

**PENGARUH *GREEN ACCOUNTING*, CSR, DAN INOVASI
BERKELANJUTAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR SEKTOR ENERGI PERIODE 2019-2023**

Anisah

Universitas Buana Perjuangan Karawang
ak21.anisah@mhs.ubpkarawang.ac.id

Rohma Septiawati

Universitas Buana Perjuangan Karawang
rohmaseptiawati@ubpkarawang.ac.id

Meliana Puspitasari

Universitas Buana Perjuangan karawang
meliana@ubpkarawang.ac.id

Abstract: *This study aims to provide an understanding of the influence of Green Accounting, Corporate Social Responsibility (CSR), and sustainable innovation on company value, in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2019-2023. The method used in this study is a quantitative method, with a sample consisting of 50 manufacturing companies in the energy sector listed on the Indonesia Stock Exchange. The results of the study show that the influence of Green Accounting (X1) on company value has a T-statistic of 0.5639 with a significance level of 0.05, so that the first hypothesis (H1) is rejected. On the other hand, Corporate Social Responsibility (CSR), (X2) shows a positive and significant influence on company value, with a T-statistic of 2.089 and a P-value of 0.037, which means that the second hypothesis (H2) is accepted. As for sustainable innovation (X3) which shows a positive impact on company value, but with a T-statistic of 0.091 and a P-value of 0.928, this relationship is not significantly positive, so the third hypothesis (H3) is rejected. This shows that less effective management of sustainable innovation can increase operational costs without providing clear benefits to company value, especially for companies with limited financial resources.*

Keywords: *Green Accounting, CSR, Sustainable Innovation, firm value*

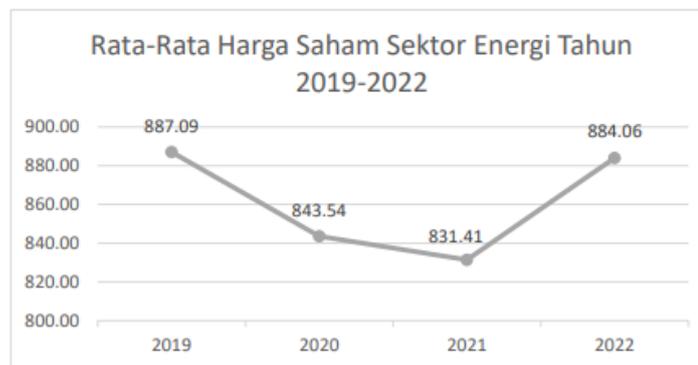
Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai pengaruh *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan inovasi berkelanjutan terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan sampel yang terdiri dari 50 perusahaan manufaktur di sektor energi yang terdaftar Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh *Green Accounting* (X1) terhadap nilai perusahaan memiliki T-statistik sebesar 0,5639 dengan tingkat signifikansi 0,05, sehingga hipotesis pertama (H1) ditolak. Di sisi lain *Corporate Social Responsibility* (CSR), (X2) menunjukkan pengaruh positif dan

signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan T-statistik sebesar 2,089 dan P-value sebesar 0,037, yang berarti hipotesis kedua (H2) diterima. Adapun inovasi berkelanjutan (X3) yang menunjukkan dampak positif terhadap nilai perusahaan, namun dengan T-statistik sebesar 0,091 dan P-value 0,928, hubungan ini tidak signifikan positif, sehingga hipotesis ketiga (H3) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan inovasi berkelanjutan yang kurang efektif dapat meningkatkan biaya operasional tanpa memberikan keuntungan yang jelas bagi nilai perusahaan, terutama bagi perusahaan yang memiliki sumber daya keuangan terbatas.

Kata Kunci: *Green accounting*, CSR, inovasi berkelanjutan, nilai Perusahaan

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi global setelah krisis telah memberikan dampak positif bagi dunia bisnis di Indonesia, termasuk bagi perusahaan manufaktur di sektor energi. Namun, peningkatan produksi tersebut dapat berpotensi menimbulkan polusi dan kerusakan lingkungan. Oleh karena itu, penerapan akuntansi hijau, tanggung jawab sosial, dan inovasi berkelanjutan menjadi faktor penting untuk meningkatkan nilai perusahaan, (Delvia & Helmy, 2024). Sampai saat ini saham sektor energi tetap unggul dan diminati oleh para investor, (Zada & Sari, 2024). Perusahaan energi berupaya memaksimalkan kesejahteraan pemilik dan pemegang saham dengan meningkatkan nilai perusahaan, (Sari & Gantino, 2022). Berikut adalah grafik rata-rata harga saham sektor energi dari tahun 2019-2022.



Sumber: Bursa Efek Indonesia (2023)

Gambar 1. Grafik harga saham sektor energi 2019-2022

Merujuk pada Gambar 1.1 rata-rata harga saham sektor energi mengalami fluktuasi selama periode 2019 hingga 2022. Tahun 2021 mencatatkan nilai rata-rata terendah. Pada tahun 2020, rata-rata harga saham tercatat sebesar 831,41, turun cukup signifikan dari tahun 2019 yang mencapai 887,09. Penurunan ini berlanjut pada tahun

2021 dengan rata-rata yang tetap berada di angka 831,41, menunjukkan posisi yang lebih rendah dibandingkan tahun sebelumnya. Namun, pada tahun 2022 terjadi peningkatan harga saham menjadi 884,06, lebih tinggi dari tahun 2020 dan 2021, meskipun masih sedikit di bawah angka tahun 2019 (Bursa Efek Indonesia, 2023 dalam Rahman, 2023). Secara keseluruhan, pergerakan rata-rata harga saham sektor energi selama periode tersebut bersifat fluktuatif.



Sumber: www.snips.stockbit.com

Gambar 2. Saham PT Adaro Energy Indonesia Tbk

Gambar 2. menunjukkan fluktuasi harga saham pada PT Adaro Energy Indonesia Tbk dari tahun ke tahun yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kondisi pasar global, regulasi, dan kinerja keuangan perusahaan. Pada tahun 2020, harga saham ADRO mengalami penurunan signifikan akibat pandemi COVID-19, yang memaksa negara-negara pengimpor batu bara menerapkan kebijakan lockdown. Hal ini mengakibatkan permintaan batu bara menurun drastis. Sebelumnya, harga saham sempat mencapai puncaknya di Rp1.905 pada Desember 2020, namun kemudian turun menjadi Rp1.430.

Sejak September 2021, harga saham ADRO mulai pulih akibat meningkatnya permintaan batu bara. Harga mencapai puncaknya di Rp3.980 pada Oktober 2022, namun turun pada 2023 akibat penurunan harga batu bara global, tekanan regulasi energi, dan citra negatif usai masuk daftar "Dirty 30". Pada Desember 2023, harga turun ke Rp2.560. Kinerja keuangan ADRO juga melemah, dengan laba bersih turun 3% dan laba usaha turun 10,6%. Untuk mengatasi hal ini, ADRO merencanakan IPO PT Adaro Andalan (AAI) guna memperkuat struktur keuangan dan mendukung proyek berkelanjutan. Fluktuasi harga saham dipengaruhi oleh kondisi pasar batu bara, kebijakan energi, dan

kinerja perusahaan, menjadikan diversifikasi ke energi hijau sebagai strategi penting ke depan, (<https://pusatdata.kontan.co.id/>)

Fluktuasi harga saham suatu perusahaan merupakan cerminan kinerja perusahaan tersebut. Harga saham yang tinggi atau naik mengindikasikan kepercayaan investor terhadap kinerja perusahaan saat ini dan di masa mendatang, (Erlangga et al., 2021). Harga saham yang rendah mengindikasikan kinerja yang buruk sehingga minat investor untuk menanamkan modalnya pun berkurang. Oleh karena itu, perusahaan harus menciptakan kondisi yang menguntungkan di berbagai bidang. Semakin baik kinerja keuangan dan semakin besar perusahaan, maka semakin menarik bagi investor sehingga permintaan saham akan meningkat dan memengaruhi harga saham perusahaan, sehingga nilai perusahaan pun meningkat. (Rohma Septiawati et al., 2024).

Green accounting, sebagai alat untuk mengukur dan melaporkan dampak lingkungan, membantu perusahaan dalam mengelola sumber daya secara efisien dan menciptakan lingkungan operasional yang lebih baik. Hasil penelitian oleh (Yuliani & Prijanto, 2022) dan (Dina Dwi Rahmawati, 2024) menunjukkan bahwa penerapan akuntansi hijau meningkatkan nilai perusahaan melalui efisiensi pengelolaan sumber daya dan pengurangan risiko lingkungan. Penerapan *green accounting* memerlukan perusahaan untuk memasukkan biaya lingkungan dalam laporan keuangan, yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini dapat mendukung keunggulan kompetitif perusahaan, mendorong peningkatan laba, secara tidak langsung dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan, oleh sebab itu, perusahaan dituntut untuk mencerminkan pertanggung jawaban sosial kepada para stakeholder, (Sakina, 2023).

Corporate social responsibility, menjadi elemen penting lainnya yang mampu memberikan dampak positif pada profitabilitas dan nilai perusahaan. Hasil penelitian (Wardani & Lestari, 2022) menemukan bahwa Inisiatif CSR yang konsisten dapat membangun hubungan positif dengan masyarakat dan meningkatkan citra perusahaan. Pemerintah Indonesia mengatur hal ini melalui UU No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 Ayat (4) tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. (Nurudin et al., 2024). Nilai perusahaan yang meningkat mencerminkan potensi peningkatan kekayaan pemegang saham melalui kenaikan harga saham akibat kinerja perusahaan yang baik di masa kini

dan masa depan. Kepercayaan investor sangat bergantung pada tinggi rendahnya nilai perusahaan, (M. Lestari, 2023). Kualitas pengungkapan CSR dapat dinilai menggunakan *Global Reporting Initiative (GRI)*.

Pendekatan inovasi berkelanjutan yang menggabungkan aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG) ke dalam strategi bisnis terbukti mampu meningkatkan nilai perusahaan. Penerapan strategi ini tidak hanya memenuhi ekspektasi konsumen yang semakin peduli terhadap isu keberlanjutan, tetapi juga mendorong efisiensi operasional dan memperkuat citra perusahaan. Perusahaan dapat menarik lebih banyak perhatian dari investor dan memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam jangka panjang (Jeanice & Kim, 2023).

Hasil penelitian oleh (Erlangga et al., 2021), (Di et al., 2024) dan (Desriyunia & Machdar, 2025) menunjukkan bahwa penerapan *green accounting* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, karena perusahaan yang menerapkan *green accounting* lebih siap menghadapi regulasi lingkungan dan dapat memperoleh insentif pemerintah. Berbeda dengan hasil penelitian oleh (Melawati & Rahmawati, 2022), dan (Sapulette & Limba, 2021) menyatakan bahwa penerapan *green accounting* tidak berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, hal tersebut dampak *green accounting* terhadap nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti konteks industri, ukuran perusahaan, dan kualitas implementasi praktik akuntansi hijau.

Hasil penelitian oleh (Muhlis & Gultom, 2021) (P. H. Jadi, 2021) dan (Kristanti, 2022) yang mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dengan pertanggung jawaban moral perusahaan tersebut bagi para *strategic stakeholders* nya, karena perusahaan yang aktif dalam CSR lebih dipercaya oleh para pemangku kepentingan utama sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya hasil penelitian oleh (Budiarto, 2024), (Tjahja, 2024) menemukan bahwa (CSR) tidak berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, karena faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah Inovasi berkelanjutan.

Hasil penelitian (Khan et al., 2021) dan (Zhang et al., 2024) menemukan bahwa inovasi Berkelanjutan berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan melalui peningkatan efisiensi dan reputasi, karena perusahaan yang terus berinovasi dalam aspek

keberlanjutan dapat mengoptimalkan biaya operasional dan membangun citra perusahaan. Sebaliknya hasil penelitian oleh (Yasya & Muchlis, 2024) (Digital et al., 2024) menemukan bahwa inovasi berkelanjutan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, bahwa inovasi berkelanjutan yang tidak dikelola dengan baik dapat menyebabkan peningkatan biaya operasional yang signifikan, yang pada akhirnya dapat menurunkan nilai perusahaan di pasar, terutama bagi perusahaan dengan sumber daya finansial terbatas.

Berdasarkan uraian latar belakang dan penelitian terdahulu, ditemukan adanya gap serta hasil penelitian yang belum konsisten terkait pengaruh *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini akan menguji kembali pengaruh *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan menambahkan variabel independen (inovasi berkelanjutan) sebagai keterbaruan. Berdasarkan penelitian terdahulu sangat terbatas yang meneliti terkait inovasi berkelanjutan terhadap nilai perusahaan, sehingga tertarik untuk meneliti variabel tersebut sebagai kebaruan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi diperkenalkan pertama kali oleh Dowling dan Pfeffer. Seperti yang dikemukakan oleh Ningsih Rahayu (2022), teori legitimasi menekankan pentingnya perusahaan memenuhi harapan masyarakat dan mematuhi norma etika untuk menjaga reputasi dan kelangsungan bisnis. Kepatuhan terhadap standar sosial membantu memperkuat citra merek serta mengurangi risiko hukum dan sosial. (Svetlana Puteri & lilis lasmini, 2024). Perusahaan yang berorientasi pada kinerja jangka panjang harus mempertimbangkan masyarakat sebagai bagian integral dari organisasi, agar kinerjanya diterima secara sosial. Menurut teori legitimasi, keberlangsungan organisasi bergantung pada sejauh mana operasionalnya dianggap sesuai dengan norma dan harapan masyarakat. Dalam konteks ini, laporan perusahaan berfungsi sebagai alat untuk mengungkapkan komitmen tersebut (Salsa & Tohir Pohan, 2022).

2.1.2 Green Accounting

Green accounting adalah pendekatan akuntansi yang mengintegrasikan aspek lingkungan ke dalam laporan keuangan perusahaan. Dengan penerapan ini, perusahaan dapat memperoleh informasi yang lebih transparan tentang dampak lingkungan dari aktivitas bisnisnya, sehingga mendukung pengambilan keputusan berkelanjutan dan pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan, (N. C. Lestari et al., 2024). Penerapan *green accounting* dapat membantu perusahaan dalam beralih ke model bisnis yang lebih berkelanjutan, dengan mengintegrasikan biaya lingkungan dalam sistem akuntansi mereka untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih bijaksana terkait dengan pengelolaan sumber daya alam, (Sisdianto, 2024). Studi ini penerapan *Green Accounting* diukur melalui biaya lingkungan.

$$BL = \frac{\text{Cost Kegiatan CSR}}{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}$$

BL : Biaya Lingkungan

2.1.3 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) merujuk pada tanggung jawab perusahaan dalam memastikan aktivitas bisnisnya memberikan manfaat tidak hanya secara ekonomi, tetapi juga sosial dan lingkungan bagi seluruh pemangku kepentingan dalam setiap aspek operasionalnya. Hal ini mencakup perhatian terhadap isu-isu yang berdampak pada lingkungan, seperti polusi, limbah, serta masalah terkait keamanan produk dan tenaga kerja, (Ghai, 2024).

Berdasarkan undang-undang No. 25/2007 tentang penanaman modal, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab yang diemban oleh setiap perusahaan penanaman modal. Tanggung jawab ini meliputi upaya untuk menjaga keselarasan, keseimbangan, dan kesesuaian dengan nilai-nilai, norma-norma, serta budaya masyarakat setempat, (Riyanti & Raharjo, 2021). Dalam penelitian ini, CSR diukur menggunakan GRI standar dan selanjutnya di ukur menggunakan rumus :

$$CSR_i = \frac{\sum X_{yi}}{N_i}$$

2.1.4 Inovasi Berkelanjutan

Inovasi berkelanjutan adalah pendekatan yang berfokus pada penciptaan solusi yang memperhatikan aspek sosial, lingkungan, dan ekonomi secara simultan. Pendekatan

ini memerlukan proses kolaboratif yang melibatkan berbagai pihak dan pertukaran pengetahuan agar dapat berjalan sukses, (Nanda Hidayati et al., 2023). Inovasi berkelanjutan dapat berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam proses inovasi, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, menurunkan biaya, serta mengembangkan produk atau layanan yang lebih ramah lingkungan dan berorientasi sosial., (Yasya & Muchlis, 2024). Dalam penelitian ini inovasi berkelanjutan di ukur melalui pengungkapan produk ramah lingkungan, inovasi yang di gunakan perusahaan baik itu inovasi produk ataupun teknologi yang di gunakan. Setiap indikator akan di beri nilai 1 jika perusahaan memenuhi deskripsi indikator dan 0 apabila perusahaan tidak memenuhi deskripsi indikator.

2.1.5 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan sering kali dihubungkan dengan harga saham, peningkatan nilai perusahaan merupakan tujuan yang diharapkan oleh para pemilik karena dapat memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi mereka, (Nopriyanto, 2024). Dalam penelitian ini nilai perusahaan di analisis melalui rasio *Tobin's Q*, yang membandingkan antara nilai pasar dan nilai buku aset.

$$Q = \frac{MVS + D}{TA}$$

Q : Tobins Q

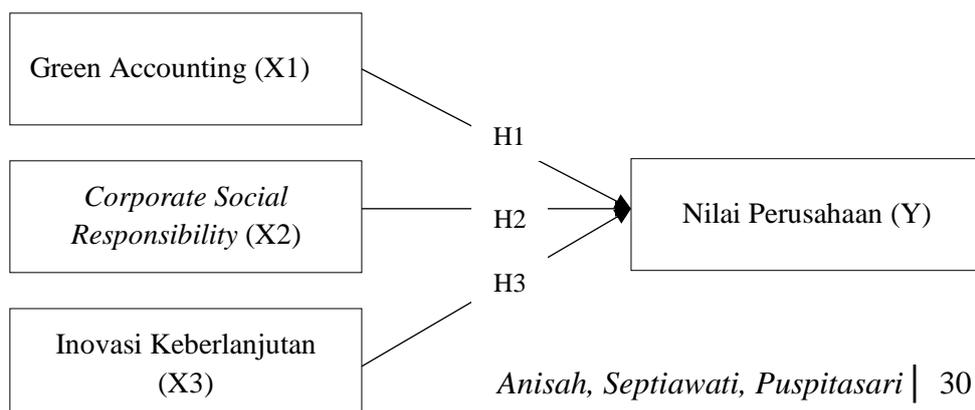
MVS : Nilai Per Saham

D : (Kewajiban Lancar – Aktiva Lancar) + Kewajiban Jangka Panjang

TA : Total Aset

2.2. Kerangka Konseptual Penelitian

Konseptual pada penelitian ini menunjukkan hubungan antara *Green Accounting* (X1) terhadap Nilai Perusahaan (Y) dan *Corporate Social Responsibility* (X2) terhadap Nilai Perusahaan (Y) dan Inovasi Keberlanjutan (X3) terhadap Nilai Perusahaan (Y).



Sumber: Data Diolah (2025)

Gambar 3. Kerangka Pemikiran

2.3. Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan

Green Accounting direpresentasikan melalui kinerja lingkungan perusahaan, yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengurangi dan meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan. Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan sering memanfaatkan kinerja lingkungan sebagai cara untuk memperkuat atau membenarkan tindakannya di mata publik, kinerja lingkungan yang baik tidak hanya menarik dukungan dari pemangku kepentingan, tetapi juga memperbaiki citra perusahaan dan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Erlangga et al., 2021), (Di et al., 2024) dan (Desriyunia & Machdar, 2025) menunjukkan bahwa penerapan *green accounting* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, karena perusahaan yang menerapkan *green accounting* lebih siap menghadapi regulasi lingkungan dan dapat memperoleh insentif pemerintah.

H1: *Green accounting* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

2.4.2 Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) mencerminkan tanggung jawab perusahaan dalam menghadapi berbagai permasalahan lingkungan dan isu sosial di sekitar wilayah operasionalnya (Ira Kusuma Wardhani & