Jurilma (Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia)
Vol. 3,No. 2, Desember 2026
E-ISSN : 3046-9538
Website : https://ejournal.rizaniamedia.com/index.php/jurilma

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

Renna Li'is Raaqi Nuurika[1], Aminul Amin[2]
[1,2]STIE Malangkucecwara, Kota Malang
rennanuurika@gmail.com[1*]
aminul@stie-mce.ac.id[2]
*Corresponding Author

Diterima : 25 Oktober 2026; Direvisi : 16 Nopember 2026; Diterbitkan : 11 Desember 2026;

Abstrak

Penelitian bertujuan menganalisis pengaruh Green Accounting dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022–2024. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketidakkonsistenan hasil penelitian mengenai pengaruh Green Accounting dan CSR terhadap nilai perusahaan serta terbatasnya penelitian yang menempatkan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur di Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder berupa laporan keuangan dan keberlanjutan. Sampel ditentukan menggunakan purposive sampling dan diperoleh 96 observasi. Green Accounting diproksikan menggunakan peringkat PROPER, CSR diukur menggunakan Corporate Social Responsibility Index (CSRI) berdasarkan standar GRI 2021, profitabilitas menggunakan Return on Assets (ROA), sedangkan nilai perusahaan diukur menggunakan Price to Book Value (PBV). Analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Green Accounting tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan CSR berpengaruh positif dan signifikan. Profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh Green Accounting, tetapi mampu memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa pasar modal mengapresiasi informasi CSR dibandingkan kinerja lingkungan melalui PROPER. Bagi perusahaan, penguatan CSR dapat membangun reputasi dan kepercayaan stakeholder. Bagi investor, CSR dan profitabilitas dapat menjadi informasi dalam menilai prospek dan nilai perusahaan.

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

The Influence of Green Accounting and Corporate Social Responsibility on Firm Value with Profitability as a Moderating Variable

Abstract

This study aims to analyze the effect of Green Accounting and Corporate Social Responsibility (CSR) on firm value, with profitability as a moderating variable, among manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2022–2024 period. This study is motivated by the inconsistent findings of previous research regarding the effects of Green Accounting and CSR on firm value, as well as the limited research examining profitability as a moderating variable in manufacturing companies in Indonesia. A quantitative approach was employed using secondary data obtained from financial and sustainability reports. The sample was determined using purposive sampling, resulting in 96 observations. Green Accounting was proxied by PROPER ratings, CSR was measured using the Corporate Social Responsibility Index (CSRI) based on the 2021 GRI Standards, profitability was measured using Return on Assets (ROA), and firm value was measured using Price to Book Value (PBV). Data were analyzed using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4.0. The results show that Green Accounting has no significant effect on firm value, whereas CSR has a positive and significant effect. Profitability does not moderate the effect of Green Accounting but strengthens the effect of CSR on firm value. These findings indicate that the capital market appreciates CSR information more than environmental performance as measured by PROPER. For companies, strengthening CSR can enhance reputation and stakeholder trust. For investors, CSR and profitability can provide relevant information for assessing firm prospects and value.

***Keywords:** Green Accounting, Corporate Social Responsibility, Firm Value*

doi: http://dx.doi.org/ 10.69533
Copyright © 2025 Author(s). This is an open access article under the CC BY-SA license

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi global telah mendorong perubahan dunia usaha dari yang semula berorientasi pada pencapaian keuntungan menjadi pembangunan berkelanjutan. Perusahaan tidak lagi hanya dituntut menghasilkan laba, tetapi juga harus memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas operasionalnya. Perubahan tersebut dipengaruhi oleh meningkatnya kesadaran masyarakat, investor, pemerintah, serta pemangku kepentingan terhadap pentingnya praktik bisnis yang berkelanjutan. Konsep *Environmental, Social*, and *Governance* (ESG) menjadi salah satu indikator yang semakin diperhatikan dalam menilai kinerja perusahaan karena dianggap mampu mencerminkan kemampuan perusahaan menciptakan nilai jangka panjang sekaligus meminimalkan risiko lingkungan dan sosial.

Di Indonesia, sektor manufaktur merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), industri pengolahan masih menjadi kontributor terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, dengan kontribusi sekitar 18–19% terhadap total PDB nasional pada tahun 2024 serta mencatat pertumbuhan sebesar 4,43%. Di sisi lain, sektor manufaktur juga menjadi sektor yang memiliki dampak lingkungan cukup besar akibat tingginya penggunaan energi, bahan baku, air, serta menghasilkan limbah padat, limbah cair, dan emisi gas rumah kaca. Kondisi tersebut menjadikan perusahaan manufaktur sebagai sektor yang dituntut untuk menerapkan praktik bisnis yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Pemerintah Indonesia mendorong pembangunan berkelanjutan melalui kewajiban penyusunan *Sustainability Report* oleh perusahaan serta evaluasi kinerja lingkungan melalui Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). Seiring meningkatnya perhatian terhadap investasi berkelanjutan, investor tidak hanya mempertimbangkan aspek keuangan, tetapi juga informasi mengenai lingkungan dan tanggung jawab sosial perusahaan. Kondisi tersebut menuntut perusahaan manufaktur untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui penerapan *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Green Accounting* merupakan pendekatan yang mengintegrasikan aspek lingkungan ke dalam pengukuran, analisis, dan pelaporan aktivitas bisnis, sehingga perusahaan dapat meningkatkan transparansi dan tanggung jawab terhadap dampak lingkungan yang ditimbulkan dari kegiatan operasionalnya.

