PENGARUH *GREEN ACCOUNTING* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MELALUI PROFITABILITAS

TESIS

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Derajat Gelar S-2

Program Srudi Magister Manajemen

Disusun Oleh:

NUR FADILAH

NIM: 202210280211010

DIREKTORAT PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Januari 2024

PENGARUH *GREEN ACCOUNTING* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAN MELALUI PROFITABILITAS

Diajukan oleh :

NUR FADILAH
202210280211010

Telah disetujui
Pada hari/tanggal, **Selasa/ 16 Januari 2024**

Pembimbing Utama	Pembimbing Pendamping
Prof. Dr. Bambang Widagdo, MM	**Dr. Dra. Masiyah Kholmi, Ak., MM., CA**

Direktur
Program Pascasarjana

Prof. Akhsinul In'am, Ph.D

Ketua Program Studi
Magister Manajemen

Assc. Prof. Dr. Aniek Rumijati, MM

TESIS

Dipersiapkan dan disusun oleh :

NUR FADILAH
202210280211010

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada hari/tanggal, Selasa/ **16 Januari 2024**
dan dinyatakan memenuhi syarat sebagai kelengkapan
memperoleh gelar Magister/Profesi di Program Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Malang

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Ketua	:	**Prof. Dr. Bambang Widagdo, MM.**
Sekretaris	:	**Dr. Dra. Masiyah Kholmi, Ak, MM., CA**
Penguji I	:	**Assc. Prof. Dr. Widayat, MM.**
Penguji II	:	**Assc. Prof. Dr. Mohammad Jihadi, M.Si**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama	:	**NUR FADHLAH**
NIM	:	**202210280211010**
Program Studi	:	**Magister Manajemen**

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

TESIS dengan judul : **PENGARUH *GREEN ACCOUNTING* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MELALUI PROFITABILITAS** Adalah karya saya dan dalam naskah Tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dalam daftar pustaka.

1. Apabila ternyata dalam naskah Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur **PLAGIASI**, saya bersedia Tesis ini **DIGUGURKAN** dan **GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN**, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
2. Tesis ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan **HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF**.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 16 Januari 2024
Yang menyatakan,

METERAI TEMPEL
9810CALX071866146

NUR FADHLAH

PENGARUH *GREEN ACCOUNTING* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MELALUI PROFITABILITAS

Nur Fadilah

nur.f4dil428@gmail.com

Prof. Dr. Bambang Widagdo, M.M

Dr. Dra. Masiyah Kholmi, Ak.,M.M., CA

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang Malang, Jawa Timur, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung antara *green accounting* dan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas, serta mengetahui pengaruh tidak langsung antara *green accounting* dan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas. Penelitian ini menggunakan objek perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022. Teknik sampling menggunakan *purposive sampling*, sehingga sampel yang terpilih sebayak 28 perusahaan. Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan. Teknik analisis data menggunakan Analisis regresi data Panel dengan bantuan *Software* Stata 17. Hasil penelitian menujukkan bahwa: *Green accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas sedangkan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. *Green accounting* dan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. *Green accounting* dan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas.

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

THE INFLUENCE OF GREEN ACCOUNTING AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) ON COMPANY VALUE THROUGH PROFITABILITY

Nur Fadilah

nur.f4dil428@gmail.com

Prof. Dr. Bambang Widagdo, M.M

Dr. Dra. Masiyah Kholmi, Ak.,M.M., CA

Master of Management Study Program, Muhammadiyah University of Malang Malang, East Java, Indonesia

ABSTRACT

This research aims to determine the direct influence between green accounting and corporate social responsibility (CSR) on company value and profitability, as well as determine the indirect influence between green accounting and corporate social responsibility (CSR) on company value through profitability. This research uses mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2019-2022 period. The sampling technique uses purposive sampling, so that the selected sample is 28 companies. Data collection is carried out through documentation from financial reports and company annual reports. The data analysis technique uses Panel data regression analysis with the help of Stata 17 Software. The research results show that: Green accounting has no significant effect on profitability while corporate social responsibility has a significant effect on profitability. Green accounting and corporate social responsibility do not have a significant effect on company value, while profitability has a significant effect on company value. Green accounting and corporate social responsibility have no effect on company value through profitability.

Keywords: *Green Accounting, Corporate Social Responsibility, Profitability, Company Value.*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim,

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji syukur atas kehadirat Allah SWT atas berkat limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul "Pengaruh *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas". Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Manajemen. Penulis menyadari banyak kekurangan dalam penulisan tesis ini, kritik dan saran peniliti harapkan jika ada dan akan diterima dengan lapang oleh peneliti.

Penyusunan tesis ini tidak terlepas dari hambatan dan kendala yang dihadapi penulis, namun banyak pihak yang memberikan bimbingan dan dukungan sehingga penulis bisa menyelesaikan tesis ini dengan baik. Sebagai ucapan syukur dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas kasih dan sayang-Nya serta rahmat karunia-Nya sehingga diberikan-Nya kelancaran dalam penyusunan tesis ini dan segala kegiatan penulis lakukan dapat terselesaikan dengan baik.
2. Ucapan terimakasih secara khusus kepada kedua orang tua tercinta saya, Bapak Abdullah dan Ibu Ernawati (iccik) yang telah memberikan dukungan serta do'a yang tak pernah henti untuk penulis. Terimakasih juga untuk semua keluarga saya yang telah ikut mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis.
3. Dr. H. Fauzan, M. Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Prof. Akhsanul In'am, Ph.D selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Assc. Prof. Dr. Aniek Rumijati, MM selaku Ketua Jurusan Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Prof. Dr. Bambang Widagdo, MM dan Dr. Dra. Masiyah Kholmi, Ak., MM., CA sebagai dosen pembimbing tesis penulis. Terimakasih banyak atas waktu yang telah

diberikan serta ilmu, bimbingan, nasihat dan dukungan kepada penulis selama penyusunan tesis ini.

7. Assc. Prof. Dr. Widayat, MM. dan Assc. Prof. Dr. Mohammad Jihadi, M.Si. selaku dosen penguji ujian akhir tesis penulis.
8. Terimakasih untuk Mohammad Said yang selalu memberikan nasihat, do'a, dukungan dan semangat selama penyusunan tesis hingga akhir.
9. Teman-temat kelas Magister Manajemen B dan teman-teman dekat saya yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis tesis ini.
10. Diri saya sendiri, Terimakasih telah bertahan dari banyaknya rintangan dan kendala selama penyusunan tesis, terimakasih karena sudah melangkah sejauh ini hingga bisa menyelesaikan tesis ini. Kamu hebat.

Malang, 16 Januari 2024

Penulis

Nur Fadilah

DAFATR ISI

JUDUL i
LEMBAR PERSETUJUAN ii
SURAT PERNYATAAN iv
ABSTRAK v
ABSTRACT vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii
A. PENDAHULUAN 1
1. Latar Belakang 1
2. Rumusan Masalah 5
3. Tujuan Penelitian 6
4. Manfaat Penelitian 6
B. TINJAUAN PUSTAKA 7
1. Penelitian Terdahulu 7
2. Tinjauan Teori 10
3. Perumusan Hipotesis 15
4. Kerangka Penelitian 21
C. METODE PENELITIAN 21
1. Jenis Penelitian 21
2. Populasi dan Teknik Penentuan Sampel 22

3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel 22
4. Jenis dan Sumber Data 26
5. Teknik Perolehan Data 26
6. Teknik Analisis Data 27
D. HASIL DAN PEMBAHASAN 31
1. Gambaran Umum Sampel Penelitian 31
2. Analisis Data 34
3. Pembahasan 42
E. PENUTUP 48
1. Kesimpulan 48
2. Saran 49
F. DAFTAR PUSTAKA 49
LAMPIRAN 54

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu 7

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel 26

Tabel 3. Kriteria Sampel 32

Tabel 4. Daftar Sampel Perusahaan Penelitian 33

Tabel 5. Statistik Deskriptif 34

Tabel 6. Uji Chow 36

Tabel 7. Uji Hausman 37

Tabel 8. Uji Lagrange Multiplier 37

Tabel 9. Analisis Persamaan Regresi Berganda Data Panel 38

Tabel 10. Uji Hipotesis 39

Tabel 11. Uji Sobel Test 41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Penelitian 21

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Penelitian..... 54

Lampiran 2. Hasil Uji Penelitian 57

Lampiran 3. Item Pengungkapan CSR..... 62

Lampiran 4. Hasil Cek Plagiasi..... 68

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Nilai perusahaan menjadi tolak ukur bagi investor dalam mengambil keputusan investasi. Nilai perusahaan yang tinggi menggambarkan suatu perusahaan yang mampu menarik kepercayaan investor berdasarkan kinerja perusahaan yang bisa bertahan pada masa kini dan masa yang akan datang, hal ini disebabkan kemampuan suatu perusahaan dalam mengelola sumber daya yang berdampak pada penghasilan perusahaan (Dewi & Narayana, 2020). Nilai perusahaan merupakan gambaran suatu keberhasilan perusahaan yang berdasarkan pada harga saham yang tinggi, dimana nilai perusahaan yang tinggi akan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham (Daromes & Kawilarang, 2020).

Kumala & Priantilianingtiasari (2023) menyatakan bahwa kemampuan perusahaan dalam meningkatkan laba akan menghasilkan nilai bagi perusahaan, karena investor akan berpikir dividen yang mereka dapatkan akan besar jika laba atau kinerja keuangannya baik. Dalam penelitian Dewi & Narayana (2020) membuktikan bahwa profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas yang meningkat secara signifikan berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Kenaikan laba mencerminkan kinerja perusahaan yang baik, memicu sentimen positif dari para investor. Penelitian Khasanah & Sucipto (2020) juga membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dalam mencapai tujuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba yang maksimal maka perusahaan harus mampu menarik perhatian dari para konsumen dengan cara memberikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial sekitar. Hal ini bisa dilakukan melalui *green accounting* dan *corporate social responsibility* perusahaan, dimana hal ini bisa menjadi usaha perusahaan untuk mengurangi atau menghindari kerugian yang berpotensi merusak lingkungan masa sekarang dan masa mendatang, selain

itu menciptakan nilai keunggulan kompetitif melalui hasil produksi yang ramah lingkungan (Kusumaningtias et al., 2013).

Afifah et al. (2021) menyatakan bahwa perusahaan yang memberikan kepedulian terhadap sosial dan lingkungan akan berdampak pada citra perusahaan yang baik. Selain itu Astuti et al. (2020) juga menyatakan bahwa semakin tinggi citra perusahaan tersebut akan meningkatkan loyalitas masyarakat terhadap perusahaan, sehingga akan meningkatkan penjualan, ketika penjualan meningkat maka profitabilitas perusahaan juga meningkat. Namun tidak semua perusahaan menyadari adanya dampak terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilakukan. Sedangkan semakin besar sebuah perusahaan maka semakin berdampak terhadap sosial dan lingkungan masyarakat.

Perusahaan yang tidak memperhatikan lingkungannya yaitu pertambangan pasir laut di Makassar, Sulawesi Selatan, dimana pertambangan pasir tersebut merusak terumbu karang yang mengakibatkan ikan berkurang drastis, sehingga pendapatan masyarakat sebagai nelayan juga berkurang (https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-57346840). Selain itu contoh kasus yang belum terselesaikan sampai sekarang adalah kasus yang terjadi di Surabaya pada tahun 2006 yang merugikan masyarakat yaitu lumpur lapindo yang menyembur akibat penambangan PT Lapindo.

Dari banyaknya kasus pencemaran di Indonesia ini membuktikan bahwa kesadaran menjaga lingkungan hidup itu penting, sehingga perusahaan dituntut untuk tidak hanya mementingkan pemilik dan manajemennya, akan tetapi harus memperhatikan seluruh pihak yang berkepentingan, seperti konsumen, karyawan, masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan (Sapulette & Limba, 2021). Perusahaan diharuskan memiliki kemampuan dalam mengelola keuangan maupun yang non-keuangan, dengan begitu perusahaan akan mampu memaksimalkan nilai perusahaan dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan untuk jangka

panjang dengan memakmurkan para pemegang saham atau investor (Nugroho, 2023).

Green accounting adalah penerapan akuntansi yang terdapat biaya untuk pelestarian lingkungan perusahaan. Dimana tujuan dari *green accounting* yaitu untuk mengurangi adanya biaya dampak lingkungan yang akan terjadi, sehingga perusahaan sudah tidak akan mengeluarkan lagi biaya karena sudah mengantisipasi dari awal produksi (Faizah, 2020). Ilmu akuntansi berperan dalam pengungkapan mengenai informasi lingkungan sekitar berupa biaya lingkungan perusahaan yang dikeluarkan melalui akuntansi lingkungan (*green accounting*). *Green accounting* sendiri merupakan catatan yang berasal dari fenomena yang terjadi, objek, dan suatu aktivitas yang terjadi langsung dengan masyarakat sekitar dan berkaitan dengan aset berupa tanah, karbon, dan air (Sapulette & Limba, 2021).

Perusahaan mengungkapkan informasi mengenai lingkungan adalah sarana untuk memberikan suatu informasi tentang kinerja lingkungan yang ada di perusahaan dengan tujuan untuk menarik para *stakeholder*. Pengungkapan kinerja lingkungan biasa digunakan untuk mengubah opini masyarakat tentang perusahaan tersebut sehingga keberlangsungan operasional perusahaan akan meningkat terus menerus yang berakibat pada peningkatan pendapatan, harga saham dan nilai perusahaan (Nugroho, 2023). Hasil penelitian Dewi & Narayana (2020) dan Dianty (2022) membuktikan bahwa pengungkapan *green accounting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Melawati & Rahmawati (2022) dan Sapulette & Limba (2021) memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kegiatan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dilakukan melalui pengungkapan tanggung jawab perusahaan yang disebut *corporate social responsibility*. *Corporate social responsibility* merupakan suatu kegiatan perusahaan yang tidak hanya bertanggung jawab pada

keuangannya saja, perusahaan bertanggung jawab terhadap lingkungan sosial sebagai strategi untuk bisa berkembang secara berkelanjutan (Nurhayati et al., 2021). Pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan kegiatan yang wajib bagi perusahaan yang sesuai dengan Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 (Rahmantari, 2021). Pengungkapan CSR akan menjadi informasi bagi pihak yang berkepentingan seperti masyarakat, investor dan pihak lainnya (*stakeholder).* Jika sebuah perusahaan tidak menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan maka akan berdampak buruk bagi perusahaan (Sari & Febrianti, 2021).

