

Peranan *Financial Performance* Memoderasi Hubungan Penerapan *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility* dengan *Firm Value*

Ita Darsita^{1*},

Universitas Pamulang

Corresponding Author: Ita Darsita dosen02235@unpam.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords: Firm Value, Green Accounting, Corporate Social Responsibility, Financial Performance

Received : December 1, 2025

Revised : December 18, 2025

Accepted: December 22, 2025

©2025 The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This research explains the phenomenon of factors that influence company value. Company value is very important because it will affect the company's image. The better the company's image, the more it will influence investors confidence in making investments. Based on related phenomena and theories, the factors that influence company value in this research are the implementation of green accounting and corporate social responsibility. A company's success is often directly related to rising stock prices. Companies that have good value tend to have high share prices, both short and long term. This research aims to examine and analyze the moderating role of financial performance in the influence of the implementation of green accounting and corporate social responsibility on firm value in energy companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2018-2022. The type of research used is associative quantitative research. This research uses secondary data, a population of energy companies listed on the Indonesia Stock Exchange from 2018-2022, the sampling method used a random sampling technique to obtain 13 companies as research samples. The data analysis method used is a panel data regression test using Microsoft Excel and views 12 applications. The research results show that green accounting and corporate social responsibility have a positive effect on firm value. Partially, green accounting has a negative effect on firm value, while corporate social responsibility has a positive effect on firm value. Financial performance can moderate the relationship between green accounting and corporate social responsibility on firm value.

PENDAHULUAN

Sektor energi (*sector energy*) merupakan satu dari sekian sektor industri yang mendominasi dan unggul dalam berkontribusi untuk memperkuat perekonomian di Indonesia. Sampai saat ini saham sektor energi juga masih sangat unggul dan banyak diminati oleh para investor untuk berinvestasi. Sehubungan dengan hal itu, satu dari sekian cara yang dijalankan perusahaan energi adalah dengan menaikkan kekayaan pemilik dan pemegang saham perusahaan yaitu dengan menaikkan nilai atau nilai perusahaan. Valuasi perusahaan atau nilai perusahaan merupakan aspek penting yang dipertimbangkan investor saat memutuskan untuk berinvestasi di suatu perusahaan (Revinka et al., 2021). Nugraha et al. (2018) menuturkan bahwa nilai suatu perusahaan bisa ditentukan oleh harga saham perusahaan itu, yang mencerminkan pendapat investor perihal kinerja perusahaan itu. Saat harga saham perusahaan naik, begitu juga dengan nilai perusahaan.

Memaksimalkan nilai perusahaan penting untuk dilakukan, dikarenakan nilai Perusahaan dapat mendatangkan investasi untuk pengembangan perusahaan. Nilai perusahaan menunjukkan peluang perusahaan dimasa yang akan datang serta menunjukkan nilai pasar saham saat ini (Dewi & Narayana, 2020). Nilai perusahaan dapat dijadikan asumsi oleh investor dalam melihat tingkat keberhasilan perusahaan sejalan dengan harga saham perusahaan.

Tabel 1 Nilai Perusahaan pada Perusahaan Energi yang terdaftar di BEI periode 2018-2022

No	Nama Perusahaan	Nilai Perusahaan Tobins'Q				
		2018	2019	2020	2021	2022
1	PT ABM Investama Tbk.	1.1982	1.0417	0.9731	0.9071	0.9922
2	PT Adaro Energy Indonesia Tbk.	0.7730	0.9442	0.8916	1.0609	1.1078
3	PT Astrindo Nusantara Infrastruktur Tbk.	0.7890	0.8192	0.8239	0.7309	1.0994
4	PT Bumi Resources Tbk.	0.9900	0.9462	1.0567	0.9255	1.2600
5	PT Dian Swastatika Sentosa Tbk.	0.7579	0.7512	0.7355	1.2548	0.8527
6	PT Elnusa Tbk.	0.8604	0.8026	0.8450	0.7562	0.7918
7	PT Energi Mega Persada Tbk.	0.3791	0.2675	0.8541	0.7367	0.9762
8	PT Indika Energy Tbk.	0.8429	1.0532	0.9238	0.9060	0.8909
9	PT Medco Energi Internasional Tbk.	0.8909	0.9462	0.9649	0.9211	0.9933
10	PT Perusahaan Gas Negara Tbk.	1.0282	1.0406	0.8997	0.9177	0.9201
11	PT Petrosea Tbk.	0.8720	0.8101	0.8081	0.7854	0.9885
12	PT Golden Eagle Energy Tbk.	0.9399	0.7740	0.7741	0.8274	1.8713
13	PT TBS Energi Utama Tbk.	1.0251	0.8865	0.8720	1.0938	0.8907

Sumber : Data diolah peneliti

Dilihat dalam Tabel 1 tercatat bahwa masing-masing nilai perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022 dalam pengukuran rasio Tobin's Q, mengalami naik turun atau fluktuatif selama periode pengamatan dilakukan. Menurut (Dewi & Narayana, 2020) mengatakan bahwa jika nilai Tobin's Q perusahaan > 1 maka perusahaan dalam keadaan *overvalued* (harga saham yang tinggi), sedangkan apabila < 1 maka perusahaan dalam keadaan *undervalued* (harga saham yang rendah). Tingginya nilai

perusahaan suatu entitas sejalan dengan meningkatnya harga saham perusahaan akibat dari banyaknya investor yang menanamkan modalnya pada perusahaan, begitu juga sebaliknya rendahnya nilai perusahaan suatu entitas sejalan dengan menurunnya harga saham perusahaan. Pada era saat ini, semakin pesatnya persaingan antar pelaku bisnis, berbagai strategi yang dilakukan perusahaan agar mendapat perhatian dari masyarakat, perusahaan tidak hanya bertujuan mencari keuntungan saja, tetapi juga memperhatikan kondisi lingkungan maupun sosial di sekitar perusahaan.

Firm value merupakan salah satu indikator utama dalam menarik investasi untuk mengembangkan perusahaan. Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai saat ini (Hery, 2017:5). Menurut Indarini Silvia (2019:2) nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham. Nilai perusahaan memiliki posisi yang sangat penting bagi perusahaan karena dengan peningkatan nilai perusahaan akan diikuti dengan peningkatan harga saham yang mencerminkan peningkatan kemakmuran pemegang saham. Perusahaan yang banyak berinvestasi akan menimbulkan pemikiran yang positif bagi investor sehingga harga saham akan meningkat dan berdampak kepada nilai perusahaan. Nilai perusahaan suatu perusahaan tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya *green accounting*, *corporate social responsibility* dan *financial performance* sebagai pemoderasi.

Penerapan *green accounting* sebagai salah satu tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan. Pemerintah yang berperan sebagai pemangku kebijakan mengupayakan berbagai solusi untuk menanggulangi terjadinya pencemaran lingkungan karena adanya aktivitas ekonomi. Diterbitkannya peraturan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 pasal 74, memuat tentang kewajiban perseroan terbatas untuk melaporkan tanggung jawab lingkungan dan sosial dalam menyusun laporan keuangannya. Artinya informasi tanggungjawab sosial perusahaan wajib disampaikan kepada pihak yang bersangkutan baik itu investor, masyarakat, pemerintah maupun pihak lain (Maharani & Handayani, 2021).

Green accounting merupakan penerapan akuntansi dengan memasukkan biaya lingkungan dalam beban usaha untuk pelestarian lingkungan (Dewi & Narayana, 2020). Kedepannya prospek perusahaan akan lebih baik dengan banyaknya investor yang berinvestasi berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Berdasarkan konsep teori legitimasi yang mana membuat perusahaan berusaha mendapatkan legitimasi atau pengakuan dari masyarakat sekitar, oleh sebab itu dengan adanya penerapan *green accounting* ini, perusahaan dapat melakukan kegiatan atau program yang membangun hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat berdasarkan norma atau aturan yang ada, dengan harapan perusahaan tersebut dapat diterima di tengah-tengah lingkungan masyarakat dimana perusahaan dibangun.

Selain penerapan *green accounting*, terdapat *corporate social responsibility* merupakan suatu kajian yang membuat perusahaan bertanggungjawab terhadap masalah lingkungan akibat aktivitas operasional perusahaan, terlebih yang berhubungan dengan pemakaian sumber daya alam secara langsung. Berdasarkan UU Nomor 40 Tahun 2007 bahwa perusahaan yang berkaitan dengan pemakaian sumber daya alam secara langsung wajib melaporkan kegiatan CSR perusahaan. Menurut (Rihanti & Raharjo, 2021 dalam Astusti, *et al* 2023) manfaat melakukan kegiatan CSR yaitu memenuhi kewajiban regulasi pemerintah, membangun citra perusahaan yang baik, memperoleh pengakuan atau legitimasi dari masyarakat, menanggulangi risiko perusahaan akibat konflik sosial. Salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk menangani isu kerusakan lingkungan perusahaan adalah dengan menerapkan strategi *corporate social responsibility*. Selain itu CSR tumbuh sebagai ketidakpuasan yang dirasakan akibat pencemaran lingkungan dan eksploitasi besar-besaran sumber daya alam dan energi yang menyebabkan kerusakan lingkungan.

Pengungkapan CSR dianggap penting dalam peningkatan nilai perusahaan. Melalui CSR dapat membangun hubungan baik dengan *stakeholder* yang meliputi pemegang saham, *customer*, karyawan, kompetitor, pemerintah, serta publik lainnya. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa pemangku kepentingan (*stakeholder*) berperan dalam terwujudnya keberlangsungan perusahaan. Melalui program CSR akan menjadi perantara perusahaan dengan para *stakeholder*. Adanya CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat memberikan dampak yang baik bagi perusahaan khususnya dan masyarakat pada umumnya, bahwa perusahaan tersebut peduli akan keadaan lingkungan sosial di sekitar perusahaan, oleh sebab itu perusahaan akan mendapatkan citra yang baik di mata masyarakat. Kedepannya hal tersebut dapat memberikan dampak positif berupa kepercayaan investor akan keberlangsungan perusahaan, serta meningkatnya nilai perusahaan yang akan berdampak pada tingginya ketertarikan investor dalam berinvestasi di perusahaan tersebut.

Kinerja keuangan (*financial performance*) adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar (Fahmi, 2015) dalam Astri dan Arya (2021). Kinerja keuangan perusahaan tercemin dalam laporan keuangan tahun tertentu ataupun dijadikan dengan tahun-tahun sebelumnya sehingga dapat melihat perkembangan atau penurunan yang terjadi dari tahun ketahun serta untuk mengetahui konsisten tidaknya suatu perusahaan.

Oleh sebab itu, ukuran untuk keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari kemampuannya dalam menyejahterakan para pemegang saham. Menurut Wijaya dan Sedana (2015) perusahaan yang banyak melakukan investasi atau menanamkan modal pada perusahaan tersebut akan menimbulkan pengaruh positif di kalangan investor sehingga menyebabkan harga saham naik dan mempengaruhi nilai perusahaan. Maka investor dapat menilai kinerja keuangan dalam meningkatkan nilai perusahaan tersebut dalam mengurangi banyaknya ancaman yang disebabkan oleh masalah-masalah terkait lingkungan.

Berdasarkan *Fenomena Gap* dan *Research Gap* sebagaimana telah diuraikan pada latar belakang penelitian ini, maka *financial performance* mengenai *green accounting* dan *corporate social responsibility* yang memoderasi dengan *firm value* penting untuk diteliti. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan penjelasan mengenai peran *green accounting*, dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap *firm value*, serta peran dari keberadaan *financial performance* yang ada dalam sebuah perusahaan khususnya perusahaan *energy* yang dapat memoderasi kedua variable tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Firm Value

Menurut Husnan (2019) *firm value* atau Nilai perusahaan merupakan harga yang disepakati oleh calon pembeli pada saat perusahaan tersebut diperdagangkan. Nilai perusahaan semakin tinggi saat calon pembeli bersedia membayar dengan harga yang semakin mahal, dilihat dari peluang berkembangnya perusahaan semakin baik kedepannya. Prospek yang baik berarti kinerja perusahaan salah satunya dilihat dari keuntungan (*profit*) yang diharapkan cukup besar dan semakin meningkat kedepannya. Bagi perusahaan yang *go public* dengan memperdagangkan saham perusahaannya di pasar saham, maka harga saham yang diperjualbelikan di BEI merupakan salah satu indikator dari naik turunnya nilai perusahaan. *Firm value* atau sering disebut nilai perusahaan menunjukkan kadar penilaian akan sebuah perusahaan atas keberhasilannya dalam mengelola dan melakukan kegiatan usahanya, *firm value* yang baik memberikan dampak positif bagi para *stakeholder* khususnya pemilik perusahaan. Peningkatan *firm value* merupakan gabungan dari berbagai sumber dan faktor pendukung yang terus berkontribusi dan bersinergi dalam menjalani proses bisnis. Jika *firm value* tinggi maka tingkat kemakmuran yang didapat oleh pemilik perusahaan akan semakin besar.

Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui pelaporannya dengan mengirimkan sinyal melalui laporan tahunannya (Leland dan Pyle dalam Scott, 2012:475). Semakin banyak berita bagus (*good news*) dalam pelaporan terhadap laba dan kegiatan *green accounting* dan *corporate social responsibility* maka semakin baik prospek kinerja perusahaan di masa depan karena perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan semata namun juga peduli pada hubungan sosial dan kelestarian lingkungan. Hal ini akan ditangkap sebagai sinyal positif oleh investor sebab perusahaan mendapatkan penilaian yang baik di mata investor melalui peningkatan transaksi permintaan saham yang tercermin dari kenaikan harga saham dan meningkatnya nilai perusahaan. Teori sinyal memberikan gambaran bahwa sinyal atau isyarat merupakan suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Teori ini mengungkapkan bahwa investor dapat membedakan antara perusahaan yang memiliki nilai tinggi dengan perusahaan yang memiliki nilai rendah (Brigham dan Houston, 2013). Meningkatnya nilai perusahaan ini secara tidak langsung membuat kinerja perusahaan pun ikut menjadi lebih baik, sehingga perusahaan akan dipandang baik karena kepeduliannya terhadap lingkungan dan sosial.

Pada penelitian (Astuti, *et al.*, 2023) dan Mega Lestari (2023) menyatakan *green accounting*, *profitabilitas* dan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap Nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₁ : Diduga *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *Firm Value*.

Green Accounting

Menurut Ikhsan (2008), *green accounting* adalah istilah lain yang berkaitan dengan biaya lingkungan dalam praktik akuntansi perusahaan atau lembaga. Biaya lingkungan adalah dampak yang timbul dari sisi finansial dan non finansial yang harus ditanggung sebagai akibat dari kegiatan yang mempengaruhi kualitas lingkungan. *Green accounting* merupakan konsep akuntansi lingkungan yang menunjukkan usaha untuk menggabungkan manfaat lingkungan dan biaya ke dalam pengambilan keputusan ekonomi. Penerapan *green accounting* sangat berpengaruh untuk meningkatkan nilai perusahaan. Penerapan *green accounting* pada perusahaan berdampak positif bagi perkembangan perusahaan dan nilai perusahaan, karena para *investor* akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan dan juga dapat memberikan kepercayaan kepada *investor*. Oleh sebab itu, citra perusahaan tersebut akan meningkat dan nilai perusahaan juga akan ikut meningkat.

Strategi dalam rangka mewujudkan keberlanjutan perusahaan dapat dipengaruhi dengan adanya *legitimasi* masyarakat. Teori *legitimasi* menyatakan bahwa organisasi secara terus menerus mencoba untuk menyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan-batasan dan norma-norma masyarakat dimana mereka berada (Rawi, 2010). Teori ini merupakan salah satu teori yang dapat memberikan motivasi untuk perusahaan dalam mengemukakan laporan berkelanjutan. Manfaat dari teori ini yaitu dapat menilai perilaku organisasi perusahaan dan juga membatasi melalui norma dalam kepeduliannya terhadap lingkungan.

Pada penelitian (Dewi & Narayana, 2020), (Abdurrahman, 2019), dan Maharani dan (Handayani, 2021) menyatakan bahwa *green accounting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya apabila perusahaan dapat menerapkan dan meningkatkan pengungkapan atas kinerja lingkungannya maka akan termasuk sebagai salah satu upaya penerapan dalam *green accounting* yang secara tidak langsung akan meningkatkan nilai perusahaan karena dapat memberikan citra positif dan rasa percaya terhadap *stakeholder* atas keberlangsungan perusahaan dimasa depan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₂ : Diduga *Green Accounting* berpengaruh terhadap *Firm Value*

Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility adalah tentang mengelola hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan untuk menghasilkan keuntungan dan dampak positif secara keseluruhan pada masyarakat (Mardikanto, 2018). *Corporate social responsibility* merupakan pendekatan bisnis dengan

berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dengan memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan kepada semua pemangku kepentingan. Teori pemangku kepentingan (*stakeholder theory*) percaya bahwa vitalitas dan keberhasilan perusahaan tergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kepentingan para pemangku kepentingan dengan memenuhi aspek ekonomi dan non ekonominya. Untuk memenuhi hal tersebut, maka diwujudkan dalam kegiatan CSR, yang dimana perusahaan berinvestasi dalam aktivitas tanggung jawab sosial akan mempunyai risiko kecil karena kemungkinan dapat dikenakan biaya dimasa depan yang semakin kecil, sehingga disisi lain reputasi perusahaan tersebut akan meningkat. Oleh sebab itu, hal tersebut akan menimbulkan respon positif dari *investor* sehingga dapat menaikkan harga saham perusahaan. Pada saat harga saham perusahaan mengalami kenaikan, maka nilai perusahaan tersebut pun juga meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh (Erlangga *et al.*, 2021), (Zulaika & Sihombing, 2019), dan (Rahmantari, 2021) menyatakan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Dikarenakan semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan maka *stakeholder* akan semakin puas dan akan memberikan dukungannya kepada perusahaan yang bertujuan untuk menaikkan kinerja, mencapai laba dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₃ : Diduga *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *Firm Value*

Financial Performance* memoderasi hubungan *Green Accounting* dengan *Firm Value

Green accounting yang baik penerapannya dapat memberikan respon positif dari investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan dan hal itu juga akan memberikan point plus bagi perusahaan sehingga dapat membuat para pemegang saham tertarik untuk menyimpan modalnya pada perusahaan yang mempunyai kinerja perusahaan yang baik, karena kinerja perusahaan akan terlihat baik apabila perusahaan mampu meningkatkan nilai perusahaan setelah perusahaan tersebut menerapkan konsep *green accounting*. Menurut Yousef (2003) bahwa perusahaan dapat dikatakan ikut andil dalam menjaga lingkungan hidup jika mempunyai perhatian pada lingkungan hidup. Penerapan *Green Accounting* dapat membuat kinerja perusahaan menjadi lebih baik sehingga dapat meningkatkan nilai suatu perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan Mardiana dan Wuryani (2019) menunjukkan langkah- langkah pengelolaan lingkungan yang paling baik diterapkan dapat membangkitkan respon positif dari investor sehingga hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. penelitian Hiemelda Gunawan dan Susi Dwi Mulyani (2023) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan. Begitu pula dalam penelitian any *et al* (2023) menunjukan kinerja keuangan tidak mampu memoderasi hubungan *green accounting* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₄ : Diduga *Financial Performance* memoderasi hubungan *Green Accounting* dengan *Firm Value*.

