut: 1. Corporate Social Responsibility (X1) menunjukkan nilai minimum -1.25 dan maksimum -0.03, mengindikasikan adanya variasi kinerja CSR antar perusahaan atau antar tahun. Nilai minimum dari variabel ini sebesar -1.25 dicatat oleh PT Elnusa Tbk (ELSA) pada tahun 2019, mencerminkan tingkat pengungkapan CSR terendah yang mungkin disebabkan oleh aktivitas minim atau kurangnya transparansi. Sebaliknya, PT Indo Tambangraya Megah Tbk (ITMG) pada tahun 2023 mencapai nilai maksimum sebesar -0.03, yang meskipun masih negatif, merupakan skor terbaik dan menunjukkan kinerja CSR yang relatif lebih baik atau mendekati ekspektasi ideal. Rata-rata (mean) CSR adalah -0.3912, menunjukkan kecenderungan bahwa sebagian besar perusahaan dalam sampel memiliki pengungkapan CSR di bawah standar optimal. Dengan standar deviasi 0.25549, data CSR menunjukkan penyebaran yang moderat, menandakan bahwa sebagian besar nilai CSR perusahaan tidak terlalu jauh dari rata-rata, meskipun tetap ada perbedaan signifikan antar perusahaan seperti yang ditunjukkan oleh nilai minimum dan maksimum. 2. Green Accounting (X2) menunjukkan nilai minimum sebesar -1.68 tercatat pada PT Indika Energy Tbk (INDY) tahun 2019, mengindikasikan praktik Green Accounting yang paling lemah, 45 karena kurangnya pelaporan atau integrasi isu lingkungan. Sebaliknya, nilai maksimum sebesar -0.08 dicapai oleh PT AKR Corporindo Tbk (AKRA) pada tahun 2021, menunjukkan penerapan GA yang relatif lebih baik, sejalan dengan tren peningkatan fokus ESG. Dengan rata-rata (mean) -0.6340, terlihat bahwa mayoritas perusahaan dalam sampel masih memiliki tingkat penerapan Green Accounting yang rendah atau belum optimal dalam mengintegrasikan praktik lingkungan ke dalam pelaporan akuntansi mereka. Standar deviasi sebesar 0,39458 yang tergolong cukup besar mengindikasikan adanya variasi yang signifikan antara perusahaan dalam

penerapan Green Accounting (GA). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun banyak perusahaan masih berada di tahap awal, ada juga beberapa yang sudah mulai menunjukkan perkembangan dalam praktik akuntansi berkelanjutan.

3. Environmental Performance (X3) menunjukkan Nilai minimum sebesar -0.51 secara konsisten, hal ini ditemukan pada tiga perusahaan, yaitu PT Baramulti Suksessarana Tbk (BSSR), PT Golden Energy Mines Tbk (GEMS), dan PT Indika Energy Tbk (INDY) selama lima tahun berturut-turut, mengindikasikan kinerja lingkungan atau profitabilitas yang sangat rendah dan statis. Kondisi ini disebabkan oleh perusahaan tidak memiliki informasi atau laporan sama sekali terkait indikator GRI yang dimaksud serta kurangnya perbaikan kebijakan dalam menghadapi isu keberlanjutan. Di sisi lain, nilai maksimum sebesar 1.16 juga dicapai secara konsisten selama lima tahun oleh enam perusahaan yaitu PT ABM Investama Tbk (ABMM), PT AKR Corporindo Tbk (AKRA), PT Astrindo Nusantara Infrastruktur Tbk (BIPI), PT Buana Lintas Lautan Tbk (BULL), PT Elnusa Tbk (ELSA), dan PT Mitrahaftera Segara Sejati Tbk (MBSS), hal ini menandakan keunggulan dan stabilitas kinerja 46 lingkungan mereka. Ini menunjukkan perusahaan melaporkan secara lengkap dan rinci, memenuhi semua indikator GRI yang relevan, serta menunjukkan praktik lingkungan terbaik dan adanya inisiatif tambahan untuk keberlanjutan serta manajemen yang efektif, strategi berkelanjutan, dan kemampuan adaptasi yang baik, menjadikan mereka contoh keberhasilan dalam menjaga posisi kinerja. Rata-rata EP yang positif sebesar 0.2422 mengindikasikan bahwa secara umum, mayoritas perusahaan dalam menunjukkan kinerja lingkungan yang baik, meskipun ada beberapa perusahaan yang memiliki performansi yang sangat rendah. Standar deviasi sebesar 0.72255 ini cukup tinggi, artinya nilai kinerja lingkungan antar perusahaan sangat beragam. Ada perusahaan yang kinerjanya luar biasa bagus dan stabil, namun ada juga yang sangat buruk dan tidak ada perbaikan. Ini menunjukkan adanya jurang pemisah yang lebar dalam hal efisiensi atau keberhasilan performa lingkungan di antara perusahaan-perusahaan yang diteliti.