Indikator penerapan *Corporate social responsibility* dapat dilihat melalui pengungkapan pada laporan keberlanjutan perusahaan, dimana penilaian CSR sebuah perusahaan bisa dibantu dengan GRI (*Global Reporting Initiative).* GRI berfokus pada beberapa indikator yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan kinerja sosial (Dewi & Narayana, 2020). Pengungkapan *corporate social responsibility* akan mampu meningkatkan citra perusahaan yang bisa berdampak pada kepercayaan *stakeholder* dan akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian Dewi & Narayana (2020), Dzikir (2020) dan Nida (2022) dengan hasil penelitian bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan Afifah et al. (2021), Khasanah & Sucipto (2020) dan Yuvianita et al. (2022) dengan hasil *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu ditemukan beberapa hasil yang berbeda mengenai *green accounting* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan variabel profitabilitas sebagai mediasi. Variabel profitabilitas diukur menggunakan indikator NPM, *green accounting* menggunakan indikator biaya lingkungan dan CSR menggunakan 117 item pengungkapan tanggung jawab perusahaan sehingga terdapat *gap research* dari penelitian terdahulu. Penelitian ini

menggunakan objek Perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Perusahaan pertambangan merupakan salah satu perusahaan yang sangat berpengaruh terhadap lingkungan dan berdampak pada keberlangsungan hidup sekitar pertambangan. Asumsi ini timbul akibat perusahaan tambang merupakan perusahaan yang kegiatannya secara eksplorasi dan eksploitasi sumber daya alam yang menyebabkan adanya dampak kerusakan lingkungan sehingga mempengaruhi kehidupan sekitar masyarakat, dapat diketahui bahwa semakin besar skala kegiatan pertambangan perusahaan maka semakin besar pula yang akan berdampak pada lingkungan sekitar. Oleh karena itu peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul "**Pengaruh *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas"** yang akan dilakukan pada perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2022.

2. Rumusan Masalah

a. Apakah *green accounting* berpengaruh terhadap profitabilitas?
b. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap profitabilitas?
c. Apakah *green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
d. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
e. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
f. Apakah *green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas?
g. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas?

3. Tujuan Penelitian

a. Untuk menguji pengaruh *green accounting* terhadap profitabilitas.
b. Untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas.
c. Untuk menguji pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan.
d. Untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
e. Untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
f. Untuk menguji pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas.
g. Untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas.

4. Manfaat Penelitian

a. Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh *green accounting, corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai mediasi pada perusahaan yang pertambangan yang terdaftar di BEI.

b. Praktis

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan saran dan informasi sebagai acuan pengambilan keputusan pada pihak perusahaan yang dalam proses mengembangkan perusahaan khususnya pada perusahaan pertambangan. Peneliti juga berharap penelitian dapat bermanfaat bagi kalangan yang mempunyai rencana meneliti tentang pengungkapan *green accounting, corporate social responsibility* (CSR) di Indonesia khususnya pada pihak perusahaan pertambangan.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang apa saja faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yang bisa dipergunakan sebagai bahan pendukung penelitian. Berikut beberapa penelitian terdahulu pada tabel 1.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Keterangan	Uraian dan Temuan
1.	Nama	Salsabila & Widiatmoko (2022)
	Judul	Pengaruh *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2021
	Variabel	*Green accounting*, ROA, *Leverage*, *Size*, dan Nilai perusahaan
	Metode	Jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder dengan metode *purposive sampling* pada perusahaan Manufaktur 2019-2021. Teknik analisis data (SPSS) dengan regresi linier berganda.
	Hasil	*Green accounting* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan sedangkan *green accounting* terhadap nilai perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. *green accounting* dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan mediasi kinerja keuangan.
2.	Nama	Dianty (2022)
	Judul	*The Effect of Applying Green Accounting on Firm Value and Financial Performance as an Intervening Variable*
	Variabel	*Green accounting*, kinerja keuangan (ROA) dan Nilai perusahaan.
	Metode	Metode yang digunakan kuantitatif dan pengambilan teknik sampel menggunakan teknik *purposive sampling* pada perusahaan Pertambangan 2018-2020. Dengan metode analisis jalur.
	Hasil	*Green accounting* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja keuangan. Kinerja keuangan berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. *Green accounting* berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Kinerja keuangan tidak mampu mempengaruhi hubungan *green accounting* terhadap nilai perusahaan

No	Keterangan	Uraian dan Temuan
3.	Nama	Nugroho (2023)
	Judul	Efek Mediasi Profitabilitas pada Pengaruh *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan
	Variabel	Profitabilitas, *Green accounting* dan Nilai perusahaan
	Metode	Jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder dengan metode *purposive sampling* pada perusahaan Pertambangan tahun 2021. Dengan menggunakan analisis regresi linier dan *sobel test*.
	Hasil	*Green accounting* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. *Green accounting* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas menjadi mediasi hubungan antara *green accounting* terhadap nilai perusahaan.
4.	Nama	Dewi & Narayana (2020)
	Judul	Implementasi *Green Accounting,* Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* pada Nilai Perusahaan.
	Variabel	*Green accounting,* Profitabilitas, *Corporate social responsibility* dan Nilai perusahaan.
	Metode	Jenis penelitian kuantitatif dengan metode pengambilan sampel *purposive sampling* pada perusahaan Pertambangan periode 2015-2019. Dengan analisis regresi berganda.
	Hasil	*Green accounting* dan Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
5.	Nama	Sulbahri (2021)
	Judul	Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan
	Variabel	*Corporate Social Responsibility* dan Nilai perusah
	Metode	Jenis penelitian kuantitatif Populasi dan Sampel *purposive sampling* pada perusahaan Perbankan di BEI 2017-2019. Dengan analisis regresi sederhana.
	Hasil	*Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan.

No	Keterangan	Uraian dan Temuan
6.	Nama	Astuti et al. (2020)
	Judul	Intervening Profitabilitas: *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan
	Variabel	*Corporate social responsibility*, Profitabilitas dan Nilai perusahaan
	Metode	Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sumber data sekunder yang diperoleh melalui metode *purposive sampling* pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS).
	Hasil	*CSR* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas juga tidak mampu memediasi CSR terhadap nilai perusahaan.
7.	Nama	Suhartini & Megasyara (2018)
	Judul	Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016
	Variabel	*Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan Nilai perusahaan
	Metode	Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan perolehan data berdasarkan kriteria *purposive sampling*. Analisis data *Partial Least Square* (PLS) dengan persamaan *Structural Least Modeling* (SEM).
	Hasil	CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, CSR berpengaruh signifikan dan positif terhadap profitabilitas, profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas mampu menjadi memediasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.
8.	Nama	Yuvianita et al. (2022)
	Judul	Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas Terhadap Nilai perusahaan
	Variabel	*Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan Nilai perusahaan
	Metode	Penelitian kuantitatif, teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* pada perusahaan BUMN yang terdaftar di BEI periode 2017-2020. Data diolah dengan menggunkan program SmartPLS. Data dianalisis menggunakan deskriptif, *Inner Model* SEM-PLS dan pengujian hipotesi.
	Hasil	Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

No	Keterangan	Uraian dan Temuan
9.	Nama	Kholmi & Nafiza (2022)
	Judul	Pengaruh Penerapan *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2019)
	Variabel	*Green Accounting, Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas
	Metode	Penelitian kuantitatif, dengan data sekunder, pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI 2018-2019. Dengan analisis data menggunakan *SEM-Smart Least Square* (PLS).

Sumber: Data yang diolah (2023)

Berdasarkan dari penelitian terdahulu, peneliti ingin mengembangkan penelitian dengan beberapa variabel yang telah diteliti sebelumnya. Dari penelitian Kholmi & Nafiza (2022) dan Nugroho (2023) peneliti merumuskan judul dengan menambah variabel yang belum diteliti dalam penelitian mereka. Sehingga peneliti disini menggunakan *green accounting* dan *corporate social responsibility* sebagai variabel independen, nilai perusahaan akan menjadi variabel dependen. Selain itu profitabilitas digunakan sebagai variabel mediasi dari variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Tinjauan Teori

a. Teori *Stakeholder*

Dalam teori *stakeholder* perusahaan bukanlah suatu entitas yang kegiatannya hanya untuk kepentingan sendiri, namun perusahaan harus memberikan manfaat untuk pemangku kepentingannya (Lange & Bundy, 2018). Pemangku kepentingan yang dimaksud adalah semua pihak yang memiliki hubungan baik dan bisa mempengaruhi atau dipengaruhi, baik itu pihak internal maupun pihak eksternal. Berdasarkan hal tersebut diartikan bahwa perusahaan harus memperhatikan semua pihak, karena dari semua pihak inilah yang akan mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak

langsung atas kegiatan dan kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan (Yanto, 2018).

Teori ini menyatakan bahwa kesuksesan suatu perusahaan bergantung pada kemampuan perusahaan dalam menyeimbangi berbagai tujuan kepentingan dari para investor atau pemangku kepentingan. Ketika perusahaan bisa menyeimbangi, dampaknya perusahaan kemungkinan besar dapat mencapai tujuan untuk meraih peningkatan omset penjualan serta meningkatkan laba (Lako, 2011).

b. Teori Legitimasi

Dari perspektif teori legitimasi, terdapat hubungan sosial yang erat antara perusahaan dengan masyarakat sekitar karena keduanya terikat oleh "kontrak sosial". Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis yang dapat diterapkan oleh perusahaan sebagai sarana untuk pengembangan dan kelangsungan hidup perusahaan di masa depan. (Lako, 2011). Landasan teori legitimasi adalah adanya kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat dimana perusahaan tersebut berada dan menggunakan sumber daya yang dimilikinya.

Konsep kontrak sosial bahwa semua lembaga sosial, termasuk perusahaan yang beroperasi di tengah masyarakat melalui kontrak sosial, baik secara eksplisit maupun implisit. Setiap pengungkapan kegiatan lingkungan hidup yang dilakukan perusahaan merupakan tindakan tanggung jawab perusahaan terhadap pemanfaatan sumber daya yang ada. Tanggung jawab kontrak sosial dapat dipenuhi dengan dukungan dari tata kelola yang baik dan kemungkinan akan mempengaruhi nilai perusahaan (Ainy & Barokah, 2019).

c. *Green Accounting*

Green accounting merupakan suatu konsep kontemporer dalam sebuah akuntansi yang mendukung adanya gerakan ramah lingkungan dalam perusahaan dengan beberapa cara (Wenni Anggita et al., 2022).

Lako (2018) mendefinisikan *green accounting* adalah bagian dari proses mengenali, mengkualifikasi, mengukur, mencatat, meringkas, melaporkan dan mengungkapkan informasi mengenai objek, transaksi dan dampak yang terjadi dari aktivitas ekonomi, sosial dan lingkungan yang dilakukan perusahaan terhadap masyarakat.

Abdullah & Yuliana (2018) menyatakan bahwa dampak buruk dari kegiatan operasional perusahaan memerlukan suatu sistem akuntansi lingkungan yang dipergunakan sebagai pengendalian tanggung jawab lingkungan hidup, ini sebabnya pengelolaan limbah yang dilakukan perusahaan harus melakukan pengukuran, penilaian, pengungkapan, dan pelaporan biaya pengelolaan limbah yang dilakukan operasional perusahaan yang dimaksud dalam akuntansi hijau atau *green accounting.* Terdapat peraturan yang berkaitan dengan pengungkapan *green accounting,* dimana bisa dilihat sebagai berikut (Hati, 2018):

1. Pada Undang-undang No. 23 Tahun 1997, membahas mengenai pengelolaan lingkungan hidup,
2. Undang-Undang No. 40 Tahun 2007, dimana didalamnya membahas tentang perseroan terbatas
3. Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan No: KEP-134/BL/2006, membahas mengenai penyampaian laporan tahunan.
4. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 32 (Akuntansi kehutanan) dan No. 33 (Akuntansi pertambangan umum).

Green accounting diharuskan memperhatikan biaya, persediaan, produksi, dan kinerja ketika akan menyusun rencana untuk pengembangan dan keputusan evaluasi bisnis dalam memperbaiki ekonomi perusahaan, namun tidak mengabaikan kondisi lingkungan (Dwicahyanti & Priono, 2021). Dalam penerapan akuntansi lingkungan

sendiri terdapat tujuan, dimana dua tujuan penerapan akuntansi lingkungan tersebut yaitu (Hati, 2018):

1. Sebagai salah satu alat yang digunakan manajemen lingkungan untuk menilai seberapa keefektifan kegiatan konversi berdasarkan ringkasan dan klasifikasi biaya konservasi dari lingkungan.
2. Sebagai salah satu alat komunikasi dengan publik, dimana akuntansi lingkungan dipergunakan untuk memberikan informasi mengenai dampak negatif lingkungan, kegiatan konservasi lingkungan dan menyampaikan hasilnya kepada publik.

d. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate social responsibility (CSR) merupakan kegiatan perusahaan yang dilakukan untuk mengatasi dampak negatif yang terjadi akibat kegiatan operasional perusahaan dan mencakup tanggung jawab ekonomi, sosial dan lingkungan (Baranova et al., 2021)**.** Pengungkapan CSR merupakan metode yang oleh suatu perusahaan untuk mengkomunikasikan kegiatan CSR mereka kepada publik dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam sebuah laporan tahunannya. Kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) merupakan penyajian suatu perusahaan dalam bentuk laporan tahunan. Dimana terdapat dua jenis pengungkapan informasi CSR, yaitu pengungkapan yang sifatnya wajib dilakukan perusahaan berdasarkan aturan atau standar yang telah ditentukan, selain itu pengungkapan yang bersifat sukarela, yaitu pengungkapan tambahan dari perusahaan tersebut.