Dalam perkembangan bisnis berkelanjutan, *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) semakin penting karena perusahaan tidak hanya dituntut berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan dampak lingkungan dan sosial. Wijayanto dan Putri (2018) menyatakan bahwa penerapan *Green Accounting* dapat meningkatkan biaya operasional dalam jangka pendek, tetapi berpotensi memberikan manfaat jangka panjang melalui efisiensi, penghematan biaya, dan peningkatan citra perusahaan. Sejalan dengan itu, (Handoko & Santoso, 2023) menjelaskan bahwa praktik *Green Accounting* dapat mendorong efisiensi penggunaan sumber daya, mengurangi limbah, serta meningkatkan citra perusahaan. Sementara itu, (Angraini, 2023) menyatakan bahwa CSR merupakan bentuk komitmen perusahaan untuk bertindak etis terhadap lingkungan dan masyarakat. Penerapan CSR juga dapat memberikan manfaat bagi perusahaan melalui peningkatan reputasi, kepercayaan pemangku kepentingan, dan kinerja keuangan (Robert Jao, Fransiskus Randa, Anthony Holly, 2024). Dalam konteks tersebut, *Green Accounting* dan CSR dipandang berpotensi meningkatkan nilai perusahaan melalui transparansi, reputasi, serta kepercayaan investor. Profitabilitas juga berperan penting karena perusahaan dengan kemampuan menghasilkan laba yang tinggi memiliki sumber daya lebih besar untuk mendukung berbagai inisiatif keberlanjutan.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang belum konsisten mengenai pengaruh *Green Accounting* dan CSR terhadap nilai perusahaan. Beberapa penelitian menemukan pengaruh positif, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan tidak adanya pengaruh. Hasil mengenai profitabilitas sebagai variabel moderasi juga berbeda, dimana profitabilitas mampu memperkuat hubungan CSR terhadap nilai perusahaan pada beberapa penelitian, tetapi tidak pada penelitian lainnya. **perbedaan hasil penelitian** mengenai pengaruh *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Gunawan dan Mulyani (2023) serta Purbaningsih (2024) menemukan bahwa *Green Accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan Astuti (2024), Yuliani dan Prijianto (2022), serta Yani dan Wijaya (2022) menemukan adanya pengaruh positif. Perbedaan juga terlihat pada CSR, dimana Gunawan dan Mulyani (2023) serta Kristanti (2022) menemukan pengaruh positif dan signifikan, sedangkan Mustofa dan Suaidah (2020) menemukan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu, hasil penelitian mengenai profitabilitas sebagai variabel moderasi juga belum konsisten, karena profitabilitas mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan pada Gunawan dan Mulyani (2023) serta Kristanti (2022), tetapi tidak mampu memoderasi hubungan tersebut pada Miladeny et al. (2021).

Perbedaan hasil penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas, profitabilitas dipilih sebagai variabel moderasi karena kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dapat mencerminkan kondisi keuangan dan menjadi pertimbangan investor dalam menilai keberlanjutan perusahaan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang baik diharapkan mampu mendukung pelaksanaan dan pengungkapan CSR serta pengelolaan lingkungan secara lebih optimal, sehingga informasi tersebut dapat memberikan sinyal yang lebih positif kepada investor dan berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian terdahulu yang masih menunjukkan perbedaan mengenai pengaruh *Green Accounting* dan CSR terhadap nilai perusahaan serta kemampuan profitabilitas dalam memoderasi hubungan tersebut menunjukkan adanya celah penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali hubungan *Green Accounting* dan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2022–2024.

METODE PENELITAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Menurut (Sugiyono, 2017), penelitian kuantitatif berlandaskan filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu melalui pengumpulan serta analisis data secara statistik untuk menguji hipotesis, sedangkan (Sekaran & Bougie, 2020) menjelaskan bahwa penelitian kausal bertujuan mengidentifikasi hubungan sebab-akibat antarvariabel melalui pengujian hipotesis. Data yang digunakan berupa data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yang tersedia di Bursa Efek Indonesia (BEI), dengan analisis kuantitatif deskriptif korelasional untuk menguji pengaruh *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh profitabilitas. Analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 4.0.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 4.0 karena penelitian bertujuan menguji pengaruh Green Accounting dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan serta peran profitabilitas sebagai variabel moderasi secara simultan. PLS-SEM dipilih

karena mampu menganalisis hubungan antarvariabel dalam satu model struktural, menguji efek moderasi serta sesuai untuk penelitian yang menggunakan beberapa indikator dan data sekunder dengan karakteristik yang tidak harus memenuhi asumsi distribusi normal. Selain itu PLS-SEM memungkinkan pengujian model pengukuran dan model struktural secara menyeluruh melalui uji validitas, reliabilitas, koefisien jalur, R-Square dan signifikansi antarvariabel.