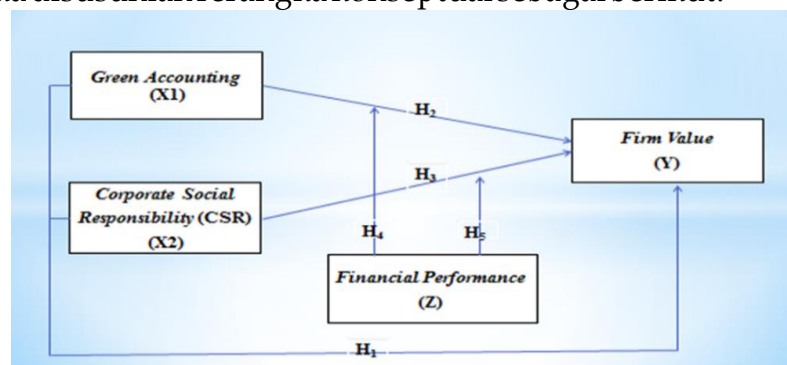
Financial Performance* memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan *Firm Value

Corporate social responsibility adalah cara perusahaan untuk memahami pentingnya tanggung jawab perusahaan untuk meminimalkan dampak negatif dari semua kebijakan dan operasional perusahaan. Implementasi CSR pada perusahaan saat menguntungkan bagi perusahaan tersebut, karena perusahaan yang memiliki CSR yang baik dapat menimbulkan citra yang baik, sehingga nilai perusahaan akan meningkat. Meningkatnya nilai perusahaan ini secara tidak langsung membuat kinerja perusahaan pun ikut menjadi lebih baik, sehingga perusahaan akan dipandang baik karena kepeduliannya terhadap lingkungan dan sosial. Oleh sebab itu, hal tersebut dapat membuat menyejahterakan para pemangku kepentingan dan memberikan kepercayaan kepada investor.

Pada penelitian yang dilakukan penelitian Hiemelda Gunawan dan Susi Dwi Mulyani (2023) menunjukkan bahwa Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan penelitian Karina & Setiadi, (2020) menyatakan *good corporate governance* sebagai variabel moderating memperlemah terhadap hubungan antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₅ : Diduga *Financial Performance* memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan *Firm Value*.

Rerangka konseptual didalam penelitian ini menunjukkan hubungan antara *variabel independen* dengan *variabel dependen* dan diperkuat atau diperlemah dengan *variabel moderating*. *Variabel dependen* dalam penelitian ini adalah *firm value*, *variabel independen* *green accounting*, dan *corporate social responsibility* dan *variabel moderating* *financial performance*. Berdasarkan uraian diatas maka disusunlah rerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan metode asosiatif. Penelitian Kuantitatif yang dikutip dari Sugiyono (2019:16) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang

berlandaskan pada *filsafat positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan metode *asosiatif* menurut Sugiyono (2019:21) penelitian *asosiatif* merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variable atau lebih. Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan regresi data panel. Data panel atau *polling* adalah kombinasi dari data bertipe *cross-section* dan *time series*, yakni sejumlah variabel diobservasi atas sejumlah kategori dan dikumpulkan dalam suatu jangka waktu tertentu.

Unit penelitian ini dilakukan pada Perusahaan *Energy* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2018-2022 dengan mengakses data sekunder berupa laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) yang telah diaudit oleh lembaga profesional dan independen, sehingga keabsahan dan validitas data tersebut dapat dipertanggung jawabkan melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id BEI merupakan pasar modal yang ada di Indonesia dan memiliki peran yang penting dalam perekonomian Indonesia, yaitu berupa fungsi ekonomi dan fungsi keuangan. Adapun tujuan dari penelitian untuk menjelaskan hubungan antara variabel dependen (*firm value*) dan variabel independen (*green accounting* dan *corporate social responsibility*) serta variabel moderasi (*financial performance*) dengan kerangka konseptual dan pengembangan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

Pada penelitian ini, populasi yang digunakan adalah perusahaan *Energy* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022 sebanyak 82 perusahaan. Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *non probability* sampling dengan teknik yang diambil yaitu teknik *simple random sampling* dihasilkan sampel sebanyak 13 perusahaan dengan 5 tahun pengamatan sehingga data observasi dalam penelitian ini sebanyak 65 data observasi.

Untuk mengolah data sekunder yang didapat, peneliti menggunakan program aplikasi bantuan software statistik diantaranya *MS.Exel* meliputi pembuatan tabel dan grafik untuk analisis deskriptif. Sedangkan kegiatan pengolahan data dengan *EViews* versi 12 digunakan untuk membantu dalam menganalisis data yang digunakan dalam melakukan pengujian signifikansi analisis regresi data panel. Metode analisis yaitu metode dimana peneliti melakukan pengolahan atau analisis terhadap data-data yang telah lolos kriteria agar hasil yang diperoleh dapat mendukung hipotesis yang telah diajukan. Metode analisis yang diambil peneliti adalah metode analisis kuantitatif. Hal ini digunakan untuk menguji data-data yang dipergunakan memenuhi syarat-syarat sebagai alat ukur yang baik atau tidak.

HASIL PENELITIAN

Deskriptif Statistik

Uji *statistik deskriptif* merupakan uji yang dapat memberikan gambaran atau deskripsi penelitian, yang dapat dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), median, maksimum, minimum dan standar deviasi guna sebagai tinjauan awal suatu

penelitian. Hasil uji analisis deskriptif penelitian ini menjelaskan mengenai distribusi variabel-variabel dalam penelitian ini. Berikut hasil uji analisis deskriptif dari olah data penelitian:

Tabel 2 Hasil Uji *Statistik Deskriptif*

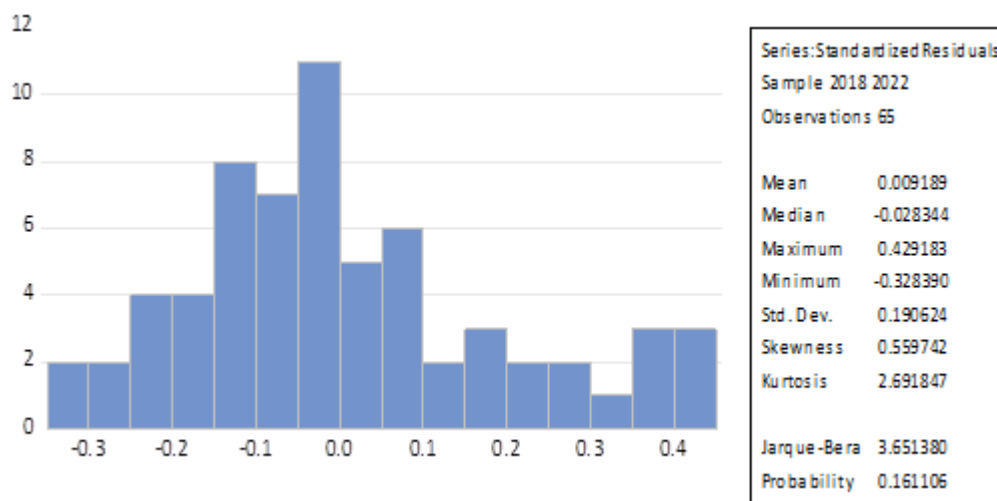
	FV	GA	CSR
Mean	0.912470	3.846154	2.620308
Median	0.899730	4.000000	2.540000
Maximum	1.871290	5.000000	3.360000
Minimum	0.267510	3.000000	2.120000
Std. Dev.	0.200094	0.887954	0.307459
Skewness	1.093623	0.304232	0.549232
Kurtosis	11.36092	1.356010	2.419264
Jarque-Bera	202.2828	8.322524	4.181333
Probability	0.000000	0.015588	0.123605
Sum	59.31053	250.0000	170.3200
Sum Sq. Dev.	2.562410	50.46154	6.049994
Observations	65	65	65

Sumber: *Output views* 12 yang diolah peneliti

Uji Asumsi Klasik

Uji *asumsi klasik* digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada kelayakan dalam regresi di dalam penelitian. Adapun uji *asumsi klasik* yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *normalitas*, uji *multikolinearitas*, uji *heteroskedastisitas*, serta uji *autokorelasi*.