Program *corporate social responsibility* merupakan kewajiban bagi perusahaan yang telah diatur dalam Undang-Undang, selain itu diatur oleh Ikatan Akuntansi Indonesia. Kewajiban *corporate social responsibility* dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 yang membahas tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 yang membahas tentang perseroan terbatas. CSR yang diatur oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), Pernyataan Standar

akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 paragraph 9 (Mukhtaruddin et al., 2014).

Pada tahun 2002 *Global Compact Initiative* menegaskan kembali mengenai triple P (3P) atau *triple bottom line* sebagai tiga pilar *corporate social responsibility.* Dimana perusahaan bisa melanjutkan kegiatan usahanya dengan menerapkan konsep *triple bottom line* tersebut. Dari konsep ini menyatakan bahwa tujuan suatu perusahaan atau bisnis adalah untuk memperoleh laba *(profit),* menyejahterakan masyarakat *(people),* dan menjamin keberlanjutan kehidupan *(planet).* Dari ketiga aspek tersebut diwujudkan dalam suatu kegiatan sebagaimana yang dijelaskan sebagai berikut (Azheri, 2011):

1. Sosial. Aspek sosial ini meliputi pendidikan, kesehatan, pelatihan, penguatan kelembagaan (termasuk kesejahteraan pegawai secara internal), kesejahteraan sosial, olah raga, perempuan, agama, pemuda, budaya, dan lain-lain.
2. Ekonomi. Aspek ekonomi ini meliputi kewirausahaan, penciptaan lapangan kerja, agribisnis, konglomerat/unit makro kecil dan (KUB/UMKM), infrastruktur ekonomi dan usaha produktif lainnya.
3. Lingkungan. Hal ini mencakup reboisasi, pengelolaan air, reklamasi lahan, konservasi alam, pengendalian polusi, ekowisata, kesehatan lingkungan, dan efisiensi penggunaan produksi dan energi.

e. Profitabilitas

Hanafi & Halim (2009) mengatakan profitabilitas adalah perbandingan yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan selama jangka waktu tertentu berdasarkan penjualan aset dan tingkat modal ekuitas tertentu. Ada berbagai pengukuran profitabilitas suatu perusahaan, yaitu *net profit margin* (NPM), *return on asset* (*ROA*), dan *return on equity* (*ROE*).

Dalam menganalisis laporan keuangan rasio profitabilitas adalah salah satu metode atau teknik yang digunakan. Dari setiap teknik yang digunakan memiliki tujuan dan manfaat yang berbeda-beda. Selain itu rasio profitabilitas ini dapat menunjukkan tingkat keberhasilan perusahaan dari kegiatan penjualan, modal, kas, dan jumlah cabang. Sehingga akan memberikan manfaat bagi pemilik perusahaan, manajemen, dan *stakeholdernya* (Alim & Puji, 2021).

f. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan disebut sebagai nilai pasar, karena nilai perusahaan ini bisa memberikan kemakmuran yang maksimal bagi para pemegang saham ketika harga saham perusahaan meningkat (Susilo, 2018). Nilai perusahaan yang dicapai perusahaan merupakan gambaran dari suatu kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan dengan melalui proses kegiatan selama beberapa tahun, mulai dari pertama berdirinya perusahaan tersebut didirikan sampai saat ini. Meningkatnya suatu nilai perusahaan merupakan sebuah keunggulan yang sesuai dengan keinginan semua para pemangku kepentingan (Dzikir, 2020).

Nilai perusahaan merupakan konsep yang paling penting bagi investor karena sebagai indikator pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan juga memiliki makna penilaian yang dilakukan investor terkait tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya (Masitoh et al., 2018).

3. Perumusan Hipotesis

1. Pengaruh Penerapan *Green Accounting* Terhadap Profitabilitas

Legitimasi masyarakat menjadi faktor penting yang dapat diterapkan oleh dunia usaha sebagai cara agar pertumbuhan mereka di masa depan dapat bertahan dan tumbuh secara berkelanjutan (Lako, 2011). Teori legitimasi menuntut organisasi atau industri untuk mengajak masyarakat dengan memberikan informasi pelaporan

akuntansi lingkungan. Akuntansi hijau adalah pengungkapan data dan informasi akuntansi lingkungan. Penyediaan data dan informasi mengenai akuntansi lingkungan akan membawa manfaat bagi perusahaan (Erlangga et al., 2021).

Kebutuhan sosial masyarakat yang diungkapkan perusahaan mampu menumbuhkan rasa kepercayaan *stakeholder* baik itu konsumen, masyarakat dan investornya (Nugroho, 2023). Sehingga dapat disimpulkan loyalitas konsumen akan meningkat atas kepercayaan yang diperoleh perusahaan. Pengungkapan *green accounting* akan berpengaruh terhadap profitabilitas. Dimana hal ini dibuktikan oleh Dianty (2022), Nugroho (2023) dan Salsabila & Widiatmoko (2022) dengan hasil penelitian bahwa *green accounting* berpengaruh signifikan dan positif terhadap profitabilitas. Sehingga peneliti dapat merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_1: *Green accounting* berpengaruh terhadap profitabilitas

2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas

Corporate social responsibility merupakan suatu tindakan perusahaan untuk melakukan kegiatan yang berkaitan dengan lingkungan dan sosial, dimana tindakan ini di luar kepentingan perusahaan dan sesuai dengan apa yang disyaratkan oleh hukum (Afifah et al., 2021). Teori *stakeholder* menyatakan kesuksesan perusahaan yaitu mampu menyeimbangi kebutuhan dari para *stakeholdernya*. Ketika perusahaan mampu menyeimbangi, maka perusahaan kemungkinan besar mampu mencapai tujuan untuk berkelanjutan dan meraih pertumbuhan pangsa pasar penjualan serta meningkatkan laba (Lako, 2011).

Penerapan *corporate social responsibility* dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Hal ini dapat dibuktikan hasil penelitian Astuti et al. (2020) dan Kholmi & Nafiza (2022) yang menyatakan

bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan dan positif terhadap profitabilitas. Pengungkapan CSR yang dilakukan menarik perhatian konsumen atas kegiatan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan sosial, sehingga menarik ketertarikan pelanggan terhadap produk perusahaan. Berdasarkan hal tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_2: *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap profitabilitas

3. Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan

Green accounting disebut sebagai pencatatan yang memperhitungkan faktor ekonomi, sosial, dan lingkungan. Tujuannya untuk memastikan akuntansi yang diberikan kepada para pemangku kepentingan memiliki data yang komprehensif, relevan, dan akurat. Tiga prosedur akuntansi tersebut dikaitkan secara metodis. Investor akan percaya dengan hasil dari penerapan akuntansi hijau yang baik secara umum (Salsabila & Widiatmoko, 2022).

Berdasarkan paparan tersebut dapat disimpulkan bahwa pengungkapan informasi akuntansi dapat memberikan kepercayaan kepada investor karena mendapatkan data yang relevan, sehingga *green accounting* disini akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil penelitian Dewi & Narayana (2020, Dianty (2022) dan Nugroho (2023), berdasarkan hasil penelitian mereka menunjukan bahwa *green accounting* sehingga signifikan terhadap nilai perusahaan berpengaruh. Sehingga peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_3: *Green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

4. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Program CSR dapat berkelanjutan jika perusahaan menyusun program benar-benar merupakan komitmen seluruh elemen yang ada

dalam perusahaan sendiri. Dengan melibatkan para karyawan perusahaan secara intensif maka nilai dari program-program CSR tersebut akan memberikan arti yang sangat besar bagi perusahaan. Susilo, (2018) menyatakan bahwa tujuan perusahaan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan menjamin pertumbuhan secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup (Lako, 2011).

Soemarsono, (2020) mengemukakan saat ini para investor atau calon investor mulai memperhatikan lingkungan dan mulai menekankan *corporate social responsibility* perusahaan untuk mengurangi dampak negatif yang menimbulkan aktivitas operasional terhadap lingkungan. Sehingga dapat diambil kesimpulan CSR dapat mempengaruhi keputusan investor untuk membeli saham dan mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian Dewi & Narayana (2020), Nida (2022) dan Sulbahri (2021), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_4: *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

5. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas mencerminkan rasio yang menggambarkan bagaimana kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba yang berhubungan dengan hasil penjualan maupun modal yang dimiliki perusahaan dan akan menghasilkan nilai bagi perusahaan, sehingga hal tersebut menjadi acuan bagi investor jangka panjang (Dewi & Narayana, 2020). Profit yang dihasilkan perusahaan dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dimana profit yang dihasilkan akan meningkatkan kepercayaan investor bahwa perusahaan bisa membayarkan dividen yang diharapkan para investornya. Sehingga harga saham akan

meningingkat akibat pembagian dividen yang meningkat akibat profit yang dihasilkan.

Berdasarkan paparan diatas profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini dapat dibuktikan dalam penelitian Dewi & Narayana (2020), Khasanah & Sucipto (2020) dan Yuvianita et al. (2022), dimana hasil penelitiannya membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_5: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

6. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Hubungan Antara *Green Accounting* dan Nilai Perusahaan

Nugroho, (2023) mengatakan pengungkapan kinerja lingkungan melalui *green accounting* biasa digunakan untuk merubah opini masyarakat tentang perusahaan tersebut sehingga keberlangsungan operasional perusahaan akan meningkat terus menerus yang berakibat pada peningkatan pendapatan, harga saham dan nilai perusahaan. Dapat dikatakan opini yang baik ini akan memberikan keuntungan bagi perusahaan untuk bisa meningkatkan penjualan, karena loyalitas konsumen yang meningkat. Sehingga profitabilitas akan meningkat juga. Salsabila & Widiatmoko (2022) mengatakan investor akan lebih tertarik untuk berinvestasi ketika perusahaan mampu memperoleh laba yang maksimal.

Berdasarkan paparan diatas, maka dapat disimpulkan profitabilitas bisa menjadi mediasi pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan. Hal ini terbukti berdasarkan penelitian Nugroho (2023) dan Salsabila & Widiatmoko (2022) dengan hasil penelitian bahwa profitabilitas mampu memediasi hubungan antara *green accounting* terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_6: *Green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas.

7. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Hubungan Antara *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan

Perusahaan akan mendapatkan reputasi yang baik dan berkesan positif bagi pemangku kepentingan ketika perusahaan tersebut menunjukkan tanggung jawabnya dalam bentuk *corporate social responsibility* (Lu et al., 2019). Astuti et al. (2020) menyatakan bahwa semakin tinggi citra perusahaan tersebut akan meningkatkan loyalitas masyarakat terhadap perusahaan, sehingga akan mengalami penjualan naik, ketika penjualan naik maka profitabilitas perusahaan juga meningkat. Dewi & Narayana (2020) menyatakan nilai perusahaan yang tinggi menggambarkan suatu perusahaan mampu menarik kepercayaan investor berdasarkan kinerja perusahaan yang bisa bertahan pada masa kini dan masa yang akan datang, ini semua disebabkan kemampuan suatu perusahaan dalam mengelolah sumber daya yang berdampak pada penghasilan perusahaan.

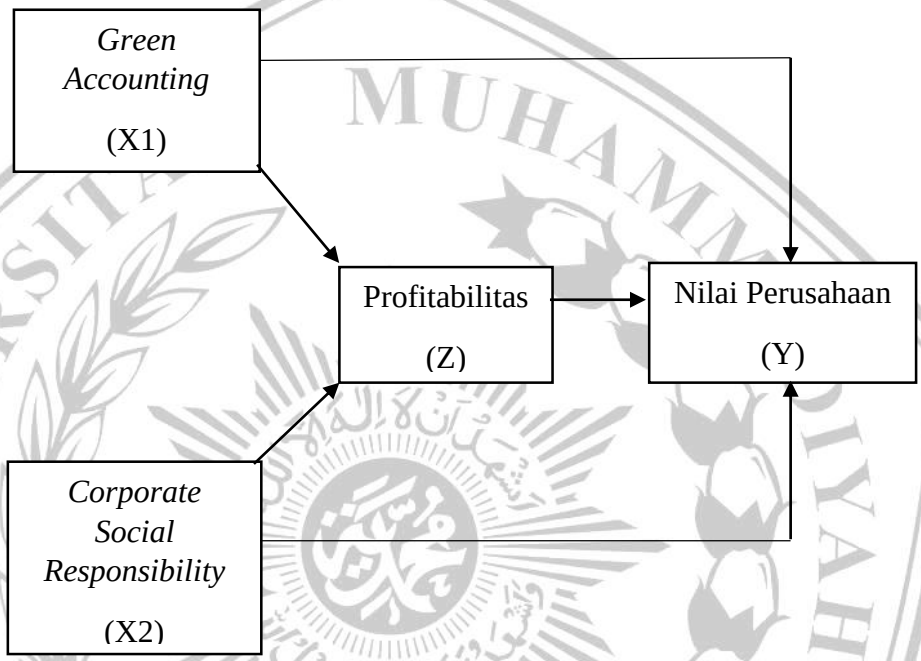
Berdasarkan uraian diatas, perusahaan yang memberikan kepedulian terhadap lingkungan dan sosial yang diungkapkan dalam bentuk CSR bisa meningkatkan profitabilitas sehingga melalui peningkatan profitabilitas maka dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini dapat dibuktikan dalam penelitian Masitoh et al.(2018) dan Suhartini & Megasyara (2018), dimana hasil penelitiannya membuktikan bahwa profitabilitas dapat memediasi CSR terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut:

H_7: *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui.

4. Kerangka Penelitian

Berdasarkan dari pemaparan latar belakang, tinjauan pustaka, dan landasan teori yang telah dijelaskan dalam penelitian ini, maka peneliti merumuskan kerangka pemikiran dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Gambar 1. Kerangka Penelitian



C. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu asosiatif. Jenis penelitian asosiatif merupakan penelitian yang memiliki tujuan menganalisis hubungan antara satu variabel dan variabel lain. Penelitian ini memiliki 2 hubungan yaitu hubungan korelasi (hubungan biasa) dan hubungan kausalitas (sebab akibat). Jenis penelitian ini setidaknya meneliti 2 variabel (Ulum & Juanda, 2018). Jadi dalam penelitian ini terdapat variabel independen, dependen dan intervening.