4. Nilai Perusahaan (Y) menunjukkan rentang yang cukup lebar, dengan nilai minimum sebesar

-0.56 yang tercatat pada PT Indo Tambangraya Megah Tbk (ITMG) ditahun 2020. Nilai negatif ini mencerminkan penurunan yang signifikan dalam nilai perusahaan menurut pandangan pasar, yang dipengaruhi oleh kinerja keuangan yang buruk, masalah lingkungan, fluktuasi harga komoditas, serta dampak pandemi COVID-19, yang menunjukkan adanya pesimisme dari para investor pada periode tersebut. Sebaliknya, nilai maksimum sebesar 0,78 berhasil dicapai oleh PT Dian Swastatika Sentosa Tbk (DSSA) pada tahun 2019 dan PT Wintermar Offshore Marine Tbk (WINS) pada tahun 2023. Nilai positif ini menunjukkan persepsi pasar yang sangat baik, menandakan keberhasilan kedua perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham melalui kinerja keuangan yang kuat, ekspansi bisnis, dan pemulihan pasca-pandemi, yang memicu optimisme investor terhadap strategi dan prospek jangka panjang mereka. Dengan rata-rata 0.0058 yang sangat dekat dengan nol, secara keseluruhan, nilai pasar perusahaan dalam sampel cenderung setara dengan nilai bukunya, mengindikasikan penilaian pasar yang moderat tanpa ekstrem overvalued atau undervalued. Namun, standar deviasi 0.25531 menunjukkan penyebaran nilai yang signifikan, menegaskan adanya perbedaan besar dalam persepsi pasar terhadap nilai antar perusahaan, di mana ada yang dinilai sangat rendah dan ada pula yang cukup tinggi, mencerminkan variasi kemampuan dalam penciptaan nilai 4.3.

47 65 Uji Asumsi Klasik 4.3

1. Uji Normalitas Uji Normalitas bertujuan untuk memeriksa apakah nilai residual dalam model regresi terdistribusi secara normal. Pengujian ini penting untuk memastikan data yang diteliti layak untuk analisis lebih lanjut. 17 Dalam penelitian ini, normalitas diuji dengan dua cara, yaitu secara statistik menggunakan One Sample Kolmogorov-Smirnov Test dan secara visual melalui grafik histogram dan grafik Normal P-P Plot. Hasil pengujian ini dapat dilihat pada Gambar 4.1. Gambar 4.1. Grafik Histogram Sumber : Data sekunder diolah SPSS, 2025 Berdasarkan Gambar 4.1 menunjukkan bahwa sebaran residual yang sudah distandarisasi dari model regresi dengan variabel dependen Nilai Perusahaan. Bentuk histogramnya yang menyerupai 48 kurva lonceng (bell-shaped curve) dan kemiripannya dengan garis kurva normal

yang menyertainya mengindikasikan bahwa residual menyebar secara simetris dan berdistribusi normal. Selain itu, hasil uji normalitas juga dapat diamati melalui grafik Normal P-P Plot, yang ditampilkan pada Gambar 4.2. Gambar 4.2. Grafik P-Plot Sumber : Data sekunder diolah SPSS, 2025 Berdasarkan Gambar 4.2, terlihat bahwa residual dari model regresi terdistribusi secara normal, tanpa adanya penyimpangan ekstrem atau pola yang sistematis yang menjauhi garis ideal menunjukkan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi. Oleh karena itu, model regresi ini tidak dapat ditafsirkan, dan hasil analisis statistiknya dapat diandalkan sebagai dasar pengambilan keputusan. Untuk lebih meyakinkan hasil uji normalitas, penelitian ini juga didukung oleh Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov. Hasil pengujian tersebut dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut. Tabel 4.3. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Sumber : Data sekunder diolah SPSS, 2025 Untuk menginterpretasikan hasil uji ini, nilai signifikansi (p-value) dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang umum digunakan, yaitu 0,05. Berdasarkan tabel 4.3, nilai Asymp. Sig. tercatat sebesar 0,025. Namun, nilai Monte Carlo Sig yang dianggap lebih dapat diandalkan adalah 0,301. Monte Carlo Significance adalah pendekatan yang lebih akurat untuk menghitung p-value dalam Uji Kolmogorov-Smirnov, terutama untuk ukuran sampel kecil. Metode ini mensimulasikan pengambilan sampel ribuan kali (dalam kasus ini 10.000 kali) dari distribusi yang diasumsikan (normal) untuk menghasilkan p-value yang lebih tepat dan mengatasi keterbatasan asumsi dalam perhitungan asymptotic significance. Analisis ini berperan dalam mengumpulkan informasi yang kemudian digunakan dalam berbagai jenis analisis. Metode ini berfungsi sebagai alat bantu yang meningkatkan efisiensi pemanfaatan data serta memudahkan pemahaman dalam menggambarkan data yang telah dikumpulkan. Melihat nilai Monte Carlo Sig. sebesar 0,301, yang mana lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi secara normal. Hal ini memperkuat kesimpulan dari analisis grafik histogram dan P-P Plot bahwa asumsi normalitas residual telah terpenuhi dalam model regresi ini.