1. Uji Normalitas



Sumber: *Output views* 12 yang diolah peneliti

Gambar 2 Hasil Uji *Normalitas*

Dapat dilihat dari grafik *histogram* diatas nilai *Jarque Bera* sebesar 3.651380 sementara nilai *Probability* 0.161106 yang mana lebih besar signifikan 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini telah terdistribusi dengan normal.

2. Uji *Multikolinearitas*

Tabel 3 Hasil Uji *Multikolinearitas*

	GA	CSR
GA	1.000000	-0.037597
CSR	-0.037597	1.000000

Sumber: *Output eviews 12* yang diolah peneliti

Berdasarkan pengujian terhadap nilai koefisien korelasi pada tabel 3 dapat diketahui masing-masing variabel independen yaitu *green accounting* dan *corporate social responsibility* menghasilkan nilai koefisien $-0.037597 < 0.90$, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak mengalami masalah *multikolinearitas*.

3. Uji *Heteroskedastisitas*

Tabel 4 Hasil Uji *Heteroskedastisitas*

Heteroskedasticity Test: Glejser
Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	1.933112	Prob. F(2,62)	0.1533
Obs*R-squared	3.815378	Prob. Chi-Square(2)	0.1484
Scaled explained SS	6.355028	Prob. Chi-Square(2)	0.0417

Sumber: *Output eviews 12* yang diolah peneliti

Diketahui pada Tabel 4 di atas, hasil uji *Glejser* menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai *probability* sebesar $0.1484 > (\alpha = 0.05)$, maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini tidak terjadi *heteroskedastisitas*.

4. Uji *Autokorelasi*

Tabel 5 Hasil Uji *Autokorelasi*

Root MSE	0.189375	R-squared	0.287274
Mean dependent var	1.685252	Adjusted R-squared	0.264283
S.D. dependent var	0.944126	S.E. of regression	0.193902
Sum squared resid	2.331080	F-statistic	12.49500
Durbin-Watson stat	1.607529	Prob(F-statistic)	0.000028

Sumber: *Output eviews 12* yang diolah peneliti

Diketahui pada Tabel 5 di atas, hasil uji *autokorelasi* menunjukkan bahwa nilai *Durbin Watson* (DW) dari model regresi data panel diketahui memiliki nilai $-2 < 1.607529 < 2$. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak ada masalah *autokorelasi*.

Uji Analisis Regresi Data Panel

Analisis regresi data panel bertujuan untuk melihat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen dengan skala pengukuran rasio dalam suatu persamaan linear. Analisis regresi data panel digunakan untuk mengukur pengaruh dan hubungan variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali, 2017). Analisis regresi data panel digunakan untuk mengetahui pengaruh penerapan *Green Accounting* (X1), dan *Corporate Social Responsibility* (X2), dengan *Firm Value* (Y). Nilai koefisien regresi menentukan dasar analisis, jika koefisien bernilai positif maka variabel independen memiliki pengaruh searah dengan variabel dependen, yang berarti setiap peningkatan nilai variabel independen akan menyebabkan peningkatan variabel dependen, demikian sebaliknya. Berikut merupakan hasil analisis regresi linear berganda:

Tabel 6 Hasil Uji Analisa Regresi Data Panel

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.447642	0.108535	4.124407	0.0001
GA	0.049241	0.012292	4.005786	0.0002
CSR	0.101950	0.041067	2.482527	0.0158

Sumber: *Output views* 12 yang diolah peneliti

Berdasarkan Tabel 6 di atas, dapat dirumuskan suatu persamaan uji analisis regresi data panel sebagai berikut:

$$Y = 0.447642 + 0.049241(X_1) + 0.101950(X_2) + 0.108535$$

Hasil persamaan regresi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Dari persamaan di atas diketahui konstanta menunjukkan nilai sebesar 0.447642. Artinya apabila semua variabel independen yaitu *green accounting* dan *corporate social responsibility* sama dengan 0, maka nilai dari *firm value* akan bernilai sebesar 0.447642.
2. Koefisien regresi dari variabel *green accounting* dengan *firm value* adalah positif yaitu menunjukkan nilai sebesar 0.049241. Bertanda positif artinya apabila setiap kenaikan variabel *green accounting* naik 1% dengan mengasumsikan variabel lain tetap, maka akan diikuti oleh peningkatan *firm value* sebesar 0.049241.
3. Koefisien regresi dari variabel *corporate social responsibility* dengan *firm value* adalah positif yaitu menunjukkan nilai sebesar 0.101950. Bertanda positif, artinya apabila setiap kenaikan *corporate social responsibility* naik 1% dengan mengasumsikan variabel lain tetap, maka akan diikuti oleh peningkatan *firm value* sebesar 0.101950.

Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi R-Square

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi R-Square

Root MSE	0.189375	R-squared	0.287274
Mean dependent var	1.685252	Adjusted R-squared	0.264283
S.D. dependent var	0.944126	S.E. of regression	0.193902
Sum squared resid	2.331080	F-statistic	12.49500
Durbin-Watson stat	1.607529	Prob(F-statistic)	0.000028

Sumber: *Output views* 12 yang diolah peneliti

Berdasarkan Tabel 7 di atas, hasil uji koefisien determinasi *R-square* didapatkan nilai *Adjusted R-square* sebesar 0.264283 atau 26.42% dari variabel dependen yaitu *firm value* yang dapat dipengaruhi oleh variabel independen yaitu *green accounting* dan *corporate social responsibility*. Sedangkan sisanya yaitu 73.58% (100% - 26.42%) dipengaruhi oleh variabel - variabel lain yang tidak diikuti sertakan dalam penelitian.