2. Populasi dan Teknik Penentuan Sampel

Sekaran (2003) dalam Ulum & Juanda (2018) menyatakan sesuatu yang mengacu pada sekelompok orang, kejadian, atau hal yang ingin diteliti oleh investigasi merupakan suatu populasi. Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2022.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan sampel penelitian. Ulum & Juanda (2018) menyatakan *purposive sampling* merupakan metode penelitian dalam menetapkan sampel yang mengacu pada kriteria-kriteria tertentu. Kriteria-kriteria dalam penelitian ini yaitu:

1. Perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2022.
2. Perusahaan Sektor Pertambangan yang yang telah mempublikasikan laporan keuangan dan laporan tahunan dari periode 2019-2022.
3. Perusahaan Sektor Pertambangan yang laba ruginya tidak negatif selama periode 2019-2022.

3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Dalam penelitian menggunakan tiga jenis variabel, yaitu variabel independen, variabel dependen dan variabel intervening atau mediasi. Berikut penjelasan dari ketiga variabel (Ulum & Juanda, 2018):

a. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang tidak terkait dengan variabel lain. Pada gambar arah hubungan antar variabel, variabel independen ditinggalkan anak panah. Dalam penelitian yang diangkat, variabel independen menggunakan *green accounting* dan *corporate social responsibility*. Berikut penjelasan variabel yang digunakan dalam penelitian:

1. *Green Accounting*

Green accounting merupakan proses yang memasukkan biaya lingkungan dalam penyusunan laporan akuntansi suatu perusahaan, organisasi maupun lembaga. Biaya lingkungan sendiri timbul dari sisi keuangan maupun non-keuangan yang harus ditanggung sebagai akibat dari kegiatan operasional perusahaan yang berpengaruh terhadap lingkungan.

Green accounting diukur dengan cara melihat biaya lingkungan yang disajikan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Biaya lingkungan dihitung dengan membandingkan semua biaya CSR dengan laba bersih, berikut rumus yang digunakan (Lestari et al., 2020):

$$\text{Biaya Lingkungan} = \frac{\text{Biaya Kegiatan CSR}}{\text{Laba Bersih}}$$

2. *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility merupakan media komunikasi terhadap masyarakat yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan dalam melakukan tanggung jawab sosial perusahaan. CSR diproksikan dengan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI).

CSRI merupakan perbandingan antara total skor item yang telah diungkapkan oleh suatu perusahaan. Peneliti akan mengamati item informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan yang ada dalam *annual report* setiap perusahaan. Perusahaan yang mengungkapkan setiap elemen 117 item tersebut akan diberikan skor 1 dan jika tidak ada pengungkapan terhadap elemen item maka diberi skor 0 (Masruroh & Makaryanawati, 2020).

$$CSRI = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan perusahaan}}{\text{Jumlah item yang diharapkan}}$$

b. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang terkait dengan variabel lain. Dalam gambaran hubungan antar variabel dependen ditunjuk oleh anak panah. Dalam penelitian ini menggunakan variabel dependen nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan nilai jual perusahaan atau meningkatnya nilai bagi pemegang saham. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga pasar sahamnya (Mukhtaruddin et al., 2014).

Nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan indikator pengukuran PBV atau *Price Book Value*. PBV merupakan strategi untuk melihat harga saham di pasar dibandingkan dengan nilai pasarnya. PBV digunakan sebagai pengukuran karena memberikan gambaran sejauh mana harga saham perusahaan mencerminkan nilai buku perusahaan. Dimana rumusnya sebagai berikut (Yuvianita et al., 2022):

$$PBV = \frac{\text{Stock Price}}{Book\ Value\ Per\ Share}$$

c. Variabel Intervening

Variabel intervening atau variabel antara merupakan variabel yang menjadi mediasi atau perantara antara hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Dalam gambar arah hubungan antar variabel, yaitu variabel intervening berada di tengah –tengah antara variabel independen dengan variabel dependen. Dalam penelitian yang digunakan sebagai variabel intervening adalah profitabilitas.

Hanafi & Halim (2009) menyatakan bahwa profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan aset, dan modal saham tertentu dengan periode tertentu. Profitabilitas dalam penelitian

ini menggunakan indikator pengukuran NPM (*Net Profit Margin).* NPM merupakan pengukuran keuntungan penjualan yang perhitungannya dilakukan setelah menghitung seluruh biaya dan pajak penghasilan. Peneliti menggunakan NPM karena mencerminkan sejauh mana perusahaan dalam menghasilkan laba setelah mengurangi biaya-biaya operasional dengan membandingkan penjualannya. Sehingga dapat diketahui sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba bersih dari setiap penjualannya. Rumus NPM sendiri yaitu (Harjito & Martono, 2018):

$$NPM = \frac{\text{Profit After Tax}}{Sale}$$

Berdasarkan definisi operasional mengenai variabel *green accounting, corporate social responsibility,* nilai perusahaan dan profitabilitas. Dalam perhitungan masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Rumus	Sumber
1.	*Green Accounting*	$\text{Biaya Lingkungan} = \frac{\text{Biaya Kegiatan CSR}}{\text{Laba Bersih}}$	Lestari et al. (2020)
2.	*Corporate Social Responsibility*	$CSRI = \frac{\text{Jumlah item yg diungkapkan perusahaan}}{\text{Jumlah item yang diharapkan}}$	Masruroh & Makaryanawati (2020)
3.	Nilai Perusahaan	$PBV = \frac{\text{Stock Price}}{Book\ Value\ Per\ Share}$	Yuvianita et al. (2022).
4.	Profitabilitas	$NPM = \frac{\text{Profit After Tax}}{Sale}$	Harjito & Martono (2018)

4. Jenis dan Sumber Data

Data penelitian ini bersifat kuantitatif, yaitu data yang berupa angka atau bilangan. Dalam penelitian ini menggunakan jenis data sekunder, yaitu data yang telah diterbitkan oleh organisasi (Ulum & Juanda, 2018). Data kuantitatif yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI), sehingga dalam penelitian ini menggunakan laporan keuangan dan laporan tahunan manufaktur sektor pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2019-2022. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah laporan keuangan dan laporan tahunan yang di diperoleh dari www.idx.co.id.

5. Teknik Perolehan Data

Teknik perolehan data penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu dokumentasi. Dokumentasi merupakan teknik perolehan data yang

sudah ada atau jadi dan sudah di olah oleh orang lain (Ulum & Juanda, 2018). Dokumentasi dalam penelitian yaitu berupa laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan yang telah ditentukan sebagai sampel dan diperoleh dari website www.idx.co.id.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis statistik yang menggunakan perangkat lunak statistik. Analisis data menggunakan *Software* Stata 17 dengan tahapan sebagai berikut:

a. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif bertujuan untuk menggambarkan masing-masing variabel penelitian. Variabel yang digunakan meliputi standar deviasi, rata-rata (mean), nilai maksimum dan minimum.

b. Analisis Regresi Data Panel

Dalam penelitian ini menggunakan data panel. Dimana data panel merupakan gabungan antara data *time series* dengan data *cross section*, karena menggunakan beberapa objek dalam beberapa periode waktu. Dalam mengestimasi parameter model dengan data panel, terdapat beberapa model, yaitu (Winarno, 2015):

1. *Common Effect Model (CEM)*

CEM mengasumsikan bahwa data gabungan yang ada akan menunjukkan kondisi sesungguhnya. Hasil analisis dianggap berlaku pada semua objek dengan semua waktu.

2. *Fixed Effect Model (FEM)*

FEM dapat menunjukkan adanya perbedaan konstanta antar objek, meskipun koefisien regresi yang sama. Efek tetap disini maksudnya yaitu bahwa satu objek memiliki konstanta yang tetap yang besarannya untuk berbagai periode.

3. *Random Effect Model (REM)*

REM digunakan untuk mengatasi kelemahan metode efek tetap yang menggunakan variabel semu, sehingga model akan mengalami ketidakpastian.

Langkah-langkah dalam pemilihan model yang tepat dalam penelitian terdapat 3, yaitu:

1. Uji Chow

Uji chow merupakan pengujian yang digunakan untuk memilik apakah model yang digunakan CEM atau FEM. Dengan menggunakan pengujian hipotesis sebagai berikut:

a. H_0= *Common Effect Model*
b. H_1= *Fixed Effeck Model*

Hasil uji chow dapat dilihat dari nilai probabilitas *chi square*. Jika nilai probabilitas *chi square* > taraf signifikan, maka H_1 ditolak atau yang digunakan adalah *common effect model.* Begitu juga sebaliknya.

2. Uji Hausman

Uji Hausman dilakukan untuk menguji statistik dalam pemilihan model *fixed effect model* atau *random effect model* yang akan lebih tepat digunakan dalam regresi data panel. Dengan hipotesis sebagai berikut:

a. H_0= *Random Effect Model*
b. H_1= *Fixed Effeck Model*

Uji hausman dapat dilihat dari nilai probabilitasnya. Jika prob > chi2 maka H_1 diterima dan yang digunakan adalah model FEM. Begitu juga sebaliknya.

3. Uji *Lagrange Multiplier*

Uji LM adalah pengujian dalam memilih apakah *common effect model* atau *random effect model* yang lebih tepat digunakan dalam regresi data panel. Hipotesis sebagai berikut:

a. H_0= *Common Effect Model*
b. H_1= *Random Effeck Model*

Jika nilai probabilitasnya < taraf signifikansi, maka H_1 diterima dan model *random effect model* yang lebih tepat. Begitu juga sebaliknya.

Metode analisis data adalah model regresi data panel yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Model persamaan regresi data panel penelitian ini terdiri dari data *cross-section* dan data *time series*. Persamaan model 1 menggambarkan hubungan variabel independen *green accounting* dan *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas, persamaan model 1 sebagai berikut:

$$PR_{it} = \alpha + \beta_1 GA_{it} + \beta_2 CSR_{it} + \varepsilon$$

Keterangan:

PR_{it} = Profitabilitas perusahaan i tahun t

α = Konstanta

β = Koefisien regresi variabel independen

GA_{it} = *Green Accounting* perusahaan i tahun t

CSR_{it} = *Corporate Social Responsibility* perusahaan i tahun t

ε = *error*

Pada persamaan model 2 terdapat hubungan variabel independen *green accounting, corporate social responsibility* dan profitabilitas tahun t-1, dengan variabel dependen nilai perusahaan tahun ke t. Sehingga penelitian ini terjadi *time lag* antara hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Nurahman et al. (2016) *time lag* adalah suatu kejadian variabel independen mempengaruhi variabel dependen yang memerluka jeda waktu. Hal ini berkaitan dengan PSAK No. 1 paragraph 9 tahun 2015, dimana tujuan suatu perusahaan menyajikan laporan keuangan tahunan adalah untuk memberikan informasi mengenai kinerja keuangan yang bermanfaat bagi kalangan pengguna laporan keuangan sebagai pertimbangan pengambilan keputusan. Informasi laporan keuangan menjadi bahan pertimbangan bagi investor untuk mengambil keputusan karena mencerminkan kinerja perusahaan (Rettob, 2016).

Berdasarkan hal ini laporan keuangan tahun sebelumnya dari variabel independen akan berhubungan dengan variabel dependen yaitu nilai perusahaan yang berkaitan dengan harga saham pada periode sekarang. Berikut persamaan model 2:

$$NP_{it} = \alpha + \beta_1 GA_{it-1} + \beta_2 CSR_{it-1} + \beta_3 PR_{it-1} + \varepsilon$$

Keterangan:

NP_{it} = Nilai Perusahaan i tahun ke t

α = Konstanta

β = Koefisien regresi variabel independen

GA_{it-1} = *Green Accounting* perusahaan i tahun sebelum t

CSR_{it-1} = *Corporate Social Responsibility* perusahaan i tahun sebelum t

PR_{it-1} = Profitabilitas perusahaan i tahun sebelum t

ε = *error*

c. Uji Hipotesis

1. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

   Pengujian ini digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Jika nilai F < 0,05 maka variabel independen dapat mempengaruhi secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

2. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

   Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah variabel independen saja dapat menjelaskan variabel dependen dengan baik. Pengujian dilakukan dengan memperhatikan tingkat signifikansi 0,05, dan syarat ditolak atau diterimanya hipotesis adalah sebagai berikut:

   a) Jika nilai signifikansi t hitung ≤ 0,05 maka H0 ditolak dan H1 (koefisien regresi signifikan) diterima. Artinya variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen.
   b) Jika nilai signifikansi t > 0,05 maka H0 diterima dan H1 ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Artinya ada beberapa variabel

independen yang tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen

3. Uji koefisien determinasi (R2)

Uji koefisien determinasi (R2) mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel yang terkait.