4.3.2. Uji Multikolinearitas Suatu model dianggap lolos

ujimultikolinearitas (tidakterdapat gejalamultikolinearitas) jika nilai tolerance >0.1 atau nilai VIF <10 . Tabel 4. 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Sumber : Data sekunder diolah SPSS, 2025 Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa hasil uji multikolinearitas dijelaskan sebagaiberikut: a. Variabel Corporate Social Responsibility (CSR) menunjukkan nilai tolerance sebesar 0,335 dengan nilai VIF sebesar 2,989. b. Variabel Green Accounting (GA) menunjukkan nilai tolerance sebesar 0,328 dengan nilai VIF sebesar 3,051. c. Variabel Environmental Performance (EP) menunjukkan nilai tolerance sebesar 0,964 dengan nilai VIF sebesar 1,037. 50 Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengalami masalah multikolinearitas karena semua nilai tolerance dan VIF memenuhi batas yang telah ditentukan (tolerance $>0,1$ dan VIF <10). Oleh karena itu, seluruh variabel tersebut dapat dipertahankan dalam model regresi. 10 Dengan terpenuhinya asumsi ini, estimasi koefisien regresi pada model dianggap valid dan layak untuk diinterpretasikan secara statistik.

4.3.3. Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan Uji Durbin- Watson (DW) dengan kriteria sebagai berikut: Jika nilai DW kurang dari -2, menunjukkan adanya autokorelasi positif. Jika nilai DW berada di antara -2 dan +2, berarti tidak terdapat autokorelasi. Jika nilai DW lebih dari +2, mengindikasikan adanya autokorelasi negatif. Berikut tabel 4.5 yang menyajikan hasil uji Durbin Watson. Tabel 4.5. Hasil Uji Autokorelasi

Sumber : Data sekunder diolah SPSS, 2025 Berdasarkan Tabel 4.5 Hasil Uji Autokorelasi, nilai Durbin- Watson sebesar 0.974 berada dalam rentang -2 hingga +2. Dengan demikian, dapat disimpulkan dengan jelas bahwa model persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari masalah autokorelasi. Dengan terpenuhinya asumsi ini, validitas hasil estimasi koefisien regresi serta pengujian hipotesis selanjutnya dapat dipertahankan. 51

4.3.4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk mendeteksi apakah terdapat ketidaksamaan varians residual antar pengamatan dalam model regresi. Meskipun berbagai metode seperti uji plot grafik, uji Park, uji Glejser, dan uji White dapat digunakan, penelitian ini memilih uji scatterplot. Jika scatterplot tidak

menunjukkan polayang jelasserta titik-titikdata tersebarsecara acakdiatas dandibawah angka0 padasumbuY, makadapat disimpulkantidak terjadimasalah heteroskedastissitas. Gambar4 **12** **18** 3.PlotHasilUjiHeteroskedastisitas Sumber : Data sekunder diolah SPSS, 2025 Berdasarkan Gambar 4.3 di atas, dengan mengetahui bahwa scatterplot tidak menunjukkan pola yang jelas, serta titik-titik yang ada tersebar secara acak di sekitar angka nol pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas atau lolos dari gejala heteroskedastisitas 4.4.

Analisis Linear berganda Hasil regresi variabel CSR, green accounting , dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan disajikan pada Tabel 4.6. Tabel4.6.HasilAnalisisRegresiLinearberganda Sumber : Data sekunder diolah SPSS, 2025 52 Persamaan ini menggambarkan modelregresi linearberganda ang digunakan untuk memperkirakan nilai suatu ariabel berdasarkan beberapa variabel lainnya, yang dirumuskan sebagai berikut:
$$Y = -0.035 - 0.197(\text{CSR}) - 0.010(\text{GA}) - 0.178(\text{EP}) + e$$
Berdasarkan hasil analisis regresi yang tercantum pada tabel4.5, penjelasan mengenai koefisien untuk setiap variabel adalah sebagai berikut: a. Nilai konstanta yang didapat ialah -0.035 (bernilai negatif) menandakan bahwa pengaruh antar variabel independen pada dependen tidak sejalan. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel CSR, GA, dan EP ada atau bernilai 0, maka dilihat bahwa nilai perusahaan hanya sebesar -0.035. b. Nilai Koefisien dari variabel CSR yang didapat ialah -0.197 (bernilai negatif) menandakan bahwa pengaruh variabel CSR terhadap nilai perusahaan tidak berjalan sejalan. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel CSR mengalami peningkatan 1 poin maka variabel nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 0.197. c. Nilai Koefisien dari variabel GA yang didapat ialah -0.010 (bernilai negatif) menandakan bahwa pengaruh variabel GA terhadap nilai perusahaan tidak berjalan sejalan. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel GA mengalami peningkatan 1 poin maka variabel nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 0.010. d. Nilai Koefisien dari variabel EP yang didapat ialah -0.178 (bernilai negatif) menandakan bahwa pengaruh variabel EP terhadap nilai perusahaan tidak berjalan

sejalan. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel EP mengalami peningkatan 153 poin maka variabel nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 0.178. 4.5. Uji Hipotesis 4.5.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2) Koefisien determinasi digunakan untuk menilai seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Nilai Adjusted R^2 yang mendekati angka 1 menunjukkan bahwa variabel independen hampir sepenuhnya mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen, sedangkan nilai yang lebih rendah mengindikasikan kemampuan penjelasan yang lebih terbatas.