2. Uji Signifikan Simultan (Uji-F)

Tabel 8 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji-F)

RootMSE	0.189375	R-squared	0.287274
Mean dependent var	1.685252	Adjusted R-squared	0.264283
S.D. dependent var	0.944126	S.E. of regression	0.193902
Sum squared resid	2.331080	F-statistic	12.49500
Durbin-Watson stat	1.607529	Prob(F-statistic)	0.000028

Sumber: *Output eviews* 12 yang diolah peneliti

Berdasarkan Tabel 8 di atas, nilai probabilitas (*f-statistic*) sebesar $0.000028 < 0,05$ dan pencarian F-Tabel dengan jumlah (n)= 65, jumlah variabel 4, taraf signifikan = 0.05, $df1 = 4-1 = 3$ dan $df2 = n - k = 65 - 4 = 61$, sehingga diperoleh nilai F-tabel sebesar 2.76 maka F-hitung $12.49500 > F\text{-tabel } 2.76$. Maka dapat disimpulkan pada penelitian ini bahwa secara bersama-sama atau simultan variabel independen yaitu *green accounting* dan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu *firm value*, sehingga dalam penelitian ini hipotesis pertama (H1) diterima.

3. Uji Parsial (Uji Statistik t)

Tabel 9 Hasil Uji Parsial (Uji Statistik t)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.447642	0.108535	4.124407	0.0001
GA	0.049241	0.012292	4.005786	0.0002
CSR	0.101950	0.041067	2.482527	0.0158

Sumber: *Output eviews* 12 yang diolah peneliti

Berdasarkan tabel 9 di atas merupakan hasil uji statistic t dari model terpilih yang diolah oleh peneliti. Penjelasan hipotesis dalam penelitian ini berdasarkan hasil uji parsial (uji t) dengan nilai t tabel 1.67022 dimana nilai tersebut berasal ($n - k$) atau $(65 - 4) = 61$ dengan signifikan 0.05 atau 5% sebagai berikut:

- Variabel independen yaitu *green accounting* dalam hasil pengujian memiliki nilai t hitung sebesar 4.005786 dan nilai t tabel 1.67022 sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($4.005786 > 1.67022$). Hal ini dibuktikan dengan nilai probabilitas variabel *green accounting* sebesar $0.0002 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *green accounting* berpengaruh positif terhadap *firm value*, sehingga dalam penelitian ini hipotesis kedua (H2) diterima.
- Variabel independen yaitu *corporate social responsibility* dalam hasil pengujian memiliki nilai t hitung sebesar 2.482527 dan nilai t tabel 1.67022 sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($2.482527 > 1.67022$). Hal ini dibuktikan dengan nilai probabilitas variabel *corporate social responsibility* sebesar $0.0158 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap *firm value*, sehingga dalam penelitian ini hipotesis ketiga (H3) diterima.

Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Uji Moderated Regression Analysis merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk mempertahankan integritas sampel dan memberikan dasar

untuk mengontrol pengaruh variabel moderator (Ghozali, 2018). Hasil uji *Moderated Regression Analysis* adalah sebagai berikut:

Tabel 10 Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.900836	0.028912	31.15767	0.0000
GA	-0.646507	0.014653	-44.12149	0.0000
CSR	-1.156846	0.062374	-18.54696	0.0000
FP	0.035297	0.010376	3.401819	0.0011
M1	-0.177523	0.018690	-9.498052	0.0000
M2	1.859915	0.057506	32.34311	0.0000

Sumber: *Output views* 12 yang diolah peneliti

Berdasarkan hasil uji *Moderated Regression Analysis* yang disajikan pada tabel 10 diatas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui probabilitas M1 *green accounting* yang dimoderasi oleh *financial performance* adalah sebesar $0.0000 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan *financial performance* memoderasi pengaruh *green accounting* terhadap *firm value*. Koefisien regresi M1 yang merupakan interaksi dari *green accounting* dengan *financial performance* bernilai negatif sebesar -0.177523 menunjukkan bahwa setiap bertambahnya *green accounting* yang dimoderasi oleh *financial performance* sebesar 1 unit maka akan menurunkan *firm value* sebesar -0.177523. Sehingga dalam penelitian ini hipotesis keempat (H4) diterima.
2. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui probabilitas M2 *corporate social responsibility* yang dimoderasi oleh *financial performance* adalah sebesar $0.0000 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan *financial performance* memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *firm value*. Koefisien regresi M2 yang merupakan interaksi dari *corporate social responsibility* dengan *financial performance* bernilai positif sebesar 1.859915 menunjukkan bahwa setiap bertambahnya *corporate social responsibility* yang dimoderasi oleh *financial performance* sebesar 1 unit maka akan meningkatkan *firm value* sebesar 1.859915. Sehingga dalam penelitian ini hipotesis kelima (H5) diterima.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari hasil uji statistik F untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap variabel dependen dan uji statistik t yang menguji apakah variabel independen secara individual atau parsial berpengaruh terhadap variabel dependen serta menguji *Moderated Regression Analysis*, maka hasil tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa nilai probabilitas (*f-statistic*) sebesar $0.000028 < 0,05$ dan pencarian F-Tabel dengan jumlah (n)= 65, jumlah variabel 4, taraf signifikan = 0.05, $df1 = 4 - 1 = 3$ dan $df2 = n - k = 65 - 4 = 61$, sehingga diperoleh nilai F-tabel sebesar 2.76 maka F-hitung $12.49500 > F\text{-tabel } 2.76$. Maka dapat disimpulkan pada penelitian ini bahwa secara bersama-sama atau simultan variabel independen yaitu *green accounting* dan *corporate social responsibility*

berpengaruh positif terhadap variable dependen yaitu *firm value*, sehingga dalam penelitian ini hipotesis pertama (H1) diterima. Semakin banyak berita bagus (*good news*) dalam pelaporan terhadap laba dan kegiatan *green accounting* dan *corporate social responsibility* maka semakin baik prospek kinerja perusahaan di masa depan karena perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan semata namun juga peduli pada hubungan sosial dan kelestarian lingkungan. Hal ini akan ditangkap sebagai sinyal positif oleh investor sebab perusahaan mendapatkan penilaian yang baik di mata investor melalui peningkatan transaksi permintaan saham yang tercermin dari kenaikan harga saham dan meningkatnya nilai perusahaan. Dengan demikian teori *signaling* dalam penelitian ini terjawab. Teori sinyal memberikan gambaran bahwa sinyal atau isyarat merupakan suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ni Komang Nilawati Astuti, et al (2023) dan Mega Lestari (2023) menyatakan *green accounting*, *profitabilitas* dan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel independen yaitu *green accounting* dalam hasil pengujian memiliki nilai t hitung sebesar 4.005786 dan nilai t tabel 1.67022 sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($4.005786 > 1.67022$). Hal ini dibuktikan dengan nilai probabilitas variabel *green accounting* sebesar $0.0002 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *green accounting* berpengaruh positif terhadap *firm value*, sehingga dalam penelitian ini hipotesis kedua (H2) diterima. *Green accounting* merupakan konsep akuntansi lingkungan yang menunjukkan usaha untuk menggabungkan manfaat lingkungan dan biaya ke dalam pengambilan keputusan ekonomi. Apabila perusahaan memperhatikan lingkungan sekitar dan pengelolaannya, maka akan menambah *value* dari perusahaan tersebut dan akan menambah respon dari masyarakat yang tentunya bernilai positif. Penerapan *green accounting* pada perusahaan berdampak positif bagi perkembangan perusahaan dan nilai perusahaan, karena para *investor* akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan dan juga dapat memberikan kepercayaan kepada *investor*. Oleh sebab itu, citra perusahaan tersebut akan meningkat dan nilai perusahaan juga akan ikut meningkat. Dengan demikian teori legitimasi dalam penelitian ini terjawab. Teori *legitimasi* menyatakan bahwa organisasi secara terus menerus mencoba untuk menyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan-batasan dan norma-norma masyarakat dimana mereka berada. Teori ini merupakan salah satu teori yang dapat memberikan motivasi untuk perusahaan dalam mengemukakan laporan berkelanjutan. Manfaat dari teori ini yaitu dapat menilai perilaku organisasi perusahaan dan juga membatasi melalui norma dalam kepeduliannya terhadap lingkungan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Dewi & Narayana, 2020), (Abdurrahman, 2019), dan Maharani dan (Handayani, 2021) menyatakan bahwa *green accounting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan,