Populasi penelitian terdiri atas 227 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2022–2024. Sampel ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria – kriteria yang dtelah ditetapkan. Pada penelitian ini terdapat empat kriteria dalam pemilihan sampel yakni perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2022–2024, mempublikasikan laporan keuangan secara lengkap, tidak mengalami kerugian selama periode penelitian, dan telah diaudit oleh PROPER pada tahun 2022–2024. Berdasrakan kriteria tersebut, perusahaan yang memenuhi kriteria untuk selanjutnya digunakan sebagai sampel penelitian berjumlah 96 perusahaan manufaktur. Berikut adalah tabel perhitungan penentuan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini:

Tabel 1. Penentuan Jumlah Sampel Berdasarkan Kriteria

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan Manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024	227
2	Perusahaan tidak mempublikasikan laporan keuangan lengkap	(9)
3	Perusahaan mengalami kerugian selama periode tahun 2022 – 2024	(36)
4	Perusahaan tidak mengikuti program PROPER pada tahun 2022 – 2024	(150)
5	Jumlah Perusahaan sebagai sampel	32
6	Jangka Waktu penelitian	3 tahun
7	Jumlah sampel penelitian (periode 3 tahun)	96

Variabel independen merupakan variabel yang menjadi sebab perubahan atau memengaruhi timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2017). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut Lako (2018) green accounting merupakan proses pengakuan, pengukuran, pencatatan, penyajian, dan pengungkapan transaksi atau peristiwa yang berkaitan dengan aspek lingkungan dalam laporan perusahaan. Berdasarkan konsep tersebut, penggunaan PROPER sebagai indikator *green accounting* dalam penelitian ini didasarkan karena peringkat PROPER memberi informasi mengenai tingkat kinerja pengelolaan lingkungan perusahaan yang dievaluasi oleh pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup. Secara metodologis peringkat PROPER dikonversi menjadi skala numerik, yaitu emas dengan skala nilai 5, hijau nilai skala 4, biru dengan skala nilai 3, merah dengan skala nilai 2 dan hitam dengan skala nilai 1.

Sementara itu menurut Global Reporting Initiative (GRI, 2021) pengungkapan keberlanjutan dilakukan melalui informasi mengenai dampak oranisasi terhadap ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Pengukuran CSR menggunakan CSRI dengan pendekatan *dummy scoring* sejalan dengan metode pengungkapan, yaitu memberikan skor 1 untuk item yang diungkapkan dan 0 untuk item yang tidak diungkapkan. Adapun untuk memperoleh keseluruhan nilai untuk CSRI perusahaan dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan, yaitu variabel yang dipengaruhi atau merupakan akibat dari variabel independen (Sugiyono, 2017). Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV), yang mencerminkan perbandingan antara harga pasar saham dan nilai buku per lembar saham.

(Hutabarat, 2019) PBV merupakan rasio pasar yang digunakan untuk mengukur apresiasi pasar terhadap nilai buku perusahaan. Berikut adalah rumus untuk menghitung nilai *Price to Book Value* (PBV):

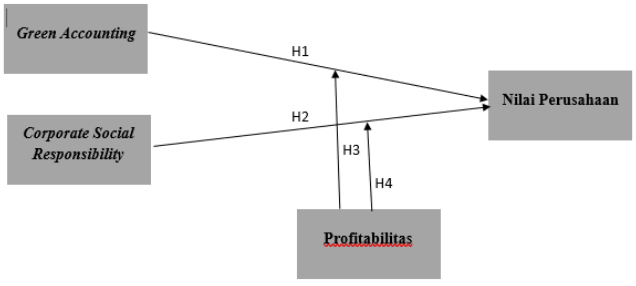
Price to Book Value = Harga saham / (Total Ekuitas / Jumlah saham beredar)

Selanjutnya, variabel moderasi dalam penelitian ini adalah profitabilitas. Variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan dependen (Sugiyono, 2017), (Kasmir & Lainnya, 2019), rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba dari aktivitas operasionalnya. Profitabilitas diukur menggunakan *Return on Assets* (ROA), yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan keseluruhan aset yang dimiliki. Semakin tinggi ROA, semakin efektif perusahaan dalam mengelola aset dan sumber daya untuk menghasilkan laba. Berikut adalah rumus untuk menghitung nilai ROA.

Return on Asset = Laba bersih / Total Aset

Terdapat dua prediksi penelitian tentang bagaimana *green accounting* memengaruhi nilai perusahaan. Pendapat pertama adalah bahwa nilai perusahaan akan meningkat jika ada tingkat *green accounting* yang tinggi. Ini karena investor dan *stakeholder* akan lebih tertarik untuk berinvestasi di perusahaan yang melakukan aktivitas pengelolaan lingkungan yang baik (Permatasari et al., 2019). Konsumen dan masyarakat saat ini lebih tertarik untuk membeli barang dan jasa yang ramah lingkungan, sehingga *profitabilitas* akan naik dan dapat meningkatkan nilai perushaan. Prediksi kedua, jika *green accounting* yang tinggi tidak berdampak pada nilai perusahaan karena pengaruh kinerja lingkungan tidak sebesar atau sekecil pengaruh dalam aspek keuangan. Akibatnya, investor lebih cenderung memperhatikan kinerja manajemen dan kinerja keuangan yang baik daripada kinerja lingkungan.

Prediksi tentang *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan juga ada dua kemungkinan. Prediksi pertama csr berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan semakin tinggi tanggung jawab social perusahaan maka *stakeholder* akan lebih tertarik untuk berinvestasi di perusahaan (Robert Jao, Fransiskus Randa, Anthony Holly, 2024) *Profitabilitas* juga akan naik karena Masyarakat juga ikut merasakan adanya csr dari perusahaan, sehingga nilai perusahaan akan naik. Prediksi kedua csr tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan pelaksanaan CSR yang tercermin dalam kinerja perusahaan membutuhkan waktu cukup lama, sehingga wajar jika dalam jangka pendek pelaksanaan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan maupun profitabilitas. Berikut ini adalah model konseptual pada penelitian ini.