Tabel 4.7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Sumber : Data sekunder diolah SPSS, 2025 Berdasarkan Tabel 4.7, nilai Adjusted R Square yang diperoleh adalah 0.257 atau 25.7%. Angka ini mengindikasikan bahwa variabel independen yaitu Corporate Social Responsibility, Green Accounting, dan Environmental Performance mampu menjelaskan 25,7% variasi pada variabel dependen, yaitu nilai perusahaan. Sementara itu, sebesar 74,3% variasi nilai perusahaan dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel yang termasuk dalam model penelitian ini. 4.5.2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t) Dalam Uji t, keputusan menerima atau menolak hipotesis didasarkan pada nilai signifikansi (p-value). Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ ($p < 0,05$), maka hipotesis diterima, yang berarti variabel yang diuji memiliki pengaruh signifikan. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$), maka hipotesis ditolak, yang berarti variabel tersebut tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Tabel 4.8. Hasil Uji t Sumber : Data sekunder diolah SPSS, 2025 Berdasarkan tabel 4.8, Hasil Uji t dapat disimpulkan sebagai berikut: 1. Variabel Corporate Social Responsibility (CSR) memberikan nilai t-statistik sebesar -1,245 dengan nilai Sig. 0.216. Karena $0,216 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga H_1 ditolak. 2. Variabel Green Accounting (GA) memberikan nilai statistik t sebesar -0,101 dengan nilai Sig. 0.920. Karena $0,920 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa green accounting tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga H_2 ditolak.

3. Variabel Environmental Performance (EP) memberikan nilai t- statistik sebesar -5,406 dengan nilai Sig. sebesar 0,000. Karena nilai $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa kinerja lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga H3 diterima.

5.5.4.5.3. Uji Signifikansi Simultan (Uji F) Uji F digunakan untuk menilai apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi. Uji ini penting dilakukan untuk mengetahui validitas model regresi secara keseluruhan.

Tabel 4.9. Hasil Uji F Sumber : Data sekunder diolah SPSS, 2025 Berdasarkan hasil Uji F yang disajikan dalam tabel 4.9 dapat dilihat bahwa nilai F sebesar 11,259 dengan tingkat signifikansi 0,000 (lebih kecil dari 0,05).

37 Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Corporate Social Responsibility (CSR), Green Accounting (GA), dan Environmental Performance (EP) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

4.6. Pembahasan Hasil Penelitian 4.6 36 1. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (H1) Berdasarkan hasil Uji t, variabel Corporate Social Responsibility menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,216, yang lebih besar dari batas signifikansi 0,05.

Hal ini mengindikasikan bahwa CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis H1 ditolak.

47 Dalam penelitian ini, variabel Corporate Social Responsibility diukur menggunakan standar GRI, yang terdiri dari 91 indikator.

56 . Hasil ini selaras dengan

beberapa penelitian terdahulu yaitu (Kumala & Priantilianingtiar, 2023) dan (Irmalasari et al., 2022) Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa walaupun CSR memiliki nilai sosial dan etika yang penting, pengaruhnya terhadap nilai pasar perusahaan tidak selalu bersifat langsung atau signifikan, baik dalam jangka pendek maupun dalam konteks industri tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa investor tidak menganggap CSR sebagai faktor pendorong peningkatan nilai saham. Dengan kata lain, bagi investor, aktivitas CSR

belum menjamin keuntungan yang diharapkan dari investasi mereka. Temuan ini tidak selaras dengan teori legitimasi seperti yang diungkapkan oleh Ghozali & Chariri, (2007) dan Hadi (2011), yang menegaskan bahwa perusahaan secara konsisten dan transparan mengimplementasikan CSR akan memperoleh legitimasi sosial yang lebih tinggi dari masyarakat dan pemangku kepentingan. Legitimasi tersebut semestinya mendorong peningkatan kepercayaan publik dan persepsi positif dari investor, yang pada gilirannya secara logis diharapkan akan memperkuat nilai perusahaan. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian, di mana upaya perusahaan membangun legitimasi melalui program CSR belum sepenuhnya berhasil dikonversi menjadi peningkatan nilai perusahaan dalam konteks penelitian ini.

5.7 4.6.2. Pengaruh Penerapan Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan (H2) Berdasarkan Hasil Uji yang Diperoleh,

variabel Green Accounting (GA) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.920, yang mana lebih besar dari nilai signifikansi 0.05. Hasil ini mengindikasikan bahwa GA tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga H2 ditolak. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Gunawan & Mulyani (2023) dan Kumala & Priantilianingtiar (2023), yang menunjukkan bahwa penerapan green accounting tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa, meskipun praktik green accounting memiliki peran penting dalam mendukung keberlanjutan dan memenuhi kepatuhan regulasi lingkungan, pasar atau investor belum sepenuhnya menilai atau merasakan dampak langsungnya terhadap nilai perusahaan. Dari sudut pandang teori stakeholder, perusahaan diharapkan merespons kepentingan berbagai pihak seperti masyarakat, pemerintah, dan investor.

6 Teori ini menyatakan bahwa perusahaan yang aktif dalam isu lingkungan dan sosial, akan memperoleh kepercayaan dan dukungan stakeholder.

