

Pengaruh *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2022 – 2024

Ulfa Zakiyatunnisa¹
uzakiyatunnisa@gmail.com
Akuntansi Manajerial
Politeknik Negeri Batam

Sinarti²
sinar@polibatam.ac.id
Akuntansi Manajerial
Politeknik Negeri Batam

ABSTRAK

Nilai perusahaan menggambarkan pandangan investor terhadap kinerja dan potensi pertumbuhan perusahaan di masa depan, yang disebabkan oleh faktor-faktor keuangan maupun non-keuangan. Profitabilitas mengindikasikan kapasitas perusahaan dalam meningkatkan *profit*, sedangkan implementasi keberlanjutan melalui *green accounting* dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan komitmen pada aspek sosial & lingkungan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *green accounting*, CSR, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada *consumer non-cyclicals sectors* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama periode 2022-2024. Proksi yang digunakan untuk menganalisis nilai perusahaan adalah Tobin's Q. *Green accounting* diukur melalui pengungkapan terkait pengelolaan energi, air, emisi, dan limbah sesuai GRI Standards 2021. CSR diukur menggunakan indeks pengungkapan keberlanjutan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, serta pengungkapan umum berdasarkan GRI Standards 2021. Sementara itu, profitabilitas diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA). Penelitian ini menerapkan pendekatan secara kuantitatif dengan metode regresi data panel serta teknik *purposive sampling*. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa *green accounting* dan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas yang diukur melalui ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Nilai Perusahaan, ROA, *Green Accounting*, CSR, Tobin's Q

ABSTRACT

Firm value reflects investors' perceptions of a company's performance and its future growth potential, which are influenced by both financial and non-financial factors. Profitability indicates the firm's capacity to generate earnings, while sustainability practices through the implementation of green accounting and Corporate Social Responsibility (CSR) demonstrate a commitment to social and environmental aspects. This study aims to examine the effect of green accounting, CSR, and profitability on firm value in consumer non-cyclicals sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2022–2024 period. Firm value is proxied by Tobin's Q. Green accounting is measured based on disclosures related to energy, water, emissions, and waste management in accordance with the GRI Standards 2021. CSR is measured using a sustainability disclosure index that includes economic, social, and general disclosures based on the GRI Standards 2021. Meanwhile, profitability is proxied by Return on Assets (ROA). This research employs a quantitative approach using panel data regression analysis and a purposive sampling technique. The findings reveal that green accounting and CSR do not have a significant effect on firm value, whereas profitability, as measured by ROA, has a positive and significant effect on firm value.

Keywords: Company Value, ROA, *Green Accounting*, CSR, Tobin's Q

1. PENDAHULUAN

Consumer non-cyclicals sector merujuk pada kelompok barang konsumsi esensial yang cenderung stabil terhadap perubahan kondisi ekonomi. Hal ini disebabkan oleh sifat produknya yang merupakan kebutuhan dasar masyarakat, seperti produk pangan, minuman, serta berbagai keperluan rumah tangga yang tetap dikonsumsi dalam aktivitas sehari-hari. Meskipun demikian, sektor ini di Indonesia menghadapi tekanan profitabilitas akibat melemahnya daya beli masyarakat serta meningkatnya biaya bahan baku. Menurut Irawati (2024), menyatakan bahwa konsumsi di rumah tangga pada kuartal ke-2 tahun 2024 mengalami pertumbuhan sebesar 4,93% dan angka ini menyusut dibanding periode yang sama pada tahun 2023 dengan tingkat pertumbuhan 5,22%. Kondisi ini mengindikasikan berkurangnya daya beli masyarakat di tengah kenaikan harga pangan yang menekan margin *profit* perusahaan.

Tekanan terhadap profitabilitas dapat dilihat pada kinerja sejumlah perusahaan besar di *consumer non-cyclicals sector* yang *profit* nya menyusut di semester pertama tahun 2024. PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) *profit* bersihnya menurun sampai 30,8% secara tahunan, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) mengalami penyusutan senilai 38,2% secara tahunan, dan PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) senilai 10,6% YoY (Yuliana, 2024). Pada semester I tahun 2024, INDF mencatat *profit* hanya sebesar Rp 3,84 triliun, sementara pada semester I tahun 2023 perusahaan masih mampu membukukan *profit* sebesar Rp 5,56 triliun (Azhar, 2024). Meskipun demikian, INDF secara konsisten menyelenggarakan Indofood Riset Nugraha (IRN), yang merupakan sebuah inisiatif *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan telah berlangsung lebih dari 18 tahun dan berhasil mendanai lebih dari 1.000 penelitian mahasiswa. Program ini tidak hanya menyediakan bantuan dana, tetapi juga memberikan

bimbingan dari tim pakar sepanjang proses penelitian (Nurganingsih, 2024).

Komitmen serupa juga terlihat pada PT Malindo Feedmill Tbk melaksanakan program Makan Bergizi Gratis (MBG) yang menyalurkan ribuan paket makanan sehat kepada siswa di Banyumas sebagai kontribusi dalam menurunkan angka *stunting*. Dengan program tersebut, Malindo meraih penghargaan *Indonesia's Biggest Companies* 2024 dalam kategori *Consumer Non-Cyclicals* pada ajang *Fortune Indonesia* 100 (Malindo, 2024). Fakta ini menegaskan bahwa CSR berperan penting dalam menjaga reputasi, membangun kepercayaan publik, serta mendukung keberlanjutan perusahaan, khususnya di tengah tantangan industri.

Di era bisnis yang semakin kompetitif dan dinamis, keberlanjutan bisnis tidak semata-mata dipengaruhi oleh kemampuan mendapatkan *profit*, namun juga pada sejauh mana bisnis tersebut menerapkan prinsip-prinsip transparansi keuangan dan tanggung jawab sosialnya. Di Indonesia, kewajiban menyampaikan Laporan Keberlanjutan diatur melalui aturan yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 51/PJOK.03/2017 mengenai implementasi Keuangan Berkelanjutan. Ini mewajibkan setiap Emiten, Perusahaan Publik, dan Lembaga Jasa Keuangan (LJK) untuk menyampaikan laporan ini yang tidak menyatu dengan laporan tahunan. Laporan tersebut wajib disampaikan kepada OJK setiap tahun, dengan tenggat waktu maksimal 30 April pada tahun berikutnya (Otoritas Jasa Keuangan, 2017).