4. Uji Mediasi

Dalam uji mediasi menggunakan *sobel test calculator* yang akan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel untuk mengetahui pengaruh tidak langsung variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022. Perusahaan pertambangan menjadi objek penelitian karena kegiatannya secara eksplorasi dan eksploitasi sumber daya alam yang berdampak pada lingkungan yang berpengaruh terhadap masyarakat sekitar. Seleksi data berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Kriteria Sampel

No	Keterangan	Jumlah
1.	Perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2019-2022	65
2.	Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan tahunan secara lengkap selama periode 2019-2022	-21
3.	Perusahaan yang memiliki laba rugi negatif di tahun 2019-2022	-16
	Jumlah perusahaan	**28**
	Jumlah perusahaan x periode penelitian	**84**

Sumber: http://www.idx.co.id (2023)

Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan maka perusahaan yang akan digunakan dalam penelitian sebanyak 28. Sehingga daftar perusahaan yang terpilih yaitu:

Tabel 4. Daftar Sampel Perusahaan Penelitian

NO	NAMA PERUSAHAAN	KODE
1	Adaro Energy Indonesia Tbk	ADRO
2	PT Astrindo Nusantara Infrastruktur Tbk.	BIPI
3	Bumi Resources Minerals Tbk	BRMS
4	Baramulti Suksessarana Tbk	BSSR
5	Golden Energy Mines Tbk	GEMS
6	Harum Energy Tbk	HRUM
7	Indo Tambangraya Megah Tbk	ITMG
8	PT Mitrabara Adiperdana Tbk	MBAP
9	PT Samindo Resources Tbk	MYOH
10	Bukit Asam Tbk	PTBA
11	Petrosea Tbk	PTRO
12	Golden Eagle Energy Tbk	SMMT
13	SMR Utama Tbk	SMRU
14	PT TBS Energi Utama Tbk	TOBA
15	Apexindo Pratama Duta Tbk	APEX
16	Elnusa Tbk	ELSA
17	Energi Mega Persada Tbk	ENRG
18	Radiant Utama Interinsco Tbk	RUIS
19	Aneka Tambang Tbk.	ANTM
20	Cita Mineral Investindo Tbk	CITA
21	PT Ifishdeco Tbk	IFSH
22	Vale Indonesia Tbk	INCO
23	PT Merdeka Copper Gold Tbk.	MDKA
24	PT Timah Tbk.	TINS
25	PT Kapuas Prima Coal Tbk	ZINC
26	Exploitasi Energi Indonesia Tbk	CNKO
27	Citatah Tbk	CTTH
28	PT Ulima Nitra Tbk	UNIQ

Sumber: http://www.idx.co.id (2023)

Data penelitian variabel *green accounting*, *corporate social responsibility*, profitabilitas dan nilai perusahaan pada 28 perusahaan pertambangan periode 2019-2022 yang digunakan terdapat pada lampiran 1 bagian akhir dari penelitian.

2. Analisis Data

a. Statistik Deskriptif

Tabel 5. Statistik Deskriptif

Variabel	Sampel	Mean	Std. Dev	Min	Max
Green Accounting (X1)	84	0,2535	0,1944	0,04	1,22
CSR (X2)	84	0,5104	0,0847	0,34	0,73
Profitabilitas (Z)	84	0,1847	0,1813	0,01	0,92
Nilai Perusahaan (Y)	84	0,5126	0,5689	0,02	3,20

Sumber: Data Sekunder yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 5 diatas dapat dilihat bahwa variabel *green accounting* dengan sampel 84 memiliki nilai rata-rata sebesar 0,2535. Nilai standar deviasi *green accounting* sebesar 0,1944 yang berarti nilai rentang atau jarak antara satu dengan yang lain, dimana perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek mengalami kondisi *green accounting* sebesar 0,18077. Sementara nilai minimum dari *green accounting* adalah sebesar 0,04. Untuk nilai maksimumnya sebesar 1,22.

Nilai rata-rata variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebesar 0,5104 dengan sampel 84 perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Nilai standar deviasi *Corporate Social Responsibility* sebesar 0,0847 yang berarti nilai rentang atau jarak antara satu dengan yang lain, dimana perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek mengalami kondisi *Corporate Social Responsibility* sebesar 0,08831. Pengungkapan CSR nilai minimum adalah sebesar 0,34. Untuk nilai maksimumnya sebesar 0,73.

Berdasarkan tabel diatas profitabilitas memiliki nilai rata-rata sebesar 0,1847 dengan sampel 84 perusahaan. sementara nilai standar deviasi digunakan sebagai acuan untuk mengetahui nilai rentang atau

jarak yang satu dengan yang lain. Sehingga pada analisis kali ini diketahui bahwa nilai standar deviasi dari variabel profitabilitas dengan total observasi 84 perusahaan sebesar 0,1877. Interpretasinya adalah bahwa perusahaan pertambangan mempunyai kemampuan menghasilkan laba bersih dari total penjualan mulai dari nilai minimum sebesar 0,01 dan nilai maksimum sebesar 0,92.

Mengacu pada tabel 5 diatas diketahui variabel nilai perusahaan memiliki nilai rata-rata sebesar 0,5126, dengan observasi sebanyak 84 perusahaan pertambangan. Nilai standar deviasi variabel nilai perusahaan sebesar 0,5689. Sementara setelah dilakukan analisis data diketahui juga bahwa nilai perusahaan memiliki nilai minimum 0,02 dan nilai maksimum sebesar 3,2.

b. Uji Regresi Data Panel

Dalam uji data panel diketahui ada 3 macam model yang bisa digunakan. Peneliti disini akan menguji dari masing-masing model sehingga bisa diketahui model mana yang paling baik dan tepat untuk penelitian kali ini. Model yang pertama kali peneliti uji adalah uji chow untuk memililih antara *common effect model* (CEM) dibandingkan dengan *fixed effect model* (FEM). Jika yang terpilih adalah model FEM maka dilakukan uji hausman untuk memilih antara *fixed effect model* dengan *Random effect model* (REM). Jika pada uji hausman yang terpilih *Random effect model* (REM) maka perlu uji lagrange multiplier untuk membandingkan *Random effect model* (REM) dengan *common effect model* (CEM). Berikut pengujian untuk pemilihan model yang tepat:

1. Uji Chow

Uji chow dilakukan untuk memilih model regresi data panel yang terbaik antara *common effect model* dengan *fixed effect model*. Berikutnya hasil uji chow :

Tabel 6. Uji Chow

MODEL 1
F (27, 82) = 4.24
Prob > F = 0.000
MODEL 2
F (27, 53) = 6.73
Prob > F = 0.0000

Sumber : Data Sekunder yang diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji chow pada tabel 6 dapat dilihat bahwa model ke 1 nilai probabilitasnya sebesar 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan model yang paling tepat digunakan yaitu *fixed effect model.* Pada model ke 2 nilai probabilitasnya 0,000 < 0,005, maka model yang tepat adalah *fixed effect model.*

2. Uji Hausman

Uji hausman dilakukan untuk menentukan model regresi yang terbaik antara *fixed effect model* dengan *random effect model.* Hasil uji hausman sebagai berikut:

Tabel 7. Uji Hausman

MODEL 1
Chi2 (2) = 1.22
Prob > chi2 = 0.5427
MODEL 2
Chi2 (3) = 2.48
Prob > chi2 = 0.4797

Sumber: Data Sekunder yang diolah (2023)

Dari hasil uji hausman model ke 1 dapat dilihat bahwa nilai Prob > Chi2 sebesar 0.5427 sehingga lebih besar dari 0,05. Jadi pada model ke 1 yang dipilih *random effect model*. Pada model ke 2 dapat dilihat bahwa hasil Prob > Chi2 sebesar 0.4797, dimana hasilnya lebih besar dari 0,05. Maka model yang tepat digunakan yaitu *random effect model.*

3. Uji *Lagrange Multiplier*

Dalam pengujian LM dilakukan untuk memilih antara model *common effect model* dengan *random effect model.* Pada model 1 dan model 2 yang terpilih adalah *random effect model* sehingga perlu dilakukan uji lagrange multiplier sebagai berikut:

Tabel 8. Uji *Lagrange Multiplier*

Model 1
Chibar2(01) = 21.38
Prob > Chibar2 = 0,0000
Model 2
Chibar2 (01) = 33.76
Prob > Chibar2= 0,0000

Sumber: Data Sekunder yang diolah (2023)

Berdasarkan harsi uji *lagrange multiplier* pada tabel 8 dapat dilihat bahwa model 1 memiliki nilai probabilitas sebesar 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan model yang terpilih yaitu *random effect model.* Pada model ke 2 juga terdapat nilai probabilitas sebesar 0.000 < 0,005, sehingga model yang tepat juga yaitu *random effect model.* Jika model yang terpilih adalah *random effect model* maka tidak perlu dilakukan uji asumsi klasik. Namun jika yang terpilih *fixed effect model* atau *common effect model* maka perlu dilakukan uji asumsi klasik.

4. Analisis Persamaan Regresi Data Panel

Tabel 9. Analisis Persamaan Regresi Berganda Data Panel

Struktur	Coeff	Std. error
GA dan CSR terhadap PR		
GA => PR	-0,166613	0,984243
CSR => PR	0,534511	0,268489
Constan	-0,050439	0,142448
GA, CSR dan PR terhadap NP		
GA => NP	0,1728005	0,258255
CSR => NP	-0,741933	0,7518999
PR => NP	1,192105	0,2884853
Constan	0,627285	0,391567

Sumber: Data Sekunder yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui model persamaan regresi berganda data panel sebagai berikut:

PR_{it}= -0,05043- 0,1666GA_{it} + 0,5345CSR_{it}

NP_{it}= 0,6272+ 0,1728GA_{it-1} - 0, 7419CSR_{it-1} + 1,192105PR_{it-1}

Persamaan yang pertama dapat dilihat bahwa variabel *green accounting* memiliki nilai koefisien -0,1666, ini menunjukkan penurunan pada variabel *green accounting* yang berarti akan menurunkan profitabilitas sebesar 0,1666. Sedangkan pada variabel CSR memiliki nilai koefisien sebesar 0,5345 ini menunjukkan peningkatan CSR akan meningkatkan profitabilitas sebesar 0,559.

Persamaan yang kedua dapat dilihat variabel *green accounting* memiliki nilai koefisien regresi 0,1728 ini menunjukkan bahwa kenaikan meningkatnya variabel *green accounting* maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,1728. Variabel CSR memiliki nilai koefisien regresi -0,7419 ini menunjukkan penurunan variabel CSR maka akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,7419. Sedangkan variabel profitabilitas memiliki koefisien regresi 1,1921 dimana peningkatan profitabilitas 1,1921 akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 1,1921.

c. Uji Hipotesis Pengaruh Langsung

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam penelitian. Hasil uji hipotesis sebagai berikut:

Tabel 10. Uji Hipotesis

Struktur	t	Prob	R-Square	F
GA dan CSR terhadap PR				
GA => PR	-1,69	0,090	0,1154	0,0007
CSR => PR	2,02	0,043		
Constan	-0,35	0,723		
GA, CSR dan PR terhadap NP				
GA => NP	0,67	0,503		
CSR => NP	-0,99	0,324	0,1689	0,0228
PR=> NP	4,13	0,00		
Constan	1,60	0,109		

Sumber: Data Sekunder yang diolah (2023)

1. Uji Signifikan Simultan

Dapat dilihat pada tabel 10 bahwa nilai Prob > F struktur model ke 1 yaitu 0,0007 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan variabel independen *green accounting* dan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap profitabilitas. Pada struktur model ke 2 nilai Prof > F sebesar 0,0228, dimana nilai tersebut lebih

kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen *green accounting, corporate social responsibility* dan profitabilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan.

2. Uji Parsial *(t-Test)*

Dari tabel 10 struktur model ke 1 menunjukkan nilai signifikansi *green accounting* 0,090 > 0,05 yang berarti bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas dengan. Sedangkan nilai signifikansi CSR 0,043 < 0,05 yang berarti bahwa variabel CSR tersebut berpengaruh terhadap profitabilitas yang diukur menggunakan NPM. Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan hipotesis 1 ditolak yaitu *green accounting* berpengaruh terhadap profitabilitas. Sedangkan hipotesis ke 2 diterima yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap profitabilitas.

Pada tabel 10 struktur model ke 2 dapat dilihat variabel *green accounting* memiliki nilai signifikansi 0,503 > 0,05 yang menunjukkan *green accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diukur menggunakan PBV, sehingga hipotesis ke 3 ditolak yaitu *green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada variabel CSR memiliki nilai signifikansi 0,324 > 0,05 yang berarti variabel CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis ke 4 ditolak, yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Variabel profitabilitas memiliki nilai signifikansi 0,00 > 0,05 yang berarti bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan arah yang positif dilihat dari nilai koefisien, sehingga hipotesis ke 5 diterima yaitu, profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Uji Koefisien Determinasi R^2

Pada tabel 10 terlihat bahwa pada struktur model ke 1 nilai R^2 sebesar 0,1154 atau 11,54%, sehingga dapat disimpulkan variabel independen *green accounting* dan *corporate social responsibility* dapat menjelaskan variabel dependen profitabilitas hanya sebesar 11,54% saja. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian sebesar 88,46%. Struktur model ke 2 nilai R^2 sebesar 0,1689 atau 16,89% yang artinya bahwa kemampuan variabel independen *green accounting, corporate social responsibility* dan profitabilitas dalam menjelaskan variabel nilai perusahaan hanya sebesar 16,89%. Sedangkan sisanya 83,11% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

d. Uji Hipotesis Tidak Langsung

Tabel 11. Uji Sobel Test

Struktur	Nilai
GA-> PR-> NP	
A	-0.1666
B	1.1921
Sea	0.0984
Seb	0.2884
Sobel test statistic	**-1.56675279**
CSR-> PR-> NP	
A	0,5435
B	1.1921
SE_A	0.26848
SE_B	0,2884
Sobel test statistic	**1.81803808**

Sumber: Data Sekunder yang diolah (2023)

Keterangan:

A : koefisien variabel independen terhadap variabel mediasi

B : koefisien variabel mediasi terhadap variabel dependen

SE_A : Standar *error* variabel independen terhadap variabel mediasi

SE_B : Standar *error* variabel mediasi terhadap variabel dependen

Koefisien dan standar *error* dapat dilihat pada tabel 9. Pada tabel 11 menguji pengaruh tidak langsung bisa dilihat dari nilai test statistiknya. Berdasarkan nilai yang dihasilkan lebih kecil dari 1,98. Dengan begitu dapat disimpulkan variabel dependen yaitu *green accounting* terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas tidak berpengaruh signifikan. Hal ini bisa dilihat dari perbandingan antara nilai t-statistik -1,516 < t-Tabel 1,98. Sehingga hipotesis ke 6 yang diajukan ditolak yaitu *green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas.

Sementara variabel CSR terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas tidak berpengaruh signifikan, hal ini dibuktikan dengan hasil uji sobel yang menunjukkan bahwa, nilai t-Statistik 1.818 < t-Tabel 1,98 atau nilai sig. 0,148 > sig. 0,005. Sehingga hipotesis ke 7 yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas ditolak.