Meskipun demikian dalam penelitian tidak adanya pengaruh signifikan dari green accounting terhadap nilai perusahaan, maka para pemangku kepentingan belum menunjukkan respons positif yang konkret dan informasi green accounting yang disajikan belum mencapai tingkat transparansi yang

memadai untuk mempengaruhi keputusan ekonomi terkait nilai perusahaan. 58 Penelitian ini menghasilkan temuan yang berbeda dengan pandangan Zulhaimi (2015) yang menyatakan bahwa greenaccounting merupakan penerapan akuntansi yang secara khusus mencatat dan melaporkan biaya-biaya terkait pelestarian lingkungan, yang biasanya dikategorikan sebagai biaya lingkungan yang ditanggung perusahaan, serta mendorong konsumen untuk lebih memilih produk dari perusahaan yang menerapkannya. Kecenderungan ini, akan membawa dampak positif pada perkembangan industri, salah satunya melalui peningkatan nilai pasar. Namun, temuan dalam studi ini tidak sejalan dengan proposisi tersebut.

4.6.3. Pengaruh Environmental Performance Terhadap Nilai Perusahaan (H3)

Berdasarkan Hasil Uji t yang diperoleh, variabel Environmental Performance (EP) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.000, yang mana kurang dari nilai signifikansi 0.05. Maka hasil ini mengindikasikan bahwa EP memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga H3 diterima. Peningkatan kinerja lingkungan perusahaan akan turut meningkatkan nilai perusahaan yang dilaporkan, sekaligus menunjukkan proaktivitas perusahaan dalam mendukung dan mematuhi inisiatif lingkungan. Oleh karena itu, partisipasi dan kepatuhan terhadap program PROPER dapat berkontribusi pada peningkatan reputasi perusahaan. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa Environmental Performance memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, seperti yang dijelaskan 59 oleh Kusuma dan Dewi (2019), yang menemukan bahwa perusahaan yang memiliki skor kinerja lingkungan tinggi cenderung mendapat respons lebih baik dari investor karena dinilai lebih bertanggung jawab secara sosial dan berpotensi menghindari risiko hukum dan reputasi. Penelitian lain oleh Junaidi dan Wahyudi (2022) juga menunjukkan bahwa perusahaan dengan kinerja lingkungan baik lebih menarik di mata pemegang saham karena menunjukkan komitmen jangka panjang terhadap keberlanjutan. Temuan ini selaras dengan teori legitimasi yang dinyatakan oleh Mousad dan Hassan (2015) menjelaskan bahwa teori legitimasi memberikan alasan kuat bagi perusahaan untuk melaporkan kinerja mereka secara terbuka, karena perusahaan

membutuhkan persetujuan dan kepercayaan dari masyarakat serta pemangku kepentingan lainnya agar dapat beroperasi secara sukses. Dengan Environmental Performance yang baik, perusahaan menunjukkan komitmennya terhadap tanggung jawab lingkungan, yang membantu mereka memperoleh dukungan dari masyarakat dan membangun citra perusahaan yang sesuai dengan nilai-nilai sosial yang dianut masyarakat. Secara teori, peningkatan legitimasi ini akan berdampak positif pada nilai perusahaan. . 4.6.4.

Pengaruh Corporate Social Responsibility, Penerapan Green Accounting, dan Environmental Performance Terhadap Nilai Perusahaan (H4) Berdasarkan Hasil Uji yang diperoleh, variabel Corporate Social Responsibility (CSR), Green Accounting (GA), dan Environmental Performance (EP) nilai signifikansi sebesar 0.000, yang mana kurang dari nilai signifikansi 0.05. Maka hasil ini mengindikasikan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR), Green Accounting (GA), dan Environmental Performance (EP) secara simultan atau bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga H4 diterima. Dari perspektif teori legitimasi, perusahaan diyakini harus senantiasa menyesuaikan aktivitas operasionalnya agar selaras dengan norma, nilai, serta ekspektasi yang berlaku di masyarakat. Penyesuaian ini sangat penting untuk mempertahankan izin sosial atau penerimaan dari publik agar perusahaan dapat terus beroperasi dalam jangka panjang. Melalui aktivitas seperti pelaporan, perusahaan berupaya keras untuk membangun dan memelihara citra positif yang sesuai dengan nilai-nilai publik dan norma sosial yang dominan diharapkan sesuai dengan nilai-nilai publik dan sosial yang dominan. Kepatuhan terhadap ekspektasi ini akan memperkuat penerimaan perusahaan di mata masyarakat, yang secara progresif dapat meningkatkan kepercayaan investor dan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Di sisi lain, dari perspektif teori stakeholder, lingkup tanggung jawab perusahaan melampaui sekadar memenuhi kepentingan para pemegang saham. Perusahaan juga memiliki kewajiban moral dan strategis untuk mengakomodasi harapan dan kebutuhan seluruh pemangku kepentingan yang relevan, termasuk

masyarakat luas, pemerintah, karyawan, pemasok, pelanggan, dan lingkungan itu sendiri. Oleh karena itu, tindakan proaktif perusahaan dalam ini merupakan manifestasi dari upaya untuk memenuhi ekspektasi beragam stakeholder ini. Keterlibatan aktif dan dukungan yang diperoleh dari stakeholder inilah yang, secara akumulatif, akan memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan di pasar. 61 BAB V PENUTUP 5.1.