Kerangka hukum nasional kini memberikan kejelasan tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Undang-Undang Perseroan Terbatas (UU PT) pasal 74 menyatakan bahwa perusahaan yang berusaha di bidang sumber daya alam tersebut memiliki kewajiban untuk menjalankan tanggung jawab sosial serta lingkungannya. Ketentuan tersebut semakin

dipertegas melalui Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 47 Tahun 2012 yang menjelaskan bahwa sebagai subjek hukum, setiap perseroan diwajibkan menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Maka, keberlanjutan usaha di Indonesia bukan hanya menjadi strategi bisnis, melainkan merupakan kewajiban hukum yang harus dipatuhi oleh setiap entitas usaha (Sanarta, 2023).

Sejalan dengan regulasi tersebut, implementasi CSR juga semakin berkembang di tingkat lokal. Salah satu contohnya adalah program *Vertical Culture Plus* yang diluncurkan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) di Batam. Program ini dijalankan bersama Yayasan Tajuk Pohon Nusantara dengan tujuan memadukan konsep *urban vertical farming* dan edukasi lingkungan, sekaligus menjadi solusi atas persoalan pengelolaan sampah organik berbasis komunitas. Melalui program ini, BEI memberikan 100 unit drum vertikutur yang ditempatkan di empat area strategis di Batam, yakni TPQ At-Taqwa Perumahan Jasinta, Kampung Tua Bakau Serip, SMPN 8 Batam, dan Perumahan Bida Asri 3. Selain itu, BEI juga mengalokasikan dana sejumlah Rp173,3 juta untuk mendukung sekolah dan komunitas setempat, disertai dengan pendampingan berkelanjutan (Paslan, 2025). Inisiatif ini menunjukkan bahwa CSR juga berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat dan ketahanan pangan berkelanjutan.

Berbagai inisiatif tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dan lembaga bisnis di Indonesia tidak hanya terfokus pada tanggung jawab sosial, melainkan juga wajib mempertahankan keberlanjutan dan transparansi atas dampak lingkungannya. Dalam konteks ini, praktik *green accounting* menjadi semakin relevan sebagai bentuk akuntabilitas lingkungan. Perusahaan-perusahaan Indonesia yang beroperasi di *consumer non-cyclicals sector* telah

menunjukkan bukti konkret terkait penerapan *green accounting*. Penelitian Amaliah & Candra (2024) menunjukkan bahwa perusahaan di sektor ini telah menerapkan *green accounting* dalam pelaporannya. Praktik tersebut meliputi pengukuran dan pelaporan dampak lingkungan akibat aktivitas operasional yang dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya serta mengurangi limbah. Temuan ini menegaskan bahwa *green accounting* bukan lagi sebatas konsep teoritis, tetapi telah diterapkan oleh pelaku industri, sehingga praktik ini berpotensi mendorong peningkatan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan menjadi faktor utama yang perlu diteliti sebab menunjukkan kemajuan dan kinerja manajemen dalam mengelola operasionalnya. Pertumbuhan perusahaan dapat mendorong kenaikan *profit* dan pengurangan risiko kerugian di masa mendatang, sehingga mampu mendorong peningkatan nilai perusahaan (Erawati & Cahyaningrum, 2019). Penilaian nilai suatu perusahaan biasanya menggunakan Tobin's Q karena hal ini mampu menunjukkan hasil kinerja keuangan berdasarkan aspek fundamental dan mengindikasikan penilaian pasar terhadap perusahaan (Adinegara & Herliansyah, 2023).

Faktor yang memengaruhi nilai perusahaan yaitu *green accounting*. Konsep ini berasal dari Eropa pada 1970-an dan mulai berkembang pesat pada 1980-an, seiring dengan meningkatnya regulasi lingkungan yang mengatur perilaku perusahaan dan industri (Wijaya et al., 2024). *Green accounting* menjadi metode yang diterapkan oleh perusahaan untuk mengenali, menilai, serta melaporkan dampak lingkungan yang timbul dari kegiatan operasional perusahaan. Oleh karena itu, penerapan *green accounting* bukan hanya bertujuan untuk mematuhi peraturan lingkungan, namun juga untuk membuat nilai

tambah bagi *shareholder* (Siregar et al., 2024).

Selain itu, CSR juga memengaruhi nilai suatu perusahaan. Implementasi CSR mampu memperkuat citra positif perusahaan dimata publik dan menjadi nilai tambah bagi investor karena hal ini menggambarkan bahwa perusahaan bukan sekadar berpusat pada *profit*, melainkan juga menunjukkan rasa peduli pada masyarakat dan lingkungan (Azima et al., 2024). Pernyataan tersebut didukung oleh Siswanto & Yanti (2018), yang mengungkapkan bahwa banyak perusahaan yang menerapkan program CSR dan menganggap pelaksanaannya sebagai investasi perusahaan.

Kemudian, faktor lainnya yaitu profitabilitas, yang menganalisis kemampuan perusahaan untuk mendapatkan *profit* selama periode tertentu. Umumnya, profitabilitas diukur menggunakan *Return On Assets* (ROA), yang menggambarkan seberapa efektif entitas menggunakan asetnya dalam mendapatkan *profit*. Dengan demikian, profitabilitas tidak hanya mengindikasikan kesehatan finansial, melainkan juga merupakan faktor kunci dalam peningkatan nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi dapat memperkuat posisi perusahaan dalam mengembangkan usaha serta menjaga kepercayaan pasar (Savitri et al., 2021).

Berdasarkan literatur terdahulu yang diteliti oleh Prihastuti et al. (2025) dan Manik et al. (2025) mengungkapkan bahwa *green accounting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa pengelolaan lingkungan yang efektif dapat berkontribusi terhadap peningkatan citra perusahaan dan menarik minat investor. Akan tetapi, Satira & Rizqi (2026) dan Ahmad et al. (2025) mendapatkan temuan yang berbeda, mengungkapkan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain itu, CSR juga merupakan faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian Ramadhanthy & Rachmawati (2026) dan Mawaddah & Ruzikna (2025) menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, ini diperkuat oleh temuan Zulkifli (2025). Di sisi lain Agripina & Wirawati (2025) dan Yudhanti & Mulyani (2025) menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga mengindikasikan bahwa penerapan CSR tidak selalu menambah nilai bagi perusahaan.

Selain itu, profitabilitas yang diukur melalui ROA, berdasarkan penelitian Dahlia dkk. (2024), Salma dkk. (2024), dan Kasman & Utami (2023) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Di sisi lain, Sulistyowati et al. (2021), menyatakan hasil yang berbeda, yaitu profitabilitas yang diukur melalui ROA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Perbedaan hasil dari sejumlah studi terdahulu, studi ini masih perlu untuk diteliti lebih lanjut. Penelitian ini memiliki keterbaruan melalui pemilihan sampel perusahaan *consumer non-cyclicals sector* pada periode 2022-2024, dengan bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green accounting*, CSR, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, diharapkan penelitian ini dapat memperdalam pemahaman mengenai keterkaitan dan pengaruh antar variabel-variabel tersebut terhadap nilai perusahaan.