Gambar 1. Model Konseptual

Berdasarkan landasan teori dan kerangka konseptual yang telah dikemukakan, penelitian ini menguji pengaruh Green Accounting dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai

Perusahaan, serta peran Profitabilitas sebagai variabel moderasi. Green Accounting mencerminkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, sedangkan CSR menunjukkan tanggung jawab perusahaan terhadap aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Kedua aspek tersebut dapat menjadi informasi bagi pemangku kepentingan dalam menilai keberlanjutan perusahaan. Profitabilitas diduga dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh Green Accounting dan CSR terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hubungan tersebut hipotesis penelitian terdiri atas H1: Green Accounting berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan; H2: Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan; H3: Profitabilitas memoderasi pengaruh Green Accounting terhadap Nilai Perusahaan; dan H4: Profitabilitas memoderasi pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan.

HASIL PENELITIAN

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara menyajikan, menggambarkan, merangkum data yang telah diperoleh, tanpa mengambil keputusan ataupun membuat generalisasi tentang populasi secara keseluruhan (Sugiyono, 2017). Pada analisis ini dijelaskan karakteristik data penelitian berdasarkan indikator statistik yang meliputi jumlah sampel, nilai rata-rata (mean), nilai minimum (Min), nilai maksimum (Max). Hasil analisis ini mengambarkan kondisi dan pola data dari variabel-variabel yang diteliti, sesuai pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif

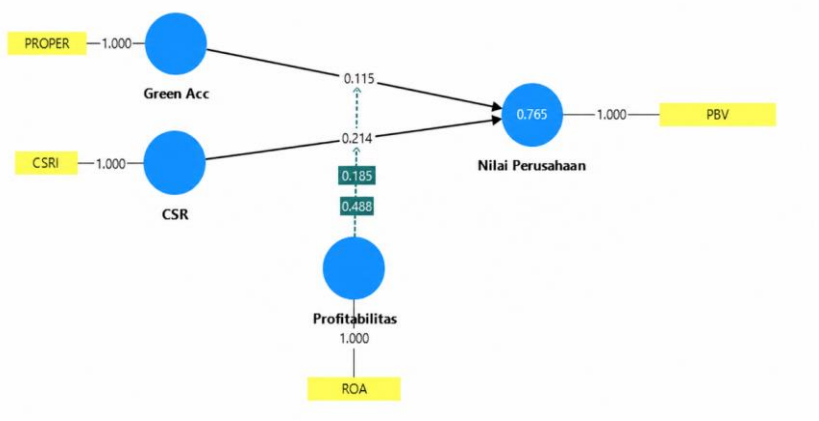
Name	N	Mean	Scale Min	Scale Max
Green Accounting	96	3.177	3.000	5.000
CSR	96	0.313	0.000	0.840
Nilai Perusahaan	96	3.303	0.026	31.29
Profitabilitas	96	6.839	0.010	32.61

Sumber: Output SmartPLS 4.0

Berdasarkan Tabel 2, penelitian menggunakan 96 data observasi dari 33 perusahaan selama periode 2022–2024. *Green Accounting* yang diproksikan melalui PROPER memiliki nilai rata-rata 3,177 dengan nilai minimum 3 dan maksimum 5, menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan berada pada peringkat PROPER biru. CSR memiliki rata-rata pengungkapan sebesar 0,313 atau 31,3%, dengan nilai minimum 0 dan maksimum 0,840. Nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV memiliki rata-rata 3,303, minimum 0,026, dan maksimum 31,29. Sementara itu, profitabilitas yang diproksikan dengan ROA memiliki rata-rata 6,839%, minimum 0,010%, dan maksimum 32,61%.

2. Hasil Evaluasi Model Pengukuruan *Outer Model* (Validitas Konvergen)

Pada hasil evaluasi validitas konvergen dapat tercermin dari hasil outer loading dari masing-masing indikator. Outer loading merupakan suatu nilai yang menerangkan hubungan (korelasi) antara suatu indikator dan variabel latennya (Setiawan, 2017). Apabila semakin tinggi nilai suatu outer loading, maka semakin kuat hubungan antara indikator dengan varaibel latennya.



Gambar 2. Hasil Outer Loading
Sumber: Output SmartPLS 4.0

Pada analisis *Partial Least Squares-Structural Equation Modelling* (PLS-SEM), suatu infikator dinyatakan memenuhi validitas konvergen apabila memiliki nilai outer loading di atas 0.70, karena dapat menunjukkan bahwa lebih dari 50% varians indikator mampu dijelaskan oleh konstruk laten (Joseph Franklin Hair & Christian M. Ringle, 2022). Dengan kata lain apabila nilai suatu outer loading menghasilkan nilai > 0,7 dapat diterima, dan hasil nilai *outer model* sesuai Tabel 3.

Tabel 3. Matriks Outer Loading

	CSR	Green Accounting	Nilai Perusahaan	Proftabilitas	Profitabilitas x CSR	Profitabilitas x Green Accounting
CSRI	1.000					
PBV			1.000			
PROPER		1.000				
ROA				1.000		
Profitabilitas x CSR					1.000	
Profitabilitas x Green Accounting						1.000

Sumber: Output SmartPLS 4.0

Berdasarkan data pada tabel 3 dapat diketahui bahwa secara keseluruhan hasil pengujian *outer loading* bernilai 1.000 > 0.700 yang berarti indikator telah memenuhi persayartan validitas konvergen, sehingga model pengukuran dinyatakan layak dan dapat dilanjutkan ke tahap pengujian model selanjutnya.