Kesimpulan Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara CSR, GA, dan EP dengan nilai perusahaan. Sampel yang digunakan terdiri dari 90 perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2023.

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan sebagai berikut: 1. Hasil Uji t pada hipotesis pertama menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,216 ($>0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa dalam konteks penelitian ini, praktik 62 dan pelaporan CSR belum memberikan dampak material terhadap persepsi pasar atau nilai perusahaan. 2. Hasil Uji t pada hipotesis kedua menunjukkan bahwa Green Accounting (GA) juga tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,920 ($> 0,05$). Ini berarti bahwa meskipun green accounting penting untuk keberlanjutan dan kepatuhan lingkungan, penerapannya belum sepenuhnya dihargai oleh pasar atau belum berdampak langsung pada persepsi investor mengenai nilai perusahaan. 3. Hasil Uji t pada hipotesis ketiga menunjukkan bahwa Environmental Performance (EP) memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$). Namun, pengaruh tersebut bersifat negatif. Meskipun demikian, signifikansi ini menunjukkan bahwa pasar merespons kinerja lingkungan perusahaan. 4. Hasil Uji t pada hipotesis keempat menunjukkan bahwa secara simultan, Corporate Social Responsibility (CSR), Green Accounting (GA), dan Environmental Performance (EP) bersama-sama memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$). Hal ini menandakan bahwa meskipun tidak semua variabel berpengaruh signifikan secara parsial, ketiga variabel tersebut secara

kolektif mampu menjelaskan variasi nilai perusahaan. 5.2. Keterbatasan Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain: 1. Hasil Uji Adjusted R-Square menunjukkan bahwa masih terdapat sekitar 74.3% variasi pada nilai perusahaan yang belum mampu dijelaskan oleh model. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor di luar model penelitian yang juga berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, namun belum termasuk dalam cakupan penelitian ini. 2. Metode pengukuran variabel, khususnya CSR dan Green Accounting yang didasarkan pada pengungkapan laporan keberlanjutan atau tahunan yang tidak sepenuhnya mencerminkan praktik sebenarnya atau dampak nyata perusahaan. Karena publikasi laporan tersebut kurang lengkap dan cenderung berfokus pada informasi atau laporan yang telah dirangkum. 3. Penggunaan data dalam periode waktu yang relatif singkat, yaitu lima tahun. Pengaruh praktik keberlanjutan seperti Corporate Social Responsibility (CSR), Green Accounting, dan investasi dalam Environmental Performance seringkali tidak langsung terlihat, melainkan membutuhkan durasi yang lebih panjang untuk menunjukkan dampak signifikan pada kinerja finansial dan persepsi nilai pasar perusahaan. 5.3. Saran 1. Perusahaan: 64 ✕ Meskipun CSR dan Green Accounting belum menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial, perusahaan diharapkan untuk terus meningkatkan kualitas dan kuantitas pengungkapan serta implementasi kedua praktik ini. ✕ Khususnya untuk Environmental Performance, perusahaan perlu menganalisis lebih lanjut mengapa pengaruhnya signifikan namun negatif. Mungkin ada kebutuhan untuk lebih menyoroti efisiensi biaya dari investasi lingkungan, atau mengkomunikasikan manfaat jangka panjang yang belum terlihat di pasar. Pengelolaan biaya dan komunikasi yang transparan menjadi kunci. ✕ Perusahaan di sektor energi disarankan untuk lebih proaktif dalam memahami bagaimana stakeholder, khususnya investor, menginterpretasikan informasi non-keuangan, terutama terkait keberlanjutan. 2. Investor dan Pemangku Kepentingan Lainnya: ✕ Investor diharapkan untuk tidak hanya berfokus pada kinerja keuangan tradisional,

tetapi juga harus mempertimbangkan secara lebih mendalam informasi terkait CSR, Green Accounting, dan Environmental Performance. Meskipun dalam penelitian ini CSR dan GA belum signifikan secara parsial, namun secara simultan ketiganya berpengaruh. Pemahaman yang lebih komprehensif terhadap praktik keberlanjutan perusahaan dapat memberikan gambaran risiko dan peluang investasi jangka panjang yang lebih akurat. ❑ Pemangku kepentingan lainnya disarankan untuk terus memberikan tekanan dan dukungan kepada perusahaan agar meningkatkan praktik keberlanjutan, serta menuntut transparansi informasi yang lebih jelas.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya:

- ❑ Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel independen lain yang relevan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, mengingat masih ada sekitar 74.3% variasi nilai perusahaan yang belum dapat dijelaskan oleh model ini. Variabel seperti tata kelola perusahaan, inovasi hijau, atau ukuran perusahaan dapat dipertimbangkan.
- ❑ Menggunakan metode pengukuran variabel yang berbeda, khususnya untuk CSR dan Green Accounting, dapat memberikan perspektif baru. Misalnya, menggunakan pengukuran kualitatif atau data primer untuk memahami persepsi stakeholder secara lebih mendalam.
- ❑ Memperluas periode penelitian atau lingkup industri dapat membantu mengidentifikasi pengaruh yang mungkin baru terlihat dalam jangka panjang atau pada konteks industri yang berbeda.
- ❑ Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel moderasi atau mediasi yang mungkin menjelaskan mengapa pengaruh CSR dan Green Accounting belum signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan.