2. KAJIAN LITERATUR

Stakeholder Theory

R. Edward Freeman pertama kali mengemukakan *stakeholder theory* (teori pemangku kepentingan) tahun 1983. Teori ini memaparkan bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab kepada pemegang saham dan semua pihak yang berkepentingan. Sebenarnya konsep *stakeholder* telah muncul lebih awal dalam memorandum internal *Stanford Research Institute* (SRI) tahun 1963, yang menyatakan bahwa organisasi tidak dapat bertahan tanpa

dukungan dari beberapa pihak, seperti pemegang saham, karyawan, konsumen, pemasok, pemberi pinjaman, dan masyarakat (Freeman & Reed, 1983).

Dalam perspektif teori ini, pengungkapan CSR yang efektif mampu memperkuat dukungan *stakeholder*, sehingga memperkuat nilai perusahaan (Irmalasari et al., 2022). Selain CSR, implementasi *green accounting* juga relevan dengan teori ini, karena menekankan pentingnya perhatian perusahaan terhadap konsekuensi lingkungan yang dihasilkan dari operasionalnya. *Green accounting* memberikan transparansi mengenai biaya dan upaya pengelolaan lingkungan, sehingga perusahaan dapat menunjukkan komitmen terhadap kepentingan para pemangku kepentingan (Mubarakah et al., 2024).

Legitimacy Theory

Dowling & Pfeffer (1975) menjelaskan bahwa organisasi perlu menyesuaikan aktivitas dan kebijakannya dengan nilai serta norma sosial yang berlaku agar keberadaannya dapat diterima oleh masyarakat. Kesesuaian antara nilai organisasi dan nilai sosial mengindikasikan tingkat legitimasi yang dimiliki oleh organisasi. Sebaliknya, apabila terjadi ketidakharmonisan antara keduanya, maka legitimasi organisasi dapat terganggu dan berpotensi menimbulkan sanksi sosial, ekonomi, maupun hukum. Dalam upaya memperoleh legitimasi, organisasi dapat menempuh tiga pendekatan. Pertama, menyesuaikan tujuan, hasil, dan metode operasionalnya agar konsisten dengan norma-norma sosial yang berlaku. Kedua, berusaha membentuk atau mengubah persepsi masyarakat terhadap praktik organisasi melalui kegiatan komunikasi, sehingga tindakan organisasi dapat diterima sebagai sesuatu yang sah. Ketiga, mengaitkan diri dengan simbol, nilai, atau institusi yang telah memiliki legitimasi tinggi di tengah masyarakat.

Teori legitimasi menjadi landasan penting dalam memahami bagaimana tanggung jawab sosial dan *green accounting* dipandang sebagai strategi yang dapat mendapatkan dan mempertahankan legitimasi publik. Kedua aspek tersebut mengindikasikan komitmen perusahaan terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan yang menjadi perhatian masyarakat modern. Melalui legitimasi yang kuat, perusahaan dapat membangun kepercayaan publik, menjaga citra dan reputasi, meningkatkan kinerja keuangan, serta memperkuat nilai perusahaan di pasar.

Signaling Theory

Michael Spence memperkenalkan *signaling theory* (teori sinyal) pada tahun 1973. Spence (1973) menjelaskan bahwa melalui penyampaian sinyal tertentu, pihak yang memiliki informasi berupaya menyalurkan informasi tersebut agar dapat dimanfaatkan oleh penerimanya. Manajemen perusahaan, sebagai entitas internal yang memiliki data lebih komprehensif mengenai kondisi perusahaan, cenderung menginformasikan hal tersebut kepada calon investor. Upaya ini dilakukan untuk menambah nilai perusahaan melalui transparansi informasi dalam laporan keuangan. Bentuk informasi yang wajib disampaikan adalah kinerja usaha dan tanggung jawab sosial, yang disampaikan dalam laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan secara terpisah, dengan tujuan meningkatkan reputasi serta memaksimalkan nilai perusahaan.

Penelitian ini menganggap *green accounting*, CSR, dan profitabilitas sebagai bentuk sinyal positif yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. *Green accounting* dan CSR menunjukkan kepedulian perusahaan pada aspek lingkungan dan sosial, sedangkan profitabilitas menunjukkan kinerja keuangan yang kuat. Ketiga sinyal ini mampu

meningkatkan kepercayaan investor, sehingga memperkuat nilai perusahaan.

Pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan

Green accounting yaitu inovasi dalam bidang akuntansi yang mengindikasikan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan. Dengan penerapan ini, perusahaan tidak hanya meningkatkan citra dan menarik perhatian investor yang peduli pada lingkungan, tetapi juga menjadi lebih kompetitif dengan meningkatkan produktivitas, efisiensi biaya, serta meningkatkan citra positif perusahaan (Siregar et al., 2024). Selain itu, transparansi informasi lingkungan menunjukkan kepeduliannya perusahaan terhadap kelestarian alam (Lao & Hamiddin, 2021). Secara teoritis, dalam teori pemangku kepentingan menganggap *green accounting* sebagai strategi untuk memenuhi harapan *stakeholder* dan meningkatkan kepercayaan. Dalam teori legitimasi, penerapan ini membantu perusahaan menjaga legitimasi di mata publik agar tetap diterima dan mendukung keberlanjutan usaha. Sementara itu, dalam teori sinyal, transparansi informasi lingkungan melalui *green accounting* menunjukkan kepada pasar dan investor komitmen perusahaan terhadap lingkungan, kemampuan untuk mengelola risiko dan prospek kinerja yang baik. Dalam penelitian Prihastuti et al. (2025) dan Manik et al. (2025) menunjukkan bahwa *green accounting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H₁: *Green Accounting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan

Pengungkapan CSR adalah bentuk transparansi dan komitmen terhadap keberlanjutan. Melalui implementasinya,

perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif dan menarik investor, sehingga berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan (Karina & Setiadi, 2020). Kaitannya dengan teori, pengungkapan CSR berhubungan dengan teori pemangku kepentingan dan teori legitimasi. Keduanya menekankan perusahaan untuk mempertimbangkan kepentingan berbagai pihak terkait serta menyelaraskan diri dengan nilai dan norma masyarakat yang berlaku. Melalui CSR, perusahaan mampu meningkatkan kepercayaan dan loyalitas *stakeholder*, serta memperoleh legitimasi sosial sebagai bentuk penerimaan masyarakat. Sementara itu, berdasarkan teori sinyal, pengungkapan CSR yang transparan merupakan sinyal positif bagi pasar karena mengindikasikan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial, serta prospek kinerja yang baik. Hal ini diperkuat oleh penelitian Ramadanthi & Rachmawati (2026), Mawaddah & Ruzikna (2025) dan Zulkifli (2025) yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan sebagai berikut:

H₂: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

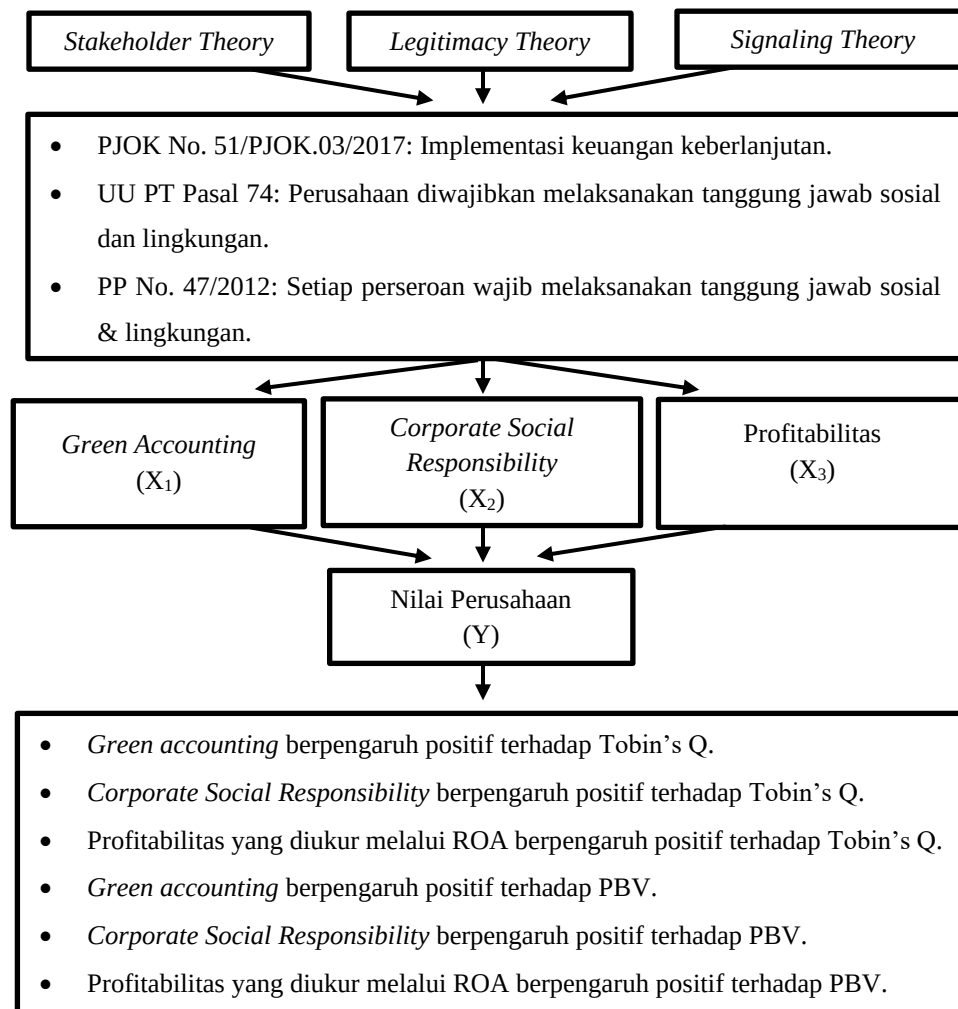
Profitabilitas memengaruhi nilai perusahaan karena pengelolaan yang efektif dapat menekan biaya dan meningkatkan *profit* (Hasanah et al., 2023). Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur melalui ROA. ROA dipilih karena perusahaan mampu mengindikasikan tingkat efisiensi dalam mengelola asetnya, baik aset jangka pendek maupun jangka panjang (Dewi & Budiasih, 2021). Tingginya nilai ROA mengindikasikan bahwa perusahaan berada pada posisi yang lebih unggul (Maharani & Purnamasari, 2021). Berdasarkan teori

sinyal, profitabilitas yang tinggi yang ditunjukkan melalui ROA merupakan sinyal positif bahwa perusahaan memiliki performa yang baik dan potensi yang menjanjikan. Sinyal ini mendorong peningkatan kepercayaan investor serta memperkuat nilai perusahaan. Hasil temuan yang diteliti oleh Dahlia et al. (2024), Salma et al. (2024), dan Kasman & Utami (2023) membuktikan bahwa profitabilitas yang diukur melalui ROA berpengaruh secara positif dan

signifikan terhadap nilai perusahaan. Hipotesis yang akan diuji dirumuskan sebagai berikut:

H₃: Profitabilitas yang diukur melalui ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan dasar penjelasan di atas, kerangka berpikir penelitian ini dapat ditampilkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir
Sumber: Data diolah peneliti (2026)

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang dianalisis menggunakan metode regresi data

panel melalui *software EViews*. Sampel dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* pada *consumer non-cyclicals sector* di BEI periode 2022-2024. Kriteria penentuan sampel penelitian ini tersaji dalam Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria Sampel

Keterangan	Jumlah
Perusahaan <i>consumer non-cyclicals sector</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024.	131
Perusahaan <i>consumer non-cyclicals sector</i> yang tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut periode 2022–2024.	(34)
Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangan secara berturut-turut dalam mata uang rupiah selama periode 2022–2024.	(9)
Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keberlanjutan secara berturut-turut dan tidak mengungkapkan informasi GRI 2021 dalam laporan keberlanjutan selama periode 2022–2024	(62)
Sampel Penelitian	26
Total Sampel (x 2 tahun)	52

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Variabel Operasional dan Pengukuran

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan variabel dependen. Untuk menganalisis variabel tersebut, indikator yang digunakan yaitu Tobin's Q (Hamzah & Gozali, 2022), dengan rumus:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{MVE} + \text{Total Liabilities}}{\text{Total Assets}}$$

Green Accounting

Green accounting diukur dengan menggunakan standar GRI 2021 yang mencakup GRI 302, GRI 303, GRI 305, dan GRI 306 (Rohmiatun et al., 2021), dengan rumus:

$$\text{GA}_{ij} = \frac{X_{ij}}{n_j}$$

GA_{ij} = indeks *green accounting* perusahaan.

X_{ij} = jumlah item yang diungkapkan.

n_j = total item yang ditetapkan.

1 = item diungkapkan.

0 = item tidak diungkapkan.

Corporate Social Responsibility

CSR diukur menggunakan standar GRI 2021 meliputi GRI 2, GRI 3, GRI 200, GRI 301, GRI 304, GRI 308, dan GRI 400 (Hamzah & Gozali, 2022), dengan rumus:

$$\text{CSRI}_j = \frac{X_{ij}}{n_j}$$

CSRI_j = indeks CSR perusahaan .

X_{ij} = jumlah item yang diungkapkan.

n_j = total item yang ditetapkan.

1 = item diungkapkan.

0 = item tidak diungkapkan.

Profitabilitas

Pengukuran profitabilitas dilakukan dengan menggunakan indikator ROA sebagaimana dikemukakan oleh Kieso dkk. (2024), dengan rumus:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Average Total Assets}}$$

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menerapkan metode analisis data panel melalui tahapan yang terstruktur. Tahap pertama dilakukan dengan menyajikan statistik deskriptif untuk menjelaskan karakteristik data dalam penelitian. Selanjutnya, penentuan model regresi melalui beberapa tahap, yaitu uji Chow, uji Hausman, dan uji Lagrange Multiplier (LM). Setelah diperoleh model yang sesuai, dilakukan uji asumsi klasik untuk menguji keakuratan dan validitas hasil estimasi. Selanjutnya, pengujian hipotesis dan koefisien determinasi (R^2).

Perangkat lunak yang digunakan yaitu *EViews* versi 12 untuk memproses data penelitian agar dapat menguji serta menganalisis hubungan antar variabel dalam

model penelitian. Sebagai pendukung analisis empiris, digunakan model regresi yang dirumuskan dalam bentuk persamaan berikut:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \varepsilon_{it}$$

Keterangan:

- Y = Nilai Perusahaan
i = Data *Cross Section*
t = Data *Time Series*
 α = Nilai Konstanta
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien Regresi
 X_1 = *Green Accounting*
 X_2 = *Corporate Social Responsibility*
 X_3 = Profitabilitas (ROA)
 ε = Standar Error

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Hasil analisis statistik deskriptif ditampilkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Statistik Deskriptif

	<i>N</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
GA	52	0.09	1.00	0.6733	0.25185
CSR	52	0.23	0.88	0.6054	0.17467
Profitabilitas	52	0.01	0.27	0.0813	0.05994
Tobin's Q	52	-1.66	2.23	0.2719	0.79568
Valid N	52				

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Hasil dari tabel tersebut, statistik deskriptif menampilkan gambaran umum dari variabel penelitian dengan jumlah observasi sebanyak 52 data, yang terdiri atas:

- Green accounting* mencatat nilai rata-rata sebesar 0,6733, minimum 0,09, maksimum 1, dan standar deviasi 0,25185 yang menunjukkan variasi data kecil.
- CSR menghasilkan nilai rata-rata sebesar 0,6054, minimum 0,23, maksimum 0,88, dan standar deviasi 0,17467 yang menunjukkan variasi data kecil.
- Profitabilitas (ROA) mencatat nilai rata-rata sebesar 0,0813, minimum 0,01,

maksimum 0,27, dan standar deviasi 0,05994 yang menunjukkan variasi data kecil.

- Nilai perusahaan (Tobin's Q) menghasilkan nilai rata-rata sebesar 0,2719, minimum -1,66, maksimum 2,23, dan standar deviasi 0,79568 yang menunjukkan variasi data besar.

Hasil Pemilihan Model

Pemilihan model data panel dilakukan menggunakan tiga pendekatan, yaitu *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM). Tabel 3 memperlihatkan hasil uji Chow, uji Hausman, dan uji Lagrange Multiplier (LM).

Tabel 3. Pemilihan Model

Model Spesifikasi	Statistic	Nilai Prob.	Model
Uji Chow	<i>Cross-section F</i>	0.0000	FEM
Uji Hausman	<i>Cross-section random</i>	0.1003	REM
Uji LM	<i>Cross-section</i>	0.0001	REM

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 3, uji Chow mendapatkan nilai *Prob. Cross-section F* $0,0000 \leq 0,05$, model yang dipilih FEM. Kemudian, uji Hausman memberikan nilai *Prob. Cross-section random* sebesar 0,1003 $\geq 0,05$, model yang digunakan REM. Kemudian, pengujian LM memperoleh nilai *Prob. Breush-Pagan* sebesar $0,0001 \leq 0,05$, model yang dipilih REM.

Dengan demikian, model dalam penelitian ini adalah *Random Effect Model* (REM). Menurut Basuki (2021), penggunaan REM dengan pendekatan *Generalized Least Squares* (GLS) tidak mengharuskan pengujian asumsi klasik secara menyeluruh, namun studi ini tetap melakukan uji multikolinearitas untuk memastikan tidak terdapat korelasi yang kuat antar variabel independen.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4 menampilkan hasil dari uji multikolinearitas.

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

	GA	CSR	Profitabilitas
GA	1.000000	0.660682	-0.061480
CSR	0.660682	1.000000	-0.085179
Profitabilitas	-0.061480	-0.085179	1.000000

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Merujuk pada tabel tersebut, nilai korelasi antar variabel independen tercatat sebesar 0,660682, -0,061480, -0,085179 < 0,85, sehingga disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

Hasil Regresi Data Panel

Berikut merupakan bentuk model regresi data panel:

$$\text{Log}(Y_{it}) = -0,587503 + 0,170198 \cdot X_{1it} + 0,517475 \cdot X_{2it} + 5,304864 \cdot X_{3it} + \varepsilon_{it}$$

Berdasarkan hasil di atas, nilai konstanta sebesar -0,587503 mengindikasikan bahwa ketika variabel *green accounting*, CSR, dan profitabilitas bernilai nol, maka nilai perusahaan berada pada angka -0,587503. Koefisien regresi *green accounting* sebesar 0,170198 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel tersebut, maka akan meningkatkan nilai perusahaan sejumlah 0,170198 dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Selanjutnya, koefisien regresi CSR sebesar 0,517475 mengartikan bahwa setiap peningkatan satu satuan CSR, maka akan meningkatkan nilai perusahaan sejumlah 0,517475, dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien regresi profitabilitas sebesar 5,304864 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan profitabilitas, maka akan meningkatkan nilai perusahaan sejumlah 5,304864, dengan asumsi variabel lain konstan.

Uji Hipotesis (Uji t)

Berikut hasil dari pengujian hipotesis.

Tabel 5. Uji Hipotesis

Variable	Coefficient	t-Statistic	Prob.	Hasil
----------	-------------	-------------	-------	-------

C	-0.587503	-1.955653	0.0563	
GA	0.170198	0.454359	0.6516	Ditolak
CSR	0.517475	0.997558	0.3235	Ditolak
Profitabilitas	5.304864	4.254382	0.0001	Diterima

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Merujuk pada Tabel 5, *green accounting* memiliki nilai koefisien 0.170198 dengan tingkat probabilitas $0.6516 \geq 0,05$, sehingga H1 ditolak. Hasil ini memaparkan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya, *Corporate Social Responsibility* mendapatkan nilai koefisien sebesar 0,517475 dengan tingkat probabilitas $0,3235 \geq 0,05$, sehingga H2 ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sementara itu, probabilitas yang diukur melalui ROA diperoleh nilai koefisien sebesar 5.304864 dengan probabilitas $0,0001 \leq 0,05$, sehingga H3 diterima. Dengan demikian, profitabilitas yang diukur melalui ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi mengindikasikan seberapa besar variasi variabel dependen yang mampu dijelaskan oleh variabel independen dalam suatu model regresi yang nilainya ditunjukkan pada Tabel 6 berikut.

Tabel 6. Koefisien Determinasi (R^2)

<i>R-Squared</i>	0.294339
<i>Adjusted R-Squared</i>	0.250235

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan hasil pengujian, nilai *Adjusted R-Squared* adalah 0,250235, yang menandakan bahwa *green accounting*, CSR, dan profitabilitas mampu berkontribusi sebesar 25% terhadap nilai perusahaan. Sedangkan 75% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Setelah dilakukan pengolahan data melalui serangkaian pengujian statistik,

diperoleh hasil pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Ringkasan hasil pengujian hipotesis tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 7. Hasil Pengujian Hipotesis

	Hipotesis	Prob.	Hasil
H1	<i>Green accounting</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan	0.6516	Ditolak
H2	<i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan	0.3235	Ditolak
H3	Profitabilitas yang diukur melalui ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan	0.0001	Diterima

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan temuan analisis, *green accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals sector* yang terdaftar di BEI periode 2022–2024. Temuan ini mengindikasikan bahwa investor belum memprioritaskan informasi terkait aspek lingkungan saat melakukan penilaian terhadap nilai perusahaan. Investor cenderung memprioritaskan hasil kinerja keuangan jangka pendek, stabilitas arus kas, serta tingkat risiko usaha dibandingkan dengan informasi tentang lingkungan yang manfaatnya bersifat jangka panjang. Akibatnya, praktik *green accounting* belum sepenuhnya dipandang sebagai nilai tambah yang mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Temuan ini bertentangan dengan teori pemangku kepentingan, teori legitimasi dan teori sinyal. Dalam teori pemangku kepentingan mengatakan bahwa kepedulian perusahaan terhadap aspek lingkungan dapat meningkatkan kepercayaan *stakeholder*. Teori legitimasi menjelaskan bahwa aktivitas

perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan dapat memperkuat legitimasi di mata publik. Sementara itu, teori sinyal menyebutkan bahwa pelaporan informasi lingkungan mampu memberikan respon positif bagi investor mengenai loyalitas perusahaan pada keberlanjutan, yang diharapkan dapat menunjang peningkatan nilai perusahaan.

Temuan penelitian ini mendukung temuan Ayuningtias et al. (2025), Satira & Rizqi (2026), dan Ahmad et al. (2025) yang menemukan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Fawzyputra et al. (2025), karena *green accounting* adalah metode jangka panjang yang manfaatnya belum bisa dirasakan secara langsung oleh para investor. Oleh karena itu, penerapan *green accounting* masih belum mampu memengaruhi keputusan investasi maupun meningkatkan nilai perusahaan.

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

Berdasarkan hasil analisis, CSR terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals sector* yang terdaftar di BEI periode 2022–2024. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengungkapan CSR tidak memengaruhi nilai perusahaan dimata investor. Dengan demikian, rendahnya tingkat CSR tidak selalu berkaitan dengan nilai perusahaan yang rendah, begitu pula sebaliknya.

Temuan ini bertentangan dengan teori pemangku kepentingan yang mengemukakan bahwa pemenuhan kepentingan *stakeholder* melalui CSR dapat meningkatkan kepercayaan serta nilai perusahaan. Hasil ini juga belum mendukung teori legitimasi yang menyebutkan bahwa pengungkapan CSR bertujuan untuk memperoleh legitimasi sosial serta memperkuat reputasi perusahaan di mata publik. Selain itu, ini juga tidak menguatkan teori sinyal yang memandang

CSR sebagai respon positif terkait prospek dan keberlanjutan perusahaan. Dalam penelitian ini, investor lebih mengutamakan kinerja keuangan daripada aspek sosial.

Temuan ini selaras dengan hasil studi Agripina & Wirawati (2025), Yudhanti & Mulyani (2025), dan Sapitri & Hernawati (2025) yang menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Investor lebih cenderung memperhatikan kondisi perekonomian pasar dan faktor keuangan dibandingkan dengan aktivitas sosial perusahaan. Selain itu, Rosiva et al. (2022) juga mengungkapkan bahwa pengungkapan CSR belum memberikan dampak langsung terhadap kesejahteraan pemegang saham, sehingga tidak memengaruhi nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Yang Diukur Melalui ROA Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis, profitabilitas yang diukur menggunakan *Return on Assets* (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals sector* yang terdaftar di BEI periode 2022–2024. Temuan ini menunjukkan bahwa ketika suatu perusahaan meningkatkan kemampuannya untuk mendapatkan *profit* dari asetnya, nilai pasarnya pun meningkat di mata investor. Hal ini memperkuat teori sinyal yang menyatakan bahwa kinerja keuangan yang baik menjadi sinyal positif mengenai prospek masa depan perusahaan kepada para investor.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Dahlia et al. (2024), Salma et al. (2024), dan Kasman & Utami (2023) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa investor menitikberatkan pada kapasitas perusahaan dalam menciptakan *profit* sebagai indikator pokok dalam keputusan investasi. Maka, profitabilitas berperan dalam meningkatkan kepercayaan investor dan memperkuat nilai perusahaan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis regresi data panel terhadap perusahaan *consumer non-cyclicals sector* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024, ditemukan bahwa *green accounting* dan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kondisi ini menggambarkan bahwa pengungkapan terkait aspek lingkungan dan sosial belum menjadi prioritas utama bagi para investor. Sementara itu, profitabilitas yang diukur melalui ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menjelaskan bahwa investor lebih mementingkan kinerja keuangan perusahaan daripada faktor non-keuangan.

Hasil temuan ini menunjukkan implikasi bahwa perusahaan harus meningkatkan profitabilitas untuk menarik investor dan tetap mengungkapkan aspek lingkungan dan sosial secara konsisten sebagai bagian dari strategi keberlanjutan jangka panjang. Keterbatasan penelitian ini terletak pada periode pengamatan yang relatif singkat, yaitu tahun 2022–2024. Periode tersebut dipilih karena pengukuran CSR dan *green accounting* menggunakan pedoman GRI Standards 2021 yang mulai berlaku efektif pada tahun 2022, sehingga data yang sesuai dengan standar tersebut masih terbatas. Keterbatasan lainnya adalah penggunaan proksi pengukuran *green accounting* dan CSR yang belum sepenuhnya menggambarkan kondisi sebenarnya. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan proksi *Environmental, Social, and Governance* (ESG) Score untuk mengukur *green accounting* dan dana CSR untuk mengukur CSR agar dapat merepresentasikan kondisi perusahaan secara lebih komprehensif. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi nilai perusahaan, seperti *leverage*, ukuran

perusahaan (*firm size*), pertumbuhan perusahaan (*growth*), dan kebijakan dividen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinegara, G. R., & Herliansyah, Y. (2023). Pengaruh Penerapan GCG yang dinilai Menggunakan Corporate Governance Index, Kepemilikan Institusional, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Pasar Perusahaan. *Owner*, 7(3), 2052–2061.
<https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1452>
- Agripina, N. M. M. A., & Wirawati, N. G. P. (2025). PROFITABILITAS, CORPORATE GOVERNANCE, PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY(CSR) DAN NILAI PERUSAHAAN. *E-JURNAL EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS UDAYANA*, 14(08), 1218–1228.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/>
- Ahmad, N. A., Aspuri, M., Adawiyah, S., Putri, D., & Letsoin, S. (2025). Analisis Mediasi Kinerja Keuangan dalam Pengaruh Green Accounting terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 5(4), 943–950.
<https://doi.org/10.47233/jeps.v5i4.3243>
- Amaliah, S., & Candra, Y. T. A. (2024). Pengaruh Green Accounting Dan Environmental, Social, And Governance Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Consumer Non-Cyclicals Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Periode 2021-2023). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4(6), 1529–1534.
<https://doi.org/10.47233/jeps.v4i6.2184>
- Ayuningtias, M., Andayani, S., Ekonomi, F., Bisnis, D., Akuntansi, S., Pembangunan, U., Veteran, N., Timur, J., Rungkut Madya, S. J., Anyar, G., Gunung Anyar, K., Surabaya, J., & Timur, I. (2025). Pengaruh Green Accounting, Sustainability Report Disclosure, dan Green Investment terhadap Kinerja Keuangan. *Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 7(1), 225.
<https://doi.org/10.47065/ekuitas.v7i1.8155>
- Azhar, S. (2024). *Indofood Sukses Makmur (INDF) Net Profit Shrinks by 31% in the First Half of 2024*. Kontan.Co.Id.
<https://english.kontan.co.id/news/indofood-sukses-makmur-indf-net-profit-shrinks-by-31-in-the-first-half-of-2024>
- Azima, A. F., Aristi, M. D., & Ramashar, W. (2024). Pengaruh CSRr Dan GCG Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4(5), 821–829.
<https://doi.org/10.47233/jeps.v4i5.1995>
- Basuki, A. T. (2021). *ANALISIS DATA PANEL DALAM PENELITIAN EKONOMI DAN BISNIS (DILENGKAPI DENGAN PENGGUNAAN EVIEWS)* (Edisi Pertama). Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY).
- Dahlia, A., Hadiwibowo, I., & Azis, M. T. (2024). THE INFLUENCE OF GREEN ACCOUNTING, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND PROFITABILITY ON FIRM VALUE. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Airlangga*, 34(2), 268–283.

- <https://doi.org/10.20473/jeba.v34i22024.268-283>
- Dewi, M. A. B. C., & Budiasih, I. G. A. N. (2021). Profitabilitas, Leverage dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(11), 2812–2826. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i11.p11>
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Pacific Sociological Association Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior. *The Pacific Sociological Review*, 18(1), 122–136.
- Endiana, I. D. M., Dicriyani, N. L. G. M., Adiyadnya, M. S. P., & Putra, I. P. M. J. S. (2020). The Effect of Green Accounting on Corporate Sustainability and Financial Performance. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12), 731–738. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no12.731>
- Erawati, T., & Cahyaningrum, D. (2019). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KEPEMILIKAN MANAJERIAL SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (STUDI KASUS PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015-2019). *Journal of Accounting, Finance, Taxation, and Auditing*, 2(2), 151–170.
- Fawzyputra, V. R., Dewi, V. S., & Pramita, Y. D. (2025). Carbon Emissions on Firm Value: Evidence from Energy Sector Companies in Indonesia. *E3S Web of Conferences*. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202562202013>
- Freeman, R. E., & Reed, D. L. (1983). Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance. *California Management Review*, XXV(3), 88–106.
- Hamzah, R. S., & Gozali, E. O. D. (2022). *KAJIAN IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (D. Almalik, Ed.; Cetakan Pertama). Unsri Press. www.unsri.unsripress.ac.id
- Hasanah, U. N., Mas'ud, M., & Zakariah, J. (2023). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 8901–8914.
- Irawati. (2024). *Konsumsi Rumah Tangga Melambat di Kuartal II 2024, BPS Ungkap Penyebabnya*. Infobanknews.Com.
- Irmalasari, E., Gurendrawati, E., & Muliasari, I. (2022a). Pengaruh Good Corporate Governance (GCG), dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan dan Leverage Sebagai Variabel Kontrol. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 3(2), 443–460.
- Irmalasari, E., Gurendrawati, E., & Muliasari, I. (2022b). Pengaruh Good

- Corporate Governance (GCG), dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan dan Leverage Sebagai Variabel Kontrol. *JURNAL AKUNTANSI, PERPAJAKAN DAN AUDITING*, 3(2), 443–460.
- Karina, D. R. M., & Setiadi, I. (2020). PENGARUH CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN GCG SEBAGAI PEMODERASI. *JRAMB*, 6(1), 37–49.
- Kasman, N. A., & Utami, E. S. (2023). Pengaruh ROE, ROA, NPM Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Textil Dan Garmen. *AKUISISI: Jurnal Akuntansi*, 19(02), 217–226.
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2024). *Intermediate Accounting* (5th ed.). JOHN WILEY & SONS, INC.
- Lao, A., & Hamiddin, M. I. N. (2021). PENGARUH BIAYA LINGKUNGAN DAN KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 14(1), 196–204.
- Maharani, A. J., & Purnamasari, E. D. (2021). Pengaruh Return on Asset dan Debt to Equity Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Ekonomi*, 2(1), 29–43.
- Malindo. (2024). *Malindo Feedmill Gelar Makan Bergizi Gratis di Kabupaten Banyumas*. Malindo Feedmill. <https://www.malindofeedmill.com/id/2024/10/>
- Manik, H. M. V., Alexandri, M. B., & Chan, A. (2025). PENGARUH AKUNTANSI HIJAU TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN INDEKS ESG QUALITY 45 IDX KEHATI PERIODE 2021–2024. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Bidang Administrasi, Sosial, Humaniora Dan Kebijakan Publik*, 8(4), 712–722. <https://doi.org/10.24198/responsive.v8i4.68320>
- Mawaddah, P., & Ruzikna. (2025). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRIAL YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *Jurnal Bisnis Kompetif*, 4(3), 420–431.
- Mubarokah, R. Z., Tripalupi, R. I., & Muslih, Rd. A. (2024). PENGARUH GREEN ACCOUNTING TERHADAP ROA PADA PERUSAHAAN FARMASI YANG TERDAFTAR DI ISSI TAHUN 2018-2023. *IJEN: Indonesian Journal of Economy and Education Economy*, 02(02), 330–342.
- Nurganingsih, S. (2024). *Dukung Program CSR, Indofood Beri Dana Riset Bagi Mahasiswa Sarjana*. RM.Id. <https://rm.id/baca-berita/life-style/237981/dukung-program-csr-indofood-beri-dana-riset-bagi-mahasiswa-sarjana>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan*

- Perusahaan Publik*. Otoritas Jasa Keuangan.
<https://ojk.go.id/id/regulasi/Pages/Penerapan-Kuangan-Berkelanjutan-bagi-Lembaga-Jasa-Kuangan,-Emiten,-dan-Perusahaan-Publik.aspx>
- Paslan, R. (2025). *BEI Selenggarakan Program CSR Vertical Culture Plus untuk Dukong Ketahanan Pangan dan Pengelolaan Sampah di Batam*. SamuderaKepri.Co.Id.
<https://www.samuderakepri.co.id/bei-selenggarakan-program-csr-vertical-culture-plus-untuk-dukong-ketahanan-pangan-dan-pengelolaan-sampah-di-batam/>
- Prihastuti, A. H., Sukri, S. Al, & Miran, I. (2025). PENGARUH GREEN ACCOUNTING DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN ENERGI BATU BARA. *Neraca Peradaban*, 5(3), 595–609.
- Ramadhanthy, F. W., & Rachmawati, T. (2026). Pengaruh CSR, Profitabilitas dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 6(1), 372–386.
<https://doi.org/10.55606/jurimea.v6i1.1904>
- Rohmiatun, E. T., Sofwan, S. V., Fipiariny, Aprianti, S., Amyulianthy, R., Purwitasari, F., Ahmar, N., Mira, Astuti, T., Dwitayanti, Y., Rachmawaty, S., Ikbali, M., Fuadi, F., Handayani, M., Mahsina, Puspitasari, A., & Fauziah, D. A. (2021). *AKUNTANSI HIJAU* (R. Ginting, Ed.; Cetakan Pertama). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Rosiva, M., Wahyuni, I., & Subaida, I. (2022). PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(2), 400–414.
- Salma, S., Hermuningsih, S., & Hidayat, R. (2024). PENGARUH CASH HOLDING DAN RETURN ON ASSET TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DIMODERASI OLEH DEBT TO EQUITY RATIO. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 13(04), 1252–1261.
- Sanarta, K. (2023). *Kewajiban CSR Perusahaan dalam Peraturan Perundang-undangan*. Hukumonline.Com.
<https://rcs.hukumonline.com/insights/kewajiban-csr-perusahaan>
- Sapitri, N., & Hernawati, R. In. (2025). Pengaruh GCG dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 22(2), 470–485.
<https://jurnal.univpgripalembang.ac.id/index.php/Ekonomika/index>
- Satira, E., & Rizqi, R. M. (2026). Pengaruh Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan dengan Environmental Performance Sebagai Variabel Moderasi. *Indonesia Economic Journal*,

- 2(1), 410–425.
<https://doi.org/10.63822/etzzzz87>
- Savitri, D. A. M., Kurniasari, D., & Mbiliyora, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Strukur Modal sebagai variabel Intervening (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(2), 500–507.
<https://doi.org/10.29040/jap.v21i2.1825>
- Siregar, F. A., Astuti, T., & Amyulianthy, R. (2024). Pengaruh Green Accounting, Net Working Capital, dan Total Asset Turnover Terhadap Nilai Perusahaan. *Indonesian Journal of Auditing and Accounting*, 1(2), 55–67.
- Siswanto, R., & Yanti, B. (2018). Pengaruh Corporate Sosial Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Konstruksi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(3).
<https://doi.org/10.31317>
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374.
- Sulistiyowati, E., Wisudawati, T., & Saputro, W. A. (2021). PENGARUH RETURN ON ASSET (ROA) DAN INVESTMENT OPPORTUNITY SET (IOS) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Bismak*, 1(1), 41–48.
- Wijaya, F. A., Mansur, F., & Hernando, R. (2024). PENGARUH GREEN ACCOUNTING TERHADAP TOBIN'S Q DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2018-2022). *FINANCIAL: Jurnal Akuntansi*, 10(1), 97–117.
- Yudhanti, M. C., & Mulyani, S. D. (2025). PENGARUH CSR, KEBIJAKAN DIVIDEN, DAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI MODERASI. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 5(2), 1403–1414.
<https://doi.org/10.25105/jet.v5i2.23622>
- Yuliana, A. F. (2024). *Consumer: 1H24 Results Round-up*. Samuel Sekuritas Indonesia.
<https://samuel.co.id/research-reports/consumer-1h24-results-round-up/>
- Zulkifli, A. A. (2025). PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR, EMISI KARBON DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 12(1), 129–146. <https://doi.org/10.25105/jat.v12i1>