3. Pengujian Model Struktural *Inner Model*

a). R-Square

Menurut (Joseph Franklin Hair & Christian M. Ringle, 2022) koefisien determinasi mengukur daya penjelasan model yaitu besarnya variasi kosntruk endogen yang dapat dijelaskan oleh seluruh konstruk eksogen yang mempengaruhinya. Apabila nila R-Square 0.75 maka termasuk kategori substantial (kuat), 0.50 termasuk kategori moderate (sedang) dan 0.25 kategori *weak* (lemah)

Tabel 4. Hasil Uji R-Square

	R-Square	R-Square adjusted

Nilai Perusahaan	0.765	0.757

Sumber: Output SmartPLS 4.0

Berdasarkan hasil pada tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai R-Square nya sebesar 0.765. Angka ini memiliki arti bahwa varaibel independen yang meliputi *green accounting* dan CSR, variabel moderasi yakni profitabilitas serta interaksinya mampu menjelaskan variabel dependen yang dalam penelitian ini variabel nilai perusahaan yakni sebesar 76,5%, sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang diteliti saat ini. Mengacu pada pendapat (Joseph Franklin Hair & Christian M. Ringle, 2022) , nilai R-Square sebesar 0.765 termasuk ke dalam kategori substantial (kuat). Hasil ini mengindikasikan bahwa kemampuan variabel *green accounting, corporate social responsibility,* serta interaksi profitabilitas sebagai variabel moderasi dalam menjelaskan perubahan nilai perusahaan memiliki kemampuan penjelasan yang kuat.

b). *F Square (F2)*

Pada Uji F-Square (Effect Size) memiliki tujuan untuk menilai besarnya efek yang ditimbulkan oleh setiap variabel eksogen terhadap variabel endogen, sehingga dapat diketahui kontribusi masing-masing variabel dalam menjelaskan variabel dependen. Apabila nilai F-Square sebesar 0.02, hal ini menandakan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen lemah, apabila nilai F-Square sebesar 0.15 menandakan pengaruh sedang dan nilai nilai F2 sebesar 0.35 menandakan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen kuat (Ghozali, 2021).

Tabel 5. Hasil Uji F Square

	Nilai Perusahaan
CSR	0,371
Green Accounting	0,025
Profitabilitas x CSR	0,457
Profitabilitas x Green Accounting	0,084

Sumber: Output SmartPLS 4.0

Berdasrakan uji F-Square pada tabel 10, dapat diketahu bahwa nilai F-Square *Corporate Social Responsibility* (CSR) ke Nilai Perusahaan sebesar 0.371. Nilai tersebut lebih besar dari 0.35 sehingga termasuk ke dalam kategori besar. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki peran yang relatif penting dalam mempengaruhi nilai perusahaan, sehingga keberadaan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memberikan kontribusi yang besar terhadap peningkatan kemampuan model dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan. Selanjutnya nilai F-Square pada *green accounting* ke Nilai perusahaan sebesar 0.025, yang termasuk dalam kategori lemah. Hasil ini menunjukkan bahwa keberadaan *green accounting* memberikan kontribusi yang terbatas terhadap kemampuan model dalam menjelaskan nilai perusahaan.

Pada nilai F-Square interasksi Profitabilitas x CSR ke nilai perusahaan sebesar 0.457, yang berarti memiliki pengaruh yang kuat. Pada hasil tersebut menunjukkan bahwa interaksi profitabilitas dan CSR memiliki *effect size* yang kuat dalam menjelaskan nilai perusahaan. Dengan kata lain keberadaan profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu meningkatkan pengaruh secara subsatnsial pada hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan nilai perusahan. Adapun pada nilai F-Square Profitabilitas x *Green Accounting* sebesar 0.084, yang termasuk dalam kategori kecil. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kontribusi inetraksi profitabilitas dan *green accounting* memberikan konstribusi yang relatif kecil terhadap kemampuan model dalam menjelaskan nilai perusahaan.

4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam SmartPLS dilakukan menggunakan metode *bootsrapping* pada apliaksi SmartPLS 4.0. Teknik ini bertujuan untuk mengestimasi tingkat signifikansi parameter model dengan menggunakan pengambilan sampel secara berulang dari data asli. Pada metode ini menghasilkan nilai *T-Statistics, P-Values serta standar error* tanpa mensyaratkan data berdistribusi normal. Pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% (0.05) yang menunjukkan tigkat keyakinan 95% sebagai dasar untuk menentukan signifikansi hubungan antar variabel. Penentuan penerimaan atau penolakan hipotesis didasarkan pada dua kriteria utama. Kriteria tersebut dapat dianalisa melalui nilai probabilitas *P Values* dan juga nilai *T Statistics*. Hipotesis dapat diterima apabila P Value < 0.05, dan T-statistik > T Tabel (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini didapatkan bahwa nilai T tabel nya adalah 1.98609. Selanjutnya apabila nilai koefisien jalur (original sample) positif, maka hubungan variabel yang diukur juga berpengaruh positig dan begitu pun sebaliknya.