3. Pembahasan

a. Pengaruh *Green Accounting* terhadap Profitabilitas

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Sehingga hasil penelitian ini mendukung penelitian Kholmi & Nafiza (2022) dengan hasil penelitian *green accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan Nugroho (2023) dan Salsabila & Widiatmoko (2022), penelitian mereka membuktikan *green accounting* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa biaya lingkungan yang dikeluarkan perusahaan tidak bisa memberikan hal baik terhadap profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi biaya lingkungan yang dikeluarkan perusahaan semakin menurunkan profitabilitas yang dihasilkan perusahaan

Penelitian ini didukung oleh pendapat Faizah (2020) yang mengatakan bahwa perusahaan yang cenderung mementingkan laba, sehingga perusahaan yang bertujuan hanya pada laba akan mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan termasuk kegiatan lingkungan yang menimbulkan biaya lingkungan.

b. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Astuti et al. (2020) dan Kholmi & Nafiza (2022) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.. Hasil ini bertolak belakang dengan penelitian Celvin & Gaol, (2015)hasil penelitian mereka mengatakan bahwa, *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Pada teori legitimasi terdapat hubungan sosial yang erat antara perusahaan dengan masyarakat. Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dikatakan Lako (2011) yaitu legitimasi masyarakat merupakan strategi yang dapat diterapkan perusahaan sebagai sarana untuk keberlangsungan perusahaan. Nugroho (2023) berpendapat CSR merupakan kegiatan yang berkaitan dengan lingkungan dan sosial, dimana kegiatan ini diluar kepentingan suatu perusahaan. Kebutuhan sosial masyarakat yang diungkapkan dalam kegiatan CSR mampu menumbuhkan rasa kepercayaan *stakeholder* baik itu dari konsumen, masyarakat, dan investor. Sehingga dapat disimpulkan loyalitas akan meningkat atas kepercayaan yang diterima perusahaan. Loyalitas konsumen akan mengakibatkan penjualan naik sehingga laba yang dihasilkan juga naik. Seperti pada laporan keuangan perusahaan Adaro Energy Indonesia di tahun 2020 penjualan $2.534.842 dan labanya $158.505. Pada tahun 2022 penjualannya $8.102.399 dengan laba

$2.831.123. Hal ini membuktikan penjualan naik maka laba yang dihasilkan juga meningkat.

c. Pengaruh *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sapulette & Limba (2021) dengan hasil bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil ini membantah penelitian Dianty (2022) dan Nugroho (2023). Dimana penelitian mereka mengatakan bahwa *green accounting* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil ini menunjukkan bahwa pengungkapan biaya lingkungan perusahaan tidak bisa mempengaruhi keyakinan bagi investor atau konsumen dalam penilaian suatu perusahaan, sehingga tidak mempengaruhi tingkat penjualan dan laba perusahaan. Biaya lingkungan yang dikeluarkan merupakan program yang termasuk dalam kegiatan CSR perusahaan, dimana kegiatan ini merupakan kewajiban perusahaan, sehingga ada dan tidaknya pengungkapan biaya lingkungan tidak bisa mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil ini diperkuat oleh pendapat Kumala & Priantilianingtiasari (2023) yang menyatakan bahwa penerapan *green accounting* yang tinggi akan mengakibatkan keuntungan yang dibagikan kepada investor akan menurun.

d. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil output stata 17 menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Astuti et al. (2020) dan Khasanah & Sucipto (2020) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibilty*

tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini bertolak belakang dengan penelitian Dewi & Narayana (2020) dan Nida (2022). Dimana hasil penelitian mereka mengatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil ini tidak sesuai dengan pemahaman teori *stakeholder* yaitu kesuksesan sebuah perusahaan dapat diraih dengan cara meyeimbangi berbagai kepentingan dari para *stakeholdernya* (Lako, 2011). Hasil penelitian ini menunjukkan kegiatan tanggung jawab perusahaan yang dilakukan belum tepat sehingga tidak diperhatikan secara benar oleh pihak-pihak berkepentingan. Kegiatan perusahaan pertambangan yang berkaitan dengan kerusakan lingkungan berdampak pada perampasan hak ekonomi. Sehingga rendahnya minat *stakeholder* akan menurunkan nilai perusahaan. Selain itu Dzikir (2020) berpendapat bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR adalah sebuah kewajiban yang sudah diatur oleh pemerintah sehingga CSR tidak bisa menjadi pemicu dalam menghasilkan laba yang maksimal. Masyarakat memandang itu hanya sebuah kewajiban yang dilakukan perusahaan. Khasanah & Sucipto (2020) juga berpendapat melakukan kegiatan CSR adalah sebuah tindakan yang digunakan untuk mengantisipasi dan menghindari tekanan sosial yang berdampak pada citra perusahaan.

e. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan

Berdasarkan hasil analisis penelitian membuktikan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dewi & Narayana (2020) dan Nugroho (2023), dimana hasil penelitiannya membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Astuti et al. (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan profitabilitas yang diukur menggunakan NPM berpengaruh terhadap nilai perusahaan. NPM yang tinggi menunjukkan perusahaan mampu menghasilkan laba yang tinggi setelah mengurangi beban dan biaya operasional. NPM menggambarkan perusahaan yang berhasil dalam mengelola sumber daya yang dimiliki dan menghasilkan keuntungan yang tinggi. Hasil ini didukung pendapat Khasanah & Sucipto (2020) yang mengatakan bahwa peningkatan laba yang dihasilkan perusahaan bisa menarik investor dan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini karena perusahaan yang mampu mengelola sumber daya dan meningkatkan profitabilitas akan meningkatkan kepercayaan investor bahwa dividen yang diharapkan akan tinggi juga.

f. Pengaruh *Green Accounting* terhadap Nilai perusahaan Melalui Profitabilitas.

Berdasarkan hasil tes analisis sobel menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas sebagai variabel mediasi. Yang berarti bahwa profitabilitas tidak mampu berperan sebagai mediator serta tidak mampu menambah atau mengurangi pengaruh antara hubungan *green accounting* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Dianty (2022) dimana hasil penelitiannya mengatakan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas. Berbeda dengan penelitian Nugroho, (2023) yang menyatakan bahwa profitabilitas mampu memediasi *green accounting* terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung oleh pendapat Ekawati (2023) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak bisa menjadi variabel mediasi disebabkan peningkatannya profitabilitas yang terjadi kemungkinan besar perusahaan akan lebih memilih mengalokasikan biaya tersebut pada kegiatan operasional untuk meningkatkan laba yang maksimal. Sehingga terjadinya peningkatan atau menurunnya

profitabilitas belum bisa membuktikan bahwa manajemen perusahaan telah berhasil meningkatkan kinerja keuangan sekaligus kinerja lingkungan perusahaan untuk bisa menarik dan meningkatkan kepercayaan investor yang meningkatkan nilai perusahaan.

g. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas.

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas sebagai variabel mediasi. Yang berarti bahwa profitabilitas tidak mampu berperan sebagai mediator serta tidak mampu menambah atau mengurangi pengaruh antara hubungan *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Astuti et al. (2020) hasil penelitiannya mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas. Hasil ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan Suhartini & Megasyara (2018) dimana penelitiannya mengatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas

Laba perusahaan yang mengalami kenaikan bisa berdampak pada stigma masyarakat bahwa perusahaan hanya memperkaya para pemegang saham tanpa memperhatikan lingkungan sekitar serta kesenjangan sosial yang ada dikalangan masyarakat (Rohmah, 2016). Dimana profitabilitas sebagai variabel mediator tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan dari pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan. Teori yang mendasari implementasi *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan adalah teori legitimasi. Penelitian ini diperkuat oleh pendapat Dzikir (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas yang tinggi tidak menjamin pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan karena akan berpikir mengganggu informasi kinerja keuangan,

sebaliknya jika profitabilitasnya rendah maka akan memperluas informasi mengenai tanggung jawab sosialnya untuk kepentingan menutupi rendahnya profitabilitas tersebut dan untuk citra perusahaan. Selain itu Alim & Puji (2021) juga berpendapat yang menjadi salah satu penyebabnya kemungkinan besar adalah para investor masih belum memiliki persepsi serta kesadaran masyarakat terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan.

E. PENUTUP

1. Kesimpulan

Setelah dilakukan analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti bisa menyimpulkan hasilnya sebagai berikut:

a. *Green accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan tambang yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022.

b. *Corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap terhadap profitabilitas perusahaan tambang yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022.

c. *Green accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022.

d. *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022.

e. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022.

f. Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022.

g. Profitabilitas tidak mampu memediasi *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022.

2. Saran

Peneliti memberikan saran kepada perusahaan untuk memperhatikan indikator yang bisa mempengaruhi minat investor sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Baik dari sisi keuangan maupun non keuangan dan yang melibatkan lingkungan sekitar. Saran untuk peneliti selanjutnya yaitu memperluas penelitian dengan menambah indikator di luar penelitian dan menambah sektor perusahaan sehingga bervariasi.

F. DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, M. W., & Yuliana, A. (2018). Corporate Environmental Responsibility: An Effort To Develop A Green Accounting Model. *Jurnal Akuntansi*, *22*(3), 305. https://doi.org/10.24912/ja.v22i3.390

Afifah, N., Astuti, S. W. W., & Irawan, D. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, *5*(3). https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4644

Ainy, R. N., & Barokah, Z. (2019). Corporate Governance, Environmental Responsibility and Firm Value: An Empirical Study in Indonesia and Malaysia. *Journal of Accounting and Investment*, *20*(2). https://doi.org/10.18196/jai.2002117

Alim, M., & Puji, W. (2021). Pengaruh Implementasi Green Accounting, Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Digital Akuntansi (JUDIKA).*

Astuti, T. N., Mursalim, M., & Kalsum, U. (2020). *Intervening Profitabilitas: Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan*. *17*.

Azheri, B. (2011). *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Rajagrafindo Persada.

Baranova, V., Kulinich, T., Dutchak, O., Zvonar, V., & Denyshchenko, L. (2021). Development of Corporate Social Responsibility in Business as a Factor of Fiscal Decentralization. *Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR)*, *8*(3), 411–424. https://doi.org/10.15549/jeecar.v8i3.760

Celvin, H., & Gaol, R. L. (2015). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. *1*(2).

Chasbiandani, T., Rizal, N., & Indra Satria, I. (2019). Penerapan Green Accounting Terhadap Profitabitas Perusahaan Di Indonesia. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, *2*(2), 126–132. https://doi.org/10.26905/afr.v2i2.3722

Daromes, F. E., & Kawilarang, M. F. (2020). Peran Pengungkapan Lingkungan Dalam Memediasi Pengungkapan Kinerja Lingkungan Terhadap Nili Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, *14*(1). https://doi.org/10.25170/jara.v14i1

Dewi, P. P., & Narayana, I. P. E. (2020). Implementasi Green Accounting, Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, *30*(12), 3252. https://doi.org/10.24843/EJA.2020.v30.i12.p20

Dianty, A. (2022). *The Effect of Applying Green Accounting on Firm Value and Financial Performance as an Intervening Variable*. *23*(2).

Dwicahyanti, R., & Priono, H. (2021). Pengaruh Penerapan Akuntansi Lingkungan dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas Serta Pengungkapan Informasi Lingkungan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Syntax Transformation*, *2*(06), 868–874. https://doi.org/10.46799/jst.v2i6.295

Dzikir, A. N. (2020). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Sektor Pertambangan yang Terhadaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018)*. *03*(02).

Ekawati, A. S. (2023). Pengaruh Penerapan Green Accounting Melalui Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Media Akuntansi dan Perpajakan Indonesia*, *5*(1). https://doi.org/10.37715/mapi.v5i1.4164

Erlangga, C. M., Fauzi, A., & Sumiati, A. (2021). Penerapan Green Accounting dan Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas. *Akuntabilitas*, *14*(1), 61–78. https://doi.org/10.15408/akt.v14i1.20749

Faizah, B. S. Q. (2020). Penerapan Green Accounting Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, *12*(2), 94–99. https://doi.org/10.23969/jrak.v12i2.2779

Hanafi, M. M., & Halim, A. (2009). *Analisis Laporan Keuangan (4th ed.)*. UPP STIM YKPN.

Harjito, A., & Martono. (2018). *Manajemen Keuangan (2nd ed)*. Ekonisia.

Hati, R. P. (2018). Analisis Penerapan Green Accounting Berbasis University Social Rerponsibility (USR) Pada Universitas Riau Kepulauan dan Universitas Internasional Batam. *Measurement : Jurnal Akuntansi*, *12*(1), 111. https://doi.org/10.33373/measure.v12i1.1317

Khasanah, I. D., & Sucipto, A. (2020). *Pengaruh corporate social responbility (csr) dan good corporate governance (gcg) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening*.

Kholmi, M., & Nafiza, S. A. (2022). Pengaruh Penerapan Green Accounting dan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2019). *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, *6*(1), 143–155. https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.12998

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*(2), 776–795. https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.4634

Kusumaningtias, R., Ketintang, K., & Ketintang, J. (2013). *Green Accounting, Mengapa dan Bagaimana?*

Lako, A. (2011). *Dekonstruksi CSR & Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi*. Erlangga.

Lako, A. (2018). *Green Accounting: Coseptual Framework and Application*.

Lange, D., & Bundy, J. (2018). The Association between Ethics and Stakeholder Theory. In S. Dorobantu, R. V. Aguilera, J. Luo, & F. J. Milliken (Eds.), *Advances in Strategic Management* (Vol. 38, pp. 365–387). Emerald Publishing Limited. https://doi.org/10.1108/S0742-332220180000038019

Lestari, R., Aisya Nadira, F., Nurleli, N., & Helliana, H. (2020). Pengaruh Penerapan Green Accounting Terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan. *Kajian Akuntansi*, *20*(2), 124–131. https://doi.org/10.29313/ka.v20i2.5990

Lu, J., Ren, L., He, Y., Lin, W., & Streimikis, J. (2019). Linking Corporate Social Rerponsibility With Reputation and Brand of The Firm. *Amfiteatru Economic*, *21*(51).

Masitoh, D., Paramita, P. D., & Suprijanto, A. (2018). *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Debt to Equity Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening*.

Masruroh, A., & Makaryanawati. (2020). Pengaruh penggungkapan tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek. *Jurnal Akuntansi Aktual*, *7*(1).

Melawati, H. G., & Rahmawati, M. I. (2022). *Pengaruh Green Accounting dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan: Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi*. *11*.