66 67



REPORT #27434257

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	1.77% repository.uin-suska.ac.id http://repository.uin-suska.ac.id/60994/1/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf	●
INTERNET SOURCE		
2.	1.66% scholar.unand.ac.id http://scholar.unand.ac.id/479302/8/BAB%20I%20PENDAHULUAN.pdf	●
INTERNET SOURCE		
3.	1.49% jurnal.globalscients.com https://jurnal.globalscients.com/index.php/jakp/article/download/299/301/860	●
INTERNET SOURCE		
4.	1.44% eprints.walisongo.ac.id https://eprints.walisongo.ac.id/24230/1/1905046036_Putri%20Nurischa_Tugas%..	●
INTERNET SOURCE		
5.	1.37% pdfs.semanticscholar.org https://pdfs.semanticscholar.org/ddfd/67b7373243ee399ab7b44ee5e7ceaf5698...	●
INTERNET SOURCE		
6.	1.18% ettheses.uin-malang.ac.id http://ettheses.uin-malang.ac.id/78845/1/210502110016.pdf	●
INTERNET SOURCE		
7.	1.09% ejurnal.stie-trianandra.ac.id https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jumia/article/download/3552/284..	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.75% repository.wiraraja.ac.id https://repository.wiraraja.ac.id/4182/4/BAB%201.pdf	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.72% eskripsi.usm.ac.id https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B21A/2019/B.211.19.0119/B.211.19.0119-1..	●



REPORT #27434257

INTERNET SOURCE		
10. 0.71%	ejournal.areai.or.id https://ejournal.areai.or.id/index.php/AEPPG/article/download/994/1288/5281	●
INTERNET SOURCE		
11. 0.65%	media.neliti.com https://media.neliti.com/media/publications/243363-pengaruh-ukuran-perusah...	●
INTERNET SOURCE		
12. 0.59%	journal.lembagakita.org https://journal.lembagakita.org/emt/article/download/3995/3115/15326	●
INTERNET SOURCE		
13. 0.56%	repositori.ukwms.ac.id https://repositori.ukwms.ac.id/5404/2/BAB%201.pdf	●
INTERNET SOURCE		
14. 0.56%	joecy.org https://joecy.org/index.php/joecy/article/download/388/314/1480	●
INTERNET SOURCE		
15. 0.55%	www.academia.edu https://www.academia.edu/67614578/Meningkatkan_Nilai_Perusahaan_Melalui...	●
INTERNET SOURCE		
16. 0.54%	ejournal.raharja.ac.id https://ejournal.raharja.ac.id/index.php/ijacc/article/download/3670/2095/	●
INTERNET SOURCE		
17. 0.44%	repository.umy.ac.id https://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/8748/BAB%20IV.pdf?...	●
INTERNET SOURCE		
18. 0.43%	indojournal.com https://indojournal.com/index.php/jisoh/article/download/147/115/378	●
INTERNET SOURCE		
19. 0.43%	repository.unja.ac.id https://repository.unja.ac.id/60763/1/_%20SKRIPSI%20YUMNA.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
20. 0.39%	repositori.untidar.ac.id https://repositori.untidar.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=24928&bid=11214	●



REPORT #27434257

INTERNET SOURCE		
21.	0.38% journal-upprl.ac.id https://journal-upprl.ac.id/index.php/baes/article/download/12/12	●
INTERNET SOURCE		
22.	0.38% repository.itbwigalumajang.ac.id http://repository.itbwigalumajang.ac.id/2222/5/Bab%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
23.	0.35% repository.ubharajaya.ac.id https://repository.ubharajaya.ac.id/6031/1/PENGARUH%20PENGUNGKAPAN%20..	●
INTERNET SOURCE		
24.	0.33% ojs3.unpatti.ac.id https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/jp/article/download/15512/8871/	●
INTERNET SOURCE		
25.	0.33% digilib.uinsa.ac.id http://digilib.uinsa.ac.id/50122/2/Ela%20Listianto_G72217030.pdf	●
INTERNET SOURCE		
26.	0.32% repo.darmajaya.ac.id http://repo.darmajaya.ac.id/7178/9/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
27.	0.32% journal.univpancasila.ac.id https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/jrb/article/download/407/293/684	●
INTERNET SOURCE		
28.	0.31% ettheses.uin-malang.ac.id http://ettheses.uin-malang.ac.id/73338/7/210502110146.pdf	●
INTERNET SOURCE		
29.	0.3% dinastires.org https://dinastires.org/JAFM/article/download/1486/1150/9970	●
INTERNET SOURCE		
30.	0.3% core.ac.uk https://core.ac.uk/download/290462489.pdf	●
INTERNET SOURCE		
31.	0.3% repository.stei.ac.id http://repository.stei.ac.id/9137/4/BAB%203.pdf	●



REPORT #27434257

INTERNET SOURCE		
32.	0.29% online-journal.unja.ac.id https://online-journal.unja.ac.id/jaku/article/download/16189/15703/73720	●
INTERNET SOURCE		
33.	0.29% scholar.unand.ac.id http://scholar.unand.ac.id/72112/2/BAB%20I%20PENDAHULUAN.pdf	●
INTERNET SOURCE		
34.	0.29% repository.stei.ac.id http://repository.stei.ac.id/5275/4/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
35.	0.27% id.scribd.com https://id.scribd.com/document/838966726/Implementasi-Green-Accounting-Pr...	●
INTERNET SOURCE		
36.	0.26% ejournal.undiksha.ac.id https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJA/article/view/86759/31086	●
INTERNET SOURCE		
37.	0.25% eprints.ums.ac.id https://eprints.ums.ac.id/73622/12/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf	●
INTERNET SOURCE		
38.	0.23% ulilalbabinstitute.id https://ulilalbabinstitute.id/index.php/EKOMA/article/download/4443/3589/9169	●
INTERNET SOURCE		
39.	0.23% bithourproduction.com https://bithourproduction.com/blog/strategi-berkomunikasi-dengan-stakeholde..	●
INTERNET SOURCE		
40.	0.21% repository.unja.ac.id https://repository.unja.ac.id/60763/8/5.%20BAB%20II.pdf	●
INTERNET SOURCE		
41.	0.21% repository.ub.ac.id https://repository.ub.ac.id/id/eprint/194747/2/Aulia%20Nofrianti.pdf	●
INTERNET SOURCE		
42.	0.19% journal.ilmudata.co.id https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS/article/download/989/612/5328	●



REPORT #27434257

INTERNET SOURCE		
43.	0.19% rama.uniku.ac.id https://rama.uniku.ac.id/id/eprint/2561/2/BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
44.	0.19% researchhub.id https://researchhub.id/index.php/optimal/article/download/5713/3196/17422	●
INTERNET SOURCE		
45.	0.18% digilib.unisayogya.ac.id https://digilib.unisayogya.ac.id/5444/1/Raif%20Alfawaz_1710701008_Akuntansi...	●
INTERNET SOURCE		
46.	0.18% media.neliti.com https://media.neliti.com/media/publications/109442-ID-pengaruh-corporate-so...	●
INTERNET SOURCE		
47.	0.16% repo.darmajaya.ac.id http://repo.darmajaya.ac.id/20292/9/BAB%20IV.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
48.	0.16% journal.ilmudata.co.id https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS/article/download/720/405/3781	●
INTERNET SOURCE		
49.	0.15% eskripsi.usm.ac.id https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B21A/2015/B.211.15.0235/B.211.15.0235-0..	●
INTERNET SOURCE		
50.	0.15% repositori.untidar.ac.id https://repositori.untidar.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=12807&bid=9632	●
INTERNET SOURCE		
51.	0.15% ejournal.unira.ac.id http://ejournal.unira.ac.id/index.php/jurnal_aktifa/article/download/823/648	●
INTERNET SOURCE		
52.	0.15% ettheses.uin-malang.ac.id http://ettheses.uin-malang.ac.id/733/7/10510048%20Bab%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
53.	0.14% ejournal.warunayama.org https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/download/9..	●



REPORT #27434257

INTERNET SOURCE		
54.	0.14% journal.univpancasila.ac.id https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/JIAP/article/download/3500/1971	●
INTERNET SOURCE		
55.	0.14% repo.darmajaya.ac.id http://repo.darmajaya.ac.id/18847/7/BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
56.	0.13% repository.stie-mce.ac.id http://repository.stie-mce.ac.id/2343/4/4.%20Bab%20III%20Metode%20Peneliti...	●
INTERNET SOURCE		
57.	0.13% ejournal.areai.or.id https://ejournal.areai.or.id/index.php/JIEAP/article/download/228/379/1299	●
INTERNET SOURCE		
58.	0.11% repository.unissula.ac.id http://repository.unissula.ac.id/13171/5/Babl.pdf	●
INTERNET SOURCE		
59.	0.1% environment-indonesia.com https://environment-indonesia.com/5-jenis-peringkat-proper-lingkungan-meng...	●
INTERNET SOURCE		
60.	0.09% repository.upi.edu http://repository.upi.edu/16605/9/S_PLB_0908943_Chapter3.pdf	●
INTERNET SOURCE		
61.	0.09% ojs3.unpatti.ac.id https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/kupna/article/download/4662/3463	●
INTERNET SOURCE		
62.	0.09% repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/78804/1/IKHWAL%2...	●
INTERNET SOURCE		
63.	0.05% digilib.unila.ac.id http://digilib.unila.ac.id/22769/4/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN...	●
INTERNET SOURCE		
64.	0.02% repository.uinsu.ac.id http://repository.uinsu.ac.id/23422/4/SKRIPSI_BAB_3.pdf	●



REPORT #27434257

INTERNET SOURCE

65. **0.02%** eprints.upj.ac.id

<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3232/11/BAB%20IV.pdf>



● QUOTES

INTERNET SOURCE

1. **0.31%** repository.unja.ac.id

<https://repository.unja.ac.id/60763/8/5.%20BAB%20II.pdf>

INTERNET SOURCE

2. **0.31%** repository.unja.ac.id

https://repository.unja.ac.id/60763/1/_%20SKRIPSI%20YUMNA.pdf

INTERNET SOURCE

3. **0%** rama.uniku.ac.id

<https://rama.uniku.ac.id/id/eprint/2561/2/BAB%20I.pdf>