	Original ...	Sample ...	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
CSR -> Nilai Perusahaan	0.214	0.162	0.106	2.018	0.047
Green Acc -> Nilai Perusahaan	0.115	0.099	0.102	1.127	0.330
Profitabilitas -> Nilai Perusahaan	0.563	0.355	0.206	2.733	0.006
Profitabilitas x CSR -> Nilai Perusahaan	0.488	0.196	0.229	2.131	0.026
Profitabilitas x Green Acc -> Nilai Per...	0.185	0.143	0.140	1.321	0.212

Gambar 3. Hasil Uji Hipotesis
Sumber: Output SmartPLS 4.0

Berdasarkan gambar 3 , hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Green Accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (P Value = 0,330; T-Statistik = 1,127; *Original Sample* = 0,115), sehingga H1 ditolak. Sebaliknya, CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (P Value = 0,047; T-Statistik = 2,018; *Original Sample* = 0,214), sehingga H2 diterima. Profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh *Green Accounting* terhadap nilai perusahaan (P Value = 0,212; T-Statistik = 1,321; *Original Sample* = 0,185; *F-Square* = 0,064), sehingga H3 ditolak. Sementara itu, aprofitabilitas mampu memoderasi secara positif pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan (P Value = 0,026; T-Statistik = 2,131; *Original Sample* = 0,488; *F-Square* = 0,357), sehingga H4 diterima**.**

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis, *green accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang ditunjukkan oleh P Value sebesar 0,330 > 0,05 dan T-Statistik sebesar 1,127 < 1,98609. Artinya, *green accounting* yang diproksikan melalui peringkat PROPER belum mampu memengaruhi nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2022–2024. Kondisi ini menunjukkan bahwa informasi mengenai kinerja lingkungan belum menjadi pertimbangan utama investor dalam menentukan nilai perusahaan karena investor cenderung lebih memperhatikan indikator keuangan seperti pertumbuhan laba, profitabilitas, arus kas, dan prospek perusahaan.

Perusahaan manufaktur yang telah mengimplementasikan *green accounting* berdasarkan ketentuan PROPER sering kali dianggap oleh para investor belum memberikan manfaat ekonomi secara langsung. Hasil pada penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya dengan topik yang sama yakni dilakukan oleh (Anisah, Septiawati, Rohma Puspitasari, 2025)

menyatakan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu penelitian lain yang dilakukan oleh (Octafiyanti et al., 2026) juga menyatakan hasil bahwa *green accounting* tidak secara signifikan mempengaruhi *company's value.*

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa peringkat PROPER belum mampu meningkatkan kepercayaan investor karena lebih dipandang sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi lingkungan daripada keunggulan kompetitif yang memberikan manfaat ekonomi secara langsung. Berdasarkan *Signaling Theory*, pengungkapan *green accounting* melalui PROPER belum memberikan sinyal yang cukup kuat mengenai prospek perusahaan kepada investor, sedangkan berdasarkan *Legitimacy Theory*, keikutsertaan perusahaan dalam PROPER lebih mencerminkan upaya memperoleh legitimasi dari pemerintah dan masyarakat. Selain itu, penerapan *green accounting* bersifat jangka panjang dan memerlukan biaya lingkungan yang dapat mengurangi keuntungan perusahaan (Kumala & Priantilianingtiasari, 2023), sementara investor pasar modal cenderung lebih mempertimbangkan informasi yang berdampak langsung terhadap kinerja keuangan. Dengan demikian, peringkat PROPER belum menjadi faktor utama dalam pembentukan nilai perusahaan.

Sejalan dengan pemaparan sebelumnya, pada penelitian ini meskipun perusahaan manufaktur telah menunjukkan kepedulian terhadap aspek lingkungan, para investor di pasar modal belum memberikan respon yang signifikan untuk menilai kinerja dan prospek perusahaan. Selain itu penerapan *green accounting* pada perusahaan manufaktur juga bersifat jangka panjang, sedangkan di pasar modal nilai perusahaan banyak dipengaruhi faktor maupun informasi yang memberikan dampak langsung terhadap kinerja keuangan. Dengan demikian ada atau tidaknya pengungkapan peringkat PROPER tidak menjadi pertimbangan utama bagi pembentukan nilai perusahaan di pasar modal.

2. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Pada penelitian ini, *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang ditunjukkan oleh P Value sebesar 0,047 < 0,05 dan T-Statistik sebesar 2,018 > 1,98609. Artinya, semakin baik dan lengkap pengungkapan CSR berdasarkan standar GRI 2021, semakin tinggi pula nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2022–2024. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Ricka Hidayati Chaniago, 2025) yang menyatakan bahwa variabel CSR terbukti berepengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Denny et al., 2022) dengan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

CSR yang diproksikan melalui pengungkapan berdasarkan standar GRI 2021 merupakan bentuk komitmen perusahaan dalam menyeimbangkan kepentingan bisnis dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pelaksanaan CSR dapat meningkatkan reputasi, kepercayaan pemangku kepentingan, serta mengurangi risiko sosial dan operasional perusahaan. Berdasarkan *Signaling Theory*, pengungkapan CSR menjadi sinyal positif bagi investor mengenai keberlanjutan dan prospek perusahaan, sedangkan konsistensi pengungkapan CSR dapat meningkatkan legitimasi perusahaan di mata masyarakat dan investor. Reputasi dan kepercayaan yang semakin baik dapat mendorong minat investor serta meningkatkan nilai

perusahaan. Dengan demikian, CSR menjadi salah satu faktor strategis dalam meningkatkan nilai perusahaan manufaktur.

Selain itu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menggunakan standar GRI 2021 yang dilakukan secara konsisten dapat meningkatkan legitimasi perusahaan di mata investor dan masyarakat. Perusahaan manufaktur yang rutin melaksanakan program CSR menunjukkan kepedulian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan sehingga dapat memperoleh kepercayaan yang lebih besar dari investor dan masyarakat. Reputasi yang baik memberikan sinyal positif kepada pasar mengenai prospek keberlanjutan perusahaan manufaktur sehinggan investor tertarik membeli saham, dan pada akhirnya berdampak pula pada kenaikan harga saham yang mencerminkan nilai perusahaan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa CSR sebagai faktor strategis dalam meningkatkan nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

3. Pengaruh Profitabilitas dalam Memoderasi Hubungan Green Accounting terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis, profitabilitas tidak berpengaruh signifikan dalam memoderasi hubungan *Green Accounting* terhadap nilai perusahaan, dengan P Value sebesar 0,212 > 0,05 dan T-Statistik sebesar 1,321 < 1,98609. Hasil ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2022–2024 tidak mampu memperkuat maupun memperlemah pengaruh *Green Accounting* terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain, pengaruh *Green Accounting* yang diproksikan melalui peringkat PROPER terhadap nilai perusahaan tidak bergantung pada tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Hasil penelitian ini senada dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Zhafira, 2024) Profitabilitas tidak memoderasi pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Rr Yoppy Palupi Purbaningsih, 2024) juga menyatakan bahwa *Green Accounting* dimoderasi Profitabilitas tidak ada pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa investor masih lebih mempertimbangkan indikator keuangan dan prospek usaha dibandingkan informasi pengelolaan lingkungan, sehingga profitabilitas yang tinggi belum tentu meningkatkan perhatian pasar terhadap penerapan *Green Accounting*. Selain itu, pencapaian kinerja lingkungan melalui PROPER memerlukan investasi dan biaya lingkungan yang relatif besar dan berpotensi mengurangi keuntungan perusahaan (Meiyana & Aisyah, 2019). Tingginya profitabilitas juga belum menjamin peningkatan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab lingkungan karena perusahaan cenderung mempertimbangkan efisiensi alokasi sumber daya. *Green Accounting* juga dipandang sebagai strategi keberlanjutan jangka panjang, sehingga pengaruhnya terhadap nilai perusahaan tidak secara langsung bergantung pada tingkat profitabilitas. Dengan demikian, profitabilitas bukan merupakan variabel moderasi yang efektif dalam memperkuat hubungan *Green Accounting* terhadap nilai perusahaan.

Selain itu penelitian ini juga mencerminkan bahwa investor pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode tahun 2022-2024 cenderung menilai penerapan *green accounting* sebagai strategi keberlanjutan dan bersifat jangka panjang. Hal ini menyebabkan pengaruh adanya *green accounting* yang diproksikan dengan peringkat PROPER terhadap nilai perusahaan manufaktur tidak bergantung dengan tinggi rendahnya profitabilitas. Dengan demikian profitabilitas tidak mampu memperkuat hubungan antara *Green Accounting* terhadap Nilai

Perusahaan, sehingga hasil penelitian ini menegaskan bahwa provitabilitas bukan varaibel yang efektif dalam memoderasi pengaruh *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan.

4. Pengaruh Profitabilitas dalam Memoderasi Hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan dalam memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan, dengan P Value sebesar 0,026 < 0,05 dan T-Statistik sebesar 2,131 > 1,98609. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas perusahaan manufaktur, semakin kuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Murnita & Putra, 2018) yang menyatakan profitabilitas merupakan variabel pemoderasi yang memperkuat hubungan CSR dan nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian lain dengan hasil yang sama dilakukan oleh (Angraini, 2023)yang menyatakan bahwa profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

Pada penelitian ini juga mengungkapkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas, maka semakin banyak pengungkapan CSR berdasarkan standar GRI 2021 yang dapat dilakukan. Artinya manfaat CSR terhadap peningkatan nilai perusahaan akan lebih optimal jika perusahaan dalam kondisi keuangan yang baik dengan laba yang tinggi. Berbeda hal jika perusahaan manufaktur memiliki tingkat profitabilitas rendah, pengaruh CSR terhadap niali perusahaan akan lebih terbatas karena pasar akan memfokuskan perhatian pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

Pada uji hipotesis ini, terdapat temuan yang mencerminkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan nilai ROA mampu memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Price To Book Value* (Nilai Buku). Perusahaan manufaktur yang mengahsilkan laba tinggi memiliki kemampuan yang lebih untuk melaksanakan program CSR. Pengungkapan pelaksanaan CSR menggunakan standar GRI 2021 secara kompleks dan lengkap juga mampu memberi citra positif perusahaan di mata *stakeholder*. Mendukung teori *stakeholder* yang dikemukan oleh (Freeman, 1984), bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh pemangku kepentingan seperti masyarakat, pemerintah, konsumen, karyawan dan investor.

Hasil penelitian ini mendukung *Stakeholder Theory* yang dikemukakan (Freeman, 1984), bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada masyarakat, pemerintah, konsumen, karyawan, dan investor. Perusahaan dengan kondisi keuangan yang kuat memiliki fleksibilitas lebih besar dalam mengalokasikan sumber daya untuk program CSR dan pengungkapannya, sehingga CSR dapat menjadi sinyal positif bagi investor mengenai kinerja keuangan sekaligus komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan keberlanjutan. Sebaliknya, pada perusahaan dengan profitabilitas rendah, pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan cenderung lebih terbatas karena pasar lebih berfokus pada kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Dengan demikian, profitabilitas memperkuat efektivitas CSR dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Temuan utama pada penelitian ini yakni para investor di pasar modal Indonesia memberikan apresiasi dan ketertarikan khusus yang lebih besar terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial atau CSR dibandikan dengan pengungkapan kinerja lingkungan yang diproksikan melalui peringkat PROPER oleh perusahaan manufaktur. Hal tersebut tercermin

dari hasil penelitian yang mengungkapkan bahwa pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan bernilai signifikan positif. Sementara itu *green accounting* yang diproksikan melalui peringkat PROPER perusahaan manufaktur belum mampu meningkatkan nilai perusahaan. Selanjutnya profitabilitas hanya dapat memperkuat hubungan CSR terhadap nilai perusahaan, dan tidak mampu memperkuat hubungan *green accounting* terhadap nilai perusahaan manufaktur. Temuan ini mencerminkan bahwa para investor masih lebih tertarik terhadap segala informasi keberlanjutan yang memiliki kegunaan nyata dan mudah diamati oleh para pemangku kepentingan dibandingkan dengan predikat dalam bidang lingkungan

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024, dapat disimpulkan bahwa *Green Accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang menunjukkan bahwa kinerja lingkungan yang diproksikan melalui peringkat PROPER belum secara langsung meningkatkan nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dapat meningkatkan persepsi positif terhadap perusahaan dan mendukung peningkatan nilai perusahaan. Profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh *Green Accounting* terhadap nilai perusahaan, sehingga tingkat profitabilitas belum memperkuat hubungan kinerja lingkungan dengan nilai perusahaan. Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, yang menunjukkan bahwa CSR lebih memberikan manfaat terhadap nilai perusahaan ketika didukung oleh kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Secara keseluruhan, CSR menunjukkan peran yang lebih kuat dalam meningkatkan nilai perusahaan dibandingkan *Green Accounting* dalam penelitian ini. Implikasi praktisnya, manajemen perlu meningkatkan kualitas dan transparansi pengungkapan CSR serta memastikan program CSR memberikan dampak nyata bagi pemangku kepentingan. Dalam pengelolaan lingkungan, perusahaan tidak hanya perlu mengejar peringkat PROPER, tetapi juga mengomunikasikan hasil dan manfaat kinerja lingkungan secara transparan agar lebih mudah dipahami oleh investor dan dapat mendukung persepsi positif terhadap perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Angraini, B. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, *3*, 1823–1830. https://doi.org/10.53494/jira.v11i2.1028

Anisah, Septiawati, Rohma Puspitasari, M. (2025). Pengaruh Green Accounting, Csr, Dan Inovasi Berkelanjutan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Energi Periode 2019-2023. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia*, *10*(1).

Denny, I. P., Wijaya, K., Ekonomi, J., Akuntansi, D. A. N., Ekonomi, F., & Ganesha, U. P. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility , Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019 – 2020 Skripsi. *Ekonomi Akuntansi*, *13*, 1186–1196.

Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman. https://books.google.co.id/books?id=4PUJAQAAMAAJ

Ghozali, I. (2021). *Partial least squares: konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.2. 9 untuk penelitian empiris*.

Handoko, J., & Santoso, V. (2023). Pengaruh Akuntansi Hijau dan Kinerja Lingkungan terhadap

Kinerja Keuangan dengan Tanggung Jawab Sosial sebagai Pemediasi. *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, *12*(1), 84–101. https://doi.org/10.21831/nominal.v12i1.56571

Hutabarat, T. (2019). Analisis laporan keuangan. *Gramedia Widiasarana Indonesia*, *Analisis L*(90500120045), 1–11.

Joseph Franklin Hair, G. T. M. H., & Christian M. Ringle, M. S. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) 3rd ed* (pp. 115–135).

Kasmir, D., & Lainnya, L. K. (2019). Analisis Laporan Keuangan Edisi Revisi. *Jakarta: Rajawali Pers*.

Kumala, N., & Priantilianingtiasari, R. (2023). Pegaruh Green Accounting, CSR dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2022. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, *5*, 776–795. https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.4634

Meiyana, A., & Aisyah, M. N. (2019). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-20. *Journal.Uny.Ac.Id*, *VIII*(1).

Murnita, P. E. M., & Putra, I. M. P. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, *23*(2), 1470–1494.

Octafiyanti, N., Reke, J. S. U., & Manalu, H. M. (2026). Pengaruh Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Komite Audit Sebagai Moderasi Pada Sektor Energi yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) 2020-2024. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, *5*(2), 436–443. https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.8311

Permatasari, M. P., Luh, N., & Setyastrini, P. (2019). Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Ditinjau Dari Teori Legitimasi dan Teori Stakeholder. *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan*, *5*(1), 1–03. http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/ap

Ricka Hidayati Chaniago. (2025). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kepemilikan Manajerial dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Indonesia Manajemen, Akuntansi, Ekonomi*, *1*(4), 240–248. https://doi.org/10.61674/065mx056

Robert Jao, Fransiskus Randa, Anthony Holly, E. L. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Reputasi Perusahaan Dan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, *9*(2). https://doi.org/10.37600/ekbi.v7i2.1937

Rr Yoppy Palupi Purbaningsih. (2024). Pengaruh Green Accounting Dan Corporate Soscial Rersponsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan(JAK)*, *29*.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill building approach*. john wiley & sons.

Setiawan, Y. A. (2017). *Kuantitatif dengan Smart Partial Least Squares (PLS)*.

Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment*. New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra.

Zhafira, L. (2024). Pengaruh Penerapan Green Accounting Terhadap Economic Performance. *In Search*, *22*(1), 142–147. https://doi.org/10.37278/insearch.v22i1.696