Mukhtaruddin, Relasari, & Messa Felmania. (2014). Good Corporate Governance Mechanism, Corporate Social Responsibility Disclosure on Firm Value: Empirical Study on Listed Company in Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Finance & Accounting Studies*, *2*(1). https://doi.org/10.7575/aiac.ijfas.v.2n.1p.1

Nida, N. K. N. L. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Mediasi. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, *4*(11), 5124–5131. https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1797

Nugroho, W. C. (2023). Efek Mediasi Profitabilitas pada Pengaruh Green Accounting terhadap Nilai Perusahaan. *JURNAL AKUNTANSI*, *33*(3), 648–663. https://doi.org/10.24843/EJA.2023.v33.i03.p05

Nurahman, M. C., Wahyuningsih, S., & Yuniarti, D. (2016). *Dynamic Model: Autoregressive and Distribution Lag (Case Study: Effects of US Dollar Exchange Rate against Gross Regional Domestic Product (GRDP))*. *7*.

Nurhayati, N., Eliana, E., & Jusniarti, N. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Menggunakan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Perusahaan

Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2016-2018). *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, *3*(1), 73. https://doi.org/10.22373/jihbiz.v3i1.9633

Rahmantari, N. L. L. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas\\ Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaa Farmasi yang Terhadap di Bursa Efek Indonesia. *GANEC SWARA*, *15*(1), 813. https://doi.org/10.35327/gara.v15i1.179

Rettob, G. B. N. (2016). Pengaruh Publikasi Laporan Keuangan Terhadap Reaksi Investor (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2015). *Jural Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, *4*(2), 1–17.

Rohmah, D. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility diI dalam Laporan Sustainability (Studi Empiris Pada Perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013). *ESENSI*, *5*(2). https://doi.org/10.15408/ess.v5i2.2347

Salsabila, A., & Widiatmoko, J. (2022). *Pengaruh Green Accounting terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-202*. *1*.

Sapulette, S. G., & Limba, F. B. (2021). Pengaruh Penerapan Green Accounting dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020. *KUPNA JURNAL*, *2*, 31–43.

Sari, R., & Febrianti, R. A. (2021). Moderasi Profitabilitas Atas Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, *12*(2), 131. https://doi.org/10.36982/jiegmk.v12i2.1290

Soemarsono, P. N. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Earnings Management Sebagai Variabel Mediasi. *Akuntansi : Jurnal Akuntansi Integratif*, *5*(02). https://doi.org/10.29080/jai.v5i02.184

Suhartini, D., & Megasyara, I. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016. *EQUITY: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, *21*(2).

Sulbahri, R. A. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntansi dan Manajemen*.

Susilo, D. E. (2018). The Effects of Corporate Social Responsibility to the Corporate Value. *Journal of Business Management and Accounting*, *2*(2), 85–96.

Ulum, I., & Juanda, A. (2018). *Metodologi Penelitian Akuntansi: Klinik Skripsi (2nd ed.)*. Aditya Media Publishing.

Wenni Anggita, Ari Agung Nugroho, & Suhaidar. (2022). Carbon Emission Disclosure And Green Accounting Practices On The Firm Value. *Jurnal Akuntansi*, *26*(3), 464–481. https://doi.org/10.24912/ja.v26i3.1052

Winarno, W. W. (2015). Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan EViews. *UPP STIM YKPN*.

Yanto, E. (2018). Effect of Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance on the Value of Company with Profitability as Moderating Variables. *JAAF (Journal of Applied Accounting and Finance)*, *2*(1), 36. https://doi.org/10.33021/jaaf.v2i1.304

Yuvianita, M., Ahmar, N., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas Terhadap Nilai perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan BUMN yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Pancasila (JIAP)*, *2*(2), 138–150. https://doi.org/10.35814/jiap.v2i2.3500

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Penelitian

KODE	Perusahaan	Tahun	GA	CSR	NPM	PBV
ADRO	1	2019	0.94	0.52	0.13	0.09
	1	2020	1.22	0.56	0.06	0.07
	1	2021	0.63	0.59	0.08	0.11
	1	2022	0.41	0.59	0.11	0.12
BIPI	2	2019	0.35	0.43	0.26	0.44
	2	2020	0.42	0.47	0.29	0.50
	2	2021	0.20	0.48	0.33	0.36
	2	2022	0.36	0.51	0.33	0.99
BRMS	3	2019	0.22	0.51	0.28	0.54
	3	2020	0.16	0.62	0.48	0.63
	3	2021	0.28	0.62	0.66	0.57
	3	2022	0.34	0.62	0.12	1.73
BSSR	4	2019	0.14	0.56	0.07	0.28
	4	2020	0.16	0.60	0.09	0.16
	4	2021	0.21	0.67	0.30	0.30
	4	2022	0.48	0.68	0.23	0.33
GEMS	5	2019	0.14	0.51	0.12	0.29
	5	2020	0.20	0.58	0.16	0.30
	5	2021	0.12	0.50	0.22	0.38
	5	2022	0.18	0.60	0.24	0.34
HRUM	6	2019	0.17	0.34	0.08	0.06
	6	2020	0.13	0.34	0.38	0.13
	6	2021	0.14	0.38	0.29	0.30
	6	2022	0.10	0.43	0.42	0.14
ITMG	7	2019	0.15	0.55	0.07	0.10
	7	2020	0.31	0.55	0.03	0.13
	7	2021	0.19	0.60	0.23	0.13
	7	2022	0.19	0.65	0.33	0.14
MBAP	8	2019	0.29	0.50	0.14	0.21
	8	2020	0.16	0.50	0.14	0.17
	8	2021	0.17	0.51	0.32	0.15
	8	2022	0.19	0.51	0.40	0.24
MYOH	9	2019	0.25	0.34	0.10	0.16
	9	2020	0.18	0.37	0.13	0.16
	9	2021	0.12	0.37	0.17	0.19
	9	2022	0.17	0.38	0.10	0.15
PTBA	10	2019	0.30	0.51	0.19	0.16

	10	2020	0.38	0.51	0.14	0.19
	10	2021	0.26	0.57	0.27	0.13
	10	2022	0.25	0.60	0.30	0.15
PTRO	11	2019	0.15	0.50	0.07	0.05
	11	2020	0.12	0.73	0.10	0.06
	11	2021	0.16	0.60	0.08	0.06
	11	2022	0.14	0.68	0.09	0.09
SMMT	12	2019	0.21	0.34	0.02	0.66
	12	2020	0.33	0.40	0.11	0.65
	12	2021	0.17	0.46	0.49	0.78
	12	2022	0.04	0.51	0.38	2.01
SMRU	13	2019	0.33	0.38	0.27	0.81
	13	2020	0.26	0.43	0.65	1.40
	13	2021	0.48	0.47	0.44	2.95
	13	2022	0.63	0.50	0.04	3.20
TOBA	14	2019	0.59	0.49	0.08	0.76
	14	2020	0.39	0.50	0.11	0.70
	14	2021	0.12	0.60	0.14	1.29
	14	2022	0.19	0.67	0.15	0.73
APEX	15	2019	0.21	0.51	0.22	1.15
	15	2020	0.13	0.51	0.81	0.61
	15	2021	0.14	0.58	0.56	1.21
	15	2022	0.27	0.57	0.80	0.49
ELSA	16	2019	0.16	0.58	0.04	0.62
	16	2020	0.22	0.56	0.03	0.69
	16	2021	0.17	0.60	0.01	0.53
	16	2022	0.17	0.67	0.03	0.55
ENRG	17	2019	0.15	0.45	0.07	0.37
	17	2020	0.10	0.35	0.18	0.25
	17	2021	0.15	0.39	0.10	0.45
	17	2022	0.11	0.38	0.15	0.97
RUIS	18	2019	0.23	0.50	0.02	0.55
	18	2020	0.22	0.50	0.02	0.52
	18	2021	0.32	0.50	0.01	0.36
	18	2022	0.34	0.60	0.01	0.32
ANTM	19	2019	0.73	0.41	0.01	1.11
	19	2020	0.09	0.43	0.04	0.24
	19	2021	0.11	0.44	0.05	0.26
	19	2022	0.16	0.47	0.08	0.20
CITA	20	2019	0.26	0.54	0.17	0.29
	20	2020	0.18	0.55	0.15	0.34

	20	2021	0.16	0.55	0.12	0.35
	20	2022	0.18	0.58	0.13	0.36
IFSH	21	2019	0.15	0.51	0.09	0.26
	21	2020	0.91	0.51	0.06	0.15
	21	2021	0.21	0.50	0.18	0.04
	21	2022	0.11	0.50	0.21	0.26
INCO	22	2019	0.12	0.51	0.07	0.13
	22	2020	0.13	0.51	0.11	0.18
	22	2021	0.13	0.50	0.17	0.15
	22	2022	0.10	0.60	0.17	0.02
MDKA	23	2019	0.04	0.39	0.17	0.31
	23	2020	0.18	0.50	0.09	0.67
	23	2021	0.23	0.56	0.09	0.39
	23	2022	0.10	0.56	0.07	0.31
TINS	24	2019	0.14	0.43	0.03	1.17
	24	2020	0.17	0.44	0.02	1.28
	24	2021	0.10	0.47	0.09	1.00
	24	2022	0.10	0.54	0.08	0.90
ZINC	25	2019	0.16	0.60	0.20	0.61
	25	2020	0.10	0.61	0.48	0.54
	25	2021	0.12	0.62	0.92	0.30
	25	2022	0.25	0.67	0.16	0.16
CNKO	26	2019	0.30	0.59	0.10	0.66
	26	2020	0.24	0.60	0.30	0.39
	26	2021	0.47	0.63	0.08	0.37
	26	2022	0.26	0.63	0.04	0.35
CTTH	27	2019	0.36	0.60	0.17	0.20
	27	2020	0.23	0.65	0.40	0.20
	27	2021	0.37	0.63	0.23	0.21
	27	2022	0.26	0.65	0.29	0.24
UNIQ	28	2019	0.36	0.49	0.05	0.79
	28	2020	0.25	0.51	0.01	1.60
	28	2021	0.20	0.51	0.03	0.82
	28	2022	0.14	0.51	0.05	0.52

Lampiran 2. Hasil Uji Penelitian

1. Statistik Deskriptif

```
. xtsum ga csr npm pbv
```

Variable		Mean	Std. dev.	Min	Max	Observations	
ga	overall	.2535714	.1944262	.04	1.22	N =	84
	between		.1576628	.1266667	.93	n =	28
	within		.1163743	-.0464286	.7402381	T =	3
csr	overall	.5104762	.084752	.34	.73	N =	84
	between		.0781774	.3533333	.6266667	n =	28
	within		.0349066	.4004762	.6304762	T =	3
npm	overall	.1847619	.1813037	.01	.92	N =	84
	between		.1484444	.0166667	.5333333	n =	28
	within		.1066127	-.1485714	.5714286	T =	3
pbv	overall	.512619	.5689138	.02	3.2	N =	84
	between		.5091455	.07	2.516667	n =	28
	within		.2658577	-.6040477	1.375952	T =	3

2. Uji Chow

a. *Green accounting* dan *corporate social responsibiliti* terhadap profitabilitas.

```
F( 27,    54) =    4.24
     Prob > F =    0.0000
```

b. *Green accounting, corporate social responsibiliti* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

```
F( 27,    53) =    6.73
     Prob > F =    0.0000
```

3. Uji Hausman

a. *Green accounting* dan *corporate social responsibiliti* terhadap profitabilitas.

```
chi2(2) = (b-B)'[(V_b-V_B)^(-1)](b-B)
        =   1.22
Prob > chi2 = 0.5427
```

b. *Green accounting, corporate social responsibiliti* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan

```
chi2(3) = (b-B)'[(V_b-V_B)^(-1)](b-B)
        =   2.48
Prob > chi2 = 0.4797
```

4. Uji Lagrage Multiplier

a. *Green accounting* dan *corporate social responsibiliti* terhadap profitabilitas.

```
chibar2(01) =    21.38
Prob > chibar2 =   0.0000
```

b. *Green accounting, corporate social responsibiliti* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan

```
chibar2(01) =    33.76
Prob > chibar2 =   0.0000
```

5. Uji *Random Effect Model* (*Green accounting* dan *corporate social responsibiliti* terhadap profitabilitas.)

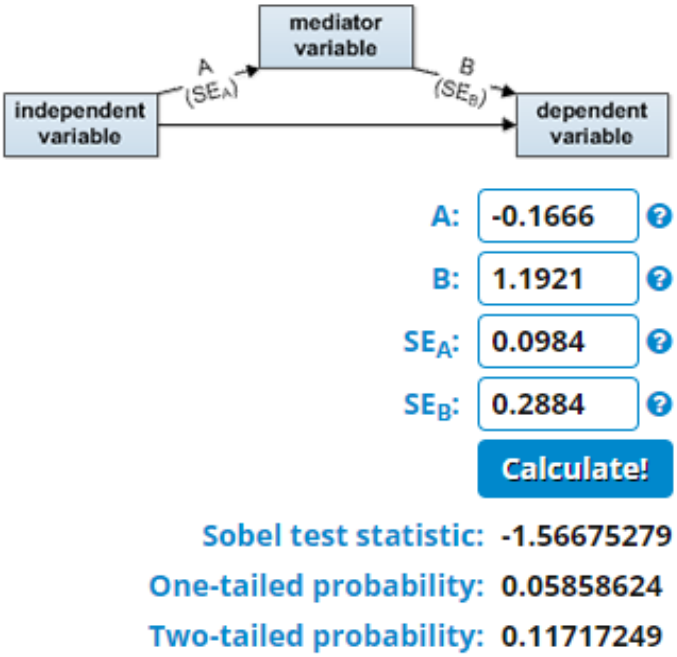
```
. xtreg npm ga csr, re sa

Random-effects GLS regression                   Number of obs     =         84
Group variable: perusahaan                      Number of groups  =         28

R-squared:                                      Obs per group:
     Within  = 0.1154                                         min =          3
     Between = 0.0296                                         avg =        3.0
     Overall = 0.0496                                         max =          3

                                                Wald chi2(2)      =       7.03
corr(u_i, X) = 0 (assumed)                      Prob > chi2       =     0.0297

------------------------------------------------------------------------------
         npm | Coefficient  Std. err.      z    P>|z|     [95% conf. interval]
-------------+----------------------------------------------------------------
          ga |  -.1666139   .0984243    -1.69   0.090     -.359522    .0262941
         csr |   .5435119   .2684895     2.02   0.043     .0172821    1.069742
       _cons |  -.0504395   .1424487    -0.35   0.723    -.3296339    .2287549
-------------+----------------------------------------------------------------
     sigma_u |  .13384102
     sigma_e |  .12397977
         rho |  .53819257   (fraction of variance due to u_i)
------------------------------------------------------------------------------
.
```