Artinya apabila perusahaan dapat menerapkan dan meningkatkan pengungkapan atas kinerja lingkungannya maka akan termasuk sebagai salah satu upaya penerapan dalam *green accounting* yang secara tidak langsung akan meningkatkan nilai perusahaan karena dapat memberikan citra positif dan rasa percaya terhadap *stakeholder* atas keberlangsungan perusahaan dimasa depan.

3. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel independen yaitu *corporate social responsibility* dalam hasil pengujian memiliki nilai t hitung sebesar 2.482527 dan nilai t tabel 1.67022 sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($2.482527 > 1.67022$). Hal ini dibuktikan dengan nilai probabilitas variabel *corporate social responsibility* sebesar $0.0158 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap *firm value*, sehingga dalam penelitian ini hipotesis ketiga (H3) diterima. *Corporate social responsibility* adalah tentang mengelola hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan untuk menghasilkan keuntungan dan dampak positif secara keseluruhan pada masyarakat (Mardikanto, 2018). *Corporate social responsibility* merupakan pendekatan bisnis dengan berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dengan memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan kepada semua pemangku kepentingan. Teori pemangku kepentingan (*stakeholder theory*) percaya bahwa vitalitas dan keberhasilan perusahaan tergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kepentingan para pemangku kepentingan dengan memenuhi aspek ekonomi dan non ekonominya. Untuk memenuhi hal tersebut, maka diwujudkan dalam kegiatan *corporate social responsibility*, yang dimana perusahaan berinvestasi dalam aktivitas tanggung jawab sosial akan mempunyai risiko kecil karena kemungkinan dapat dikenakan biaya dimasa depan yang semakin kecil, sehingga disisi lain reputasi perusahaan tersebut akan meningkat. Oleh sebab itu, hal tersebut akan menimbulkan respon positif dari investor sehingga dapat menaikkan harga saham perusahaan. Pada saat harga saham perusahaan mengalami kenaikan, maka nilai perusahaan tersebut pun juga meningkat. Sehingga semakin baik pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan maka *stakeholder* akan semakin puas dan akan memberikan dukungannya kepada perusahaan yang bertujuan untuk menaikkan kinerja, mencapai laba dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian teori *stakeholder* dalam penelitian ini terjawab. Teori pemangku kepentingan menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas bisnis yang harus dapat memberikan manfaat bagi pemangku kepentingannya serta beroperasi untuk kepentingannya sendiri. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan dari para pemangku kepentingan perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Laksmi (2020) menemukan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Begitu juga dengan hasil penelitian (Erlangga et al., 2021), (Zulaika & Sihombing, 2019), dan (Rahmantari, 2021) menyatakan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai

perusahaan. Dikarenakan semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan maka stakeholder akan semakin puas dan akan memberikan dukungannya kepada perusahaan yang bertujuan untuk menaikkan kinerja, mencapai laba dan akan meningkatkan nilai perusahaan.

4. Berdasarkan hasil uji *Moderated Regression Analysis* dapat diketahui probabilitas *green accounting* yang dimoderasi oleh *financial performance* adalah sebesar $0.0000 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan *financial performance* memoderasi pengaruh *green accounting* terhadap *firm value*. Koefisien regresi M1 yang merupakan interaksi dari *green accounting* dengan *financial performance* bernilai negatif sebesar -0.177523 menunjukkan bahwa setiap bertambahnya *green accounting* yang dimoderasi oleh *financial performance* sebesar 1 unit maka akan menurunkan *firm value* sebesar -0.177523. Hal ini membuktikan bahwa kinerja keuangan yang baik akan memperkuat hubungan penerapan *green accounting* terhadap nilai perusahaan. Sehingga dalam penelitian ini hipotesis kelima (H4) diterima.
5. Berdasarkan hasil uji *Moderated Regression Analysis* Tahap II dapat diketahui probabilitas *corporate social responsibility* yang dimoderasi oleh *financial performance* adalah sebesar $0.0000 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan *financial performance* memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *firm value*. Koefisien regresi M2 yang merupakan interaksi dari *corporate social responsibility* dengan *financial performance* bernilai positif sebesar 1.859915 menunjukkan bahwa setiap bertambahnya *corporate social responsibility* yang dimoderasi oleh *financial performance* sebesar 1 unit maka akan meningkatkan *firm value* sebesar 1.859915. Hal ini membuktikan bahwa kinerja keuangan yang baik akan memperkuat hubungan penerapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Sehingga dalam penelitian ini hipotesis kelima (H5) diterima.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh *green accounting* dan *corporate social responsibility* terhadap *firm value* dengan *financial performance* sebagai variabel moderasi pada perusahaan *energy* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2018 – 2022. Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara statistik terbukti bahwa penerapan *green accounting* dan *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap *firm value*. Dari hasil ini dapat diasumsikan bahwa teori sinyal terjawab. Hal ini akan ditangkap sebagai sinyal positif oleh investor karena perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan semata namun juga peduli pada hubungan kelestarian lingkungan dan sosial.
2. Secara statistik terbukti bahwa *green accounting* berpengaruh negatif terhadap *firm value*. Dari hasil ini dapat diasumsikan bahwa teori legitimasi terjawab. Teori *legitimasi* menyatakan bahwa organisasi secara terus menerus mencoba untuk menyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan

batasan-batasan dan norma-norma masyarakat dimana mereka berada. Artinya Penerapan *green accounting* pada perusahaan berdampak positif bagi perkembangan perusahaan dan nilai perusahaan, karena para *investor* akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan dan juga dapat memberikan kepercayaan.