6. Uji *Random Effect Model* (*Green accounting, corporate social responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan)

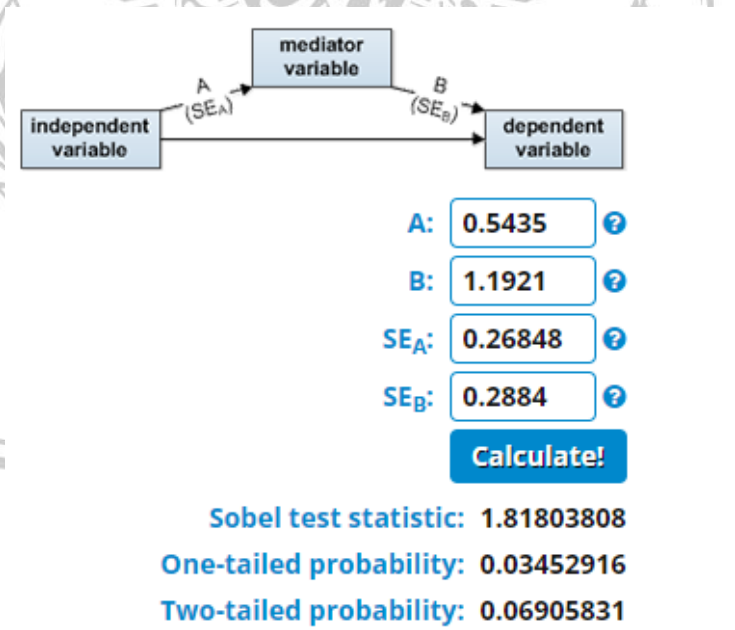
```
. xtreg pbv ga csr npm, re sa

Random-effects GLS regression                   Number of obs     =         84
Group variable: perusahaan                      Number of groups  =         28

R-squared:                                      Obs per group:
     Within  = 0.1689                                         min =          3
     Between = 0.2046                                         avg =        3.0
     Overall = 0.1923                                         max =          3

                                                Wald chi2(3)      =      17.09
corr(u_i, X) = 0 (assumed)                      Prob > chi2       =     0.0007

------------------------------------------------------------------------------
         pbv | Coefficient  Std. err.      z    P>|z|     [95% conf. interval]
-------------+----------------------------------------------------------------
          ga |   .1728005    .258255     0.67   0.503    -.3333699    .6789709
         csr |  -.7419335   .7518999    -0.99   0.324     -2.21563    .7317632
         npm |   1.192105   .2884853     4.13   0.000     .6266842    1.757526
       _cons |   .6272856    .391567     1.60   0.109    -.1401716    1.394743
-------------+----------------------------------------------------------------
     sigma_u |    .437554
     sigma_e |  .30067015
         rho |  .67925988   (fraction of variance due to u_i)
------------------------------------------------------------------------------
```

7. **Uji Mediasi (*sobel test calculator*)**

GA->NPM->PBV



CSR->NPM->PBV



Lampiran 3. Item Pengungkapan CSR

NO.	GRI STANDARD 2021	DISCLOSURE
General disclosures		
1. Aspek: Organisasi dan praktik pelaporan		
1	**GRI 2: General Disclosures 2021**	2-1 Rincian organisasi
2		2-2 Entitas yang dimasukkan dalam pelaporan keberlanjutan organisasi
3		2-3 Periode, frekuensi, dan titik kontak pelaporan
4		2-4 Penyajian kembali informasi
5		2-5 Penjaminan eksternal
2. Aspek: Aktivitas dan Pekerja		
6	**GRI 2: General Disclosures 2021**	2-6 Aktivitas, rantai nilai, dan hubungan bisnis lainnya
7		2-7 Tenaga kerja
8		2-8 Pekerja yang bukan pekerja langsung
3. Aspek: Tata Kelola		
9	**GRI 2: General Disclosures 2021**	2-9 Struktur dan komposisi tata kelola
10		2-10 Pencalonan dan pemilihan badan tata kelola tertinggi
11		2-11 Ketua badan tata kelola tertinggi
12		2-12 Peran badan tata kelola tertinggi dalam mengawasi manajemen dampak
13		2-13 Delegasi tanggung jawab untuk mengelola dampak
14		2-14 Peran badan tata kelola tertinggi dalam pelaporan keberlanjutan
15		2-15 Konflik kepentingan
16		2-16 Komunikasi masalah penting
17		2-17 Pengetahuan kolektif badan tata kelola tertinggi
18		2-18 Evaluasi kinerja badan tata kelola tertinggi
19		2-19 Kebijakan remunerasi
20		2-20 Proses untuk menentukan remunerasi
21		2-21 Rasio kompensasi total tahunan
4. Aspek: Strategi, kebijakan, dan praktik		
22	**GRI 2: General Disclosures 2021**	2-22 Pernyataan tentang strategi pembangunan berkelanjutan

23		2-23 Komitmen kebijakan
24		2-24 Menanamkan komitmen kebijakan
25		2-25 Proses untuk memperbaiki dampak negatif
26		2-26 Mekanisme untuk mencari nasihat dan mengemukakan masalah
27		2-27 Kepatuhan terhadap hukum dan peraturan
28		2-28 Asosiasi keanggotaan
5. Aspek: Strategi, kebijakan, dan praktik		
29	**GRI 2: General Disclosures 2021**	2-29 Pendekatan untuk keterlibatan pemangku kepentingan
30		2-30 Perjanjian perundingan kolektif
Material topics		
31	**GRI 3: Topik Material 2021**	3-1 Proses atau panduan untuk menentukan topik material
32		3-2 Daftar topik material
33		3-3 Manajemen topik material
34	**GRI 201: Kinerja Ekonomi 2016**	201-1 Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
35		201-2 Implikasi finansial serta risiko dan peluang lain akibat dari perubahan iklim
36		201-3 Kewajiban program pensiun manfaat pasti dan program pensiun lainnya
37		201-4 Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
38	**GRI 202: Keberadaan Pasar 2016**	202-1 Rasio standar upah karyawan pemula berdasarkan jenis kelamin terhadap upah minimum regional
39		202-2 Proporsi manajemen senior yang berasal dari masyarakat setempat
40	**GRI 203: Dampak Ekonomi Tidak Langsung 2016**	203-1 Investasi infrastruktur dan dukungan layanan
41		203-2 Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan
42	**GRI 204: Praktik Pengadaan 2016**	204-1 Proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal
43	**GRI 205: Antikorupsi 2016**	205-1 Operasi-operasi yang dinilai memiliki risiko terkait korupsi
44		205-2 Komunikasi dan pelatihan tentang kebijakan dan prosedur antikorupsi
45		205-3 Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
46	**GRI 206: Perilaku Antipersaingan 2016**	206-1 Langkah-langkah hukum untuk perilaku antipersaingan, praktik antipakat dan monopoli

47	**GRI 207: Pajak 2019**	207-1 Pendekatan terhadap pajak
48		207-2 Tata kelola, pengontrolan, dan manajemen risiko pajak
49		207-3 Keterlibatan pemangku kepentingan dan pengelolaan kepedulian yang berkaitan dengan pajak
50		207-4 Laporan per negara
51	**GRI 301: Material 2016**	301-1 Material yang digunakan berdasarkan berat atau volume
52		301-2 Material input dari daur ulang yang digunakan
53		301-3 Produk pemerolehan ulang dan material kemasannya
54	**GRI 302: Energi 2016**	302-1 Konsumsi energi dalam organisasi
55		302-2 Konsumsi energi di luar organisasi
56		302-3 Intensitas energi
57		302-4 Pengurangan konsumsi energi
58		302-5 Pengurangan pada energi yang dibutuhkan untuk produk dan jasa
59	**GRI 303: Air dan Efluen 2018**	303-1 Interaksi dengan air sebagai sumber daya bersama
60		303-2 Manajemen dampak yang berkaitan dengan pembuangan air
61		303-3 Pengambilan air
62		303-4 Pembuangan air
63		303-5 Konsumsi air
64	**GRI 304: Keanekaragaman Hayati 2016**	304-1 Lokasi operasi yang dimiliki, disewa, dikelola, atau berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman 8 hayati tinggi di luar kawasan lindung
65		304-2 Dampak signifikan dari aktivitas, produk, dan jasa pada keanekaragaman hayati
66		304-3 Habitat yang dilindungi atau direstorasi
67		304-4 Spesies Daftar Merah IUCN dan spesies daftar konservasi nasional dengan habitat dalam wilayah yang terkena efek operasi
68	**GRI 305: Emisi 2016**	305-1 Emisi GRK (Cakupan 1) langsung
69		305-2 Emisi energi GRK (Cakupan 2) tidak langsung
70		305-3 Emisi GRK (Cakupan 3) tidak langsung lainnya
71		305-4 Intensitas emisi GRK

72		305-5 Pengurangan emisi GRK
73		305-6 Emisi zat perusak ozon (ODS)
74		305-7 Nitrogen oksida (NOx), belerang oksida (SOx), dan emisi udara signifikan lainnya
75	**GRI 306: Limbah 2020**	306-1 Timbulan limbah dan dampak signifikan terkait limbah
76		306-2 Manajemen dampak signifikan terkait limbah
77		306-3 Timbulan limbah
78		306-4 Limbah yang dialihkan dari pembuangan akhir
79		306-5 Limbah yang dikirimkan ke pembuangan akhir
80	**GRI 308: Penilaian Lingkungan Pemasok 2016**	308-1 Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria lingkungan
81		308-2 Dampak lingkungan negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil
82	**GRI 401: Kepegawaian 2016**	401-1 Perekrutan karyawan baru dan pergantian karyawan
83		401-2 Tunjangan yang diberikan kepada karyawan purnawaktu yang tidak diberikan kepada karyawan pada kurun waktu tertentu atau paruh waktu
84		401-3 Cuti melahirkan
85	**GRI 402: Hubungan Tenaga Kerja/Manajemen 2016**	402-1 Periode pemberitahuan minimum terkait perubahan operasional
86	**GRI 403: Kesehatan dan Keselamatan Kerja 2018**	403-1 Sistem manajemen kesehatan dan keselamatan kerja
87		403-2 Pengungkapan, Pengidentifikasian bahaya, penilaian risiko, dan investigasi Insiden
88		403-3 Layanan kesehatan kerja
89		403-4 Partisipasi, konsultasi, dan komunikasi pekerja tentang kesehatan dan keselamatan kerja
90		403-5 Pelatihan pekerja mengenai kesehatan dan keselamatan kerja
91		403-6 Peningkatan kualitas kesehatan pekerja
92		403-7 Pencegahan dan mitigasi dampak-dampak kesehatan dan keselamatan kerja yang secara langsung terkait hubungan bisnis

93		403-8 Pekerja yang tercakup dalam sistem manajemen kesehatan dan keselamatan kerja
94		403-9 Kecelakaan kerja
95		403-10 Penyakit Akibat Kerja
96	**GRI 404: Pelatihan dan Pendidikan 2016**	404-1 Rata-rata jam pelatihan per tahun per karyawan
97		404-2 Program untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan program bantuan peralihan
98		404-3 Persentase karyawan yang menerima tinjauan rutin terhadap kinerja dan pengembangan karier
99	**GRI 405: Keanekaragaman dan Peluang Setara 2016**	405-1 Keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan
100		405-2 Rasio gaji pokok dan remunerasi perempuan dibandingkan laki-laki
101	**GRI 406: Nondiskriminasi 2016**	406-1 Insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang dilakukan
102	**GRI 407: Kebebasan Berserikat dan Perundingan Kolektif 2016**	407-1 Operasi dan pemasok di mana hak atas kebebasan berserikat dan perundingan kolektif mungkin berisiko
103	**GRI 408: Pekerja anak 2016**	408-1 Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden pekerja anak
104	**GRI 409: Kerja Paksa atau Wajib Kerja 2016**	409-1 Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden kerja paksa atau wajib kerja
105	**GRI 410: Praktik Keamanan 2016**	410-1 Petugas keamanan yang dilatih mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia
106	**GRI 411: Hak Masyarakat Adat 2016**	411-1 Insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat
107	**GRI 413: Masyarakat Setempat 2016**	413-1 Operasi dengan keterlibatan masyarakat setempat, penilaian dampak, dan program pengembangan
108		413-2 Operasi yang secara aktual dan yang berpotensi memiliki dampak negatif signifikan terhadap masyarakat setempat
109	**GRI 414: Penilaian Sosial Pemasok 2016**	414-1 Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria sosial
110		414-2 Dampak sosial negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil
111	**GRI 415: Kebijakan Publik 2016**	415-1 Kontribusi politik
112	**GRI 416: Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan 2016**	416-1 Penilaian dampak kesehatan dan keselamatan dari berbagai kategori produk dan jasa

113		416-2 Insiden ketidakpatuhan sehubungan dengan dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa
114	**GRI 417: Pemasaran dan Pelabelan 2016**	417-1 Persyaratan untuk pelabelan dan informasi produk dan jasa
115		417-2 Insiden ketidakpatuhan terkait informasi dan pelabelan produk dan jasa
116		417-3 Insiden ketidakpatuhan terkait komunikasi pemasaran
117	**GRI 418: Privasi Pelanggan 2016**	418-1 Pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran terhadap privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Lampiran 4. Hasil Cek Plagiasi

Tesis (Nur Fadilah) 3

ORIGINALITY REPORT

2%	4%	0%	0%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.umm.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes	Off	Exclude matches	< 2%
Exclude bibliography	On		

MALANG