3. Secara statistik terbukti bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap *firm value*. Dari hasil penelitian ini dapat diasumsikan bahwa teori stakeholder terjawab. Semakin baik pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan maka stakeholder akan semakin puas dan akan memberikan dukungannya kepada perusahaan yang bertujuan untuk menaikkan kinerja, mencapai laba dan akan meningkatkan nilai perusahaan.
4. Secara statistik terbukti bahwa *financial performance* mampu memperkuat hubungan *green accounting* terhadap *firm value*. Hal ini membuktikan bahwa kinerja keuangan yang baik akan memperkuat hubungan penerapan *green accounting* terhadap nilai perusahaan.
5. Secara statistik terbukti bahwa *financial performance* mampu memperkuat hubungan *corporate social responsibility* terhadap *firm value*. Hal ini membuktikan bahwa kinerja keuangan yang baik akan memperkuat hubungan penerapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

PENELITIAN LANJUTAN

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan-keterbatasan yang dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya antara lain:

1. Penelitian ini hanya terbatas menggunakan perusahaan *energy* periode 2018 sampai dengan 2022.
2. *Firm Value* diukur terbatas hanya menggunakan pengukuran *Tobin's Q* dari banyaknya pengukuran, sehingga lingkup penelitian ini dibatasi dengan pendektesian *firm value* dengan *Tobin's Q* sebagai pengukurannya.
3. Nilai hasil uji koefisien determinasi R-square didapatkan nilai Adjusted R-square sebesar 0.264283 atau 26.42% dari variabel dependen yaitu *firm value* yang dapat dipengaruhi oleh variabel independen yaitu *green accounting* dan *corporate social responsibility*. Sedangkan sisanya yaitu 73.58% (100% - 26.42%) dipengaruhi oleh variabel - variabel lain yang tidak ikut sertakan dalam penelitian.
4. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian dengan menggunakan sektor yang berbeda serta dengan menambah tahun penelitian untuk dapat menjelaskan hasil penelitian yang lebih baik, serta dapat menambah variabel independen yang belum digunakan dalam penelitian ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala nikmat, karunia, dan hidayah-Nya, yang telah memberikan ilmu, kekuatan, kesabaran, dan kesempatan kepada peneliti untuk menyelesaikan laporan penelitian ini tepat pada waktunya. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan

dan dorongan dari berbagai pihak, penyelesaian penelitian ini tidak akan terwujud. Penulis menyadari bahwa laporan penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga laporan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pengembangan ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Adamu P. (2019). Impact of Green Accounting on Company Value: Evidence from the Nigerian Companies. *Journal of Business Management and Accounting*. Vol. 3, No. 1 (2019), pp. 16-26
- Astuti, N. K. N., Pradnyani, N. L. P. S. P., & Wasita, P. A. A. (2023). Pengaruh Penerapan Green Accounting, Profitabilitas, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal Research of Accounting*, 4(2), 133-145.
- Baskoro, iA., Umar, H., & Indriani, A. (2021). The Influence of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure and Sustainability Accounting on Earnings Response Coefficient (ERC). *International Journal Of Current Science Research And Review*, 4(07), 684-691.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2013). *Fundamentals of financial management*. South-Western Cengage Learning.
- Dewi, P. P., & Edward Narayana, I. P. (2020). Implementasi Green Accounting, Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(12), 3252.
- Erlangga, C. M., Fauzi, A., & Sumiati, A. (2021). Penerapan green accounting dan icorporate social responsibility disclosure terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas. *Akuntabilitas*, 14(1), 61-78.
- Fahmi, I. (2012). Analisis kinerja keuangan: panduan bagi akademisi, manajer, dan iinvestor untuk menilai dan menganalisis bisnis dari aspek keuangan.
- Ghozali, Imam., Dwi Ratmono. 2017. Analisis Multivariat dan Ekonometrika, Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan EvIEWS 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, H., & Mulyani, S. D. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Variabel Moderasi Profitabilitas. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3523-3532.
- Handayani, P., & Maharani, N. K. (2021). Effect of environmental performance, company size, and profitability on Corporate Social Responsibility Disclosures. *Papatung: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*, 4(1), 121-133.
- Hery. (2016). *iMengetahui dan Memahami dasar dasar laporan keuangan*. Jakarta: PT Grasindo.
- Husnan, S. (2019). *Dasar-dasar Teori Portofolio Analisis Sekuritas*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

- Ikhsan, A. (2008). Akuntansi lingkungan dan pengungkapannya. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Indrarini, Silvia. (2019). Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba (Good Governance dan Kebijakan Perusahaan). Surabaya : Scopindo.
- Karina, D. R. M., & Setiadi, I. (2020). Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan GCG sebagai pemoderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu iBuana*, 6(1), 37-49.
- Maharani, P. (2021). Pengaruh green accounting pada nilai perusahaan sektor pertambangan. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 5(1), 220-231.
- Mardikanto, Totok,. 2018. CSR; Corporate Social Responsibility, Tanggung Jawab iSosial Korporasi,. Alfabeta, Bandung.
- Nugraha, A. S., Yusup, M., & Juhara, D. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Perusahaan Sektor Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016. *Bisnis Dan Iptek*, 11(2)
- Peraturan Pemerintah (PP) No. 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan iLingkungan Perseroan Terbatas, 2012
- Rahmantari, N. L. L. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Ganec Swara*, 15(1), 813-823
- Revinka, S. (2021). Pengaruh pandemi Covid-19 terhadap nilai perusahaan pada sebelas sektor di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Acitya Ardana*, 1(2), 145-163.
- Rawi dan Munawir Muchlish. 2010. Kepemilikan Manajerial, i i i i Kepemilikan Institusi, Leverage, dan Corporate Social Responsibility. i i i i Simposium Nasional Akuntansi XIII. Purwokerto.
- Rosiana, Astri., & Mahardhika, Arya. S. (2021). Pengaruh good corporate governance dan intellectual capital terhadap kinerja keuangan. *Jurnal SIKAP (Sistem Informasi, Keuangan, Auditing Dan Perpajakan)*, 5(1), 76-89
- Scott, William R. 2012. *Financial Accounting Theory*. Sixth Edition Canada: Pearson Prentice Hall.
- Selvia, S. M., & Sulfitri, V. (2023). Pengaruh Green Acccounting, Corporate Social Responsibility Dan Financial Distress Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Consumer Gooods Yang terdaftar di BEI 2019-2021. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3035-3048.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- Wijaya, B. I., & Sedana, I. P. (2015). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan (kebijakan dividen dankesempatan investasi sebagai variabel mediasi). *E-Jurnal Manajemen*, 4(12).
- Zulaika, T., & Sihombing, G. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Governance Andalas*, 2(2), 135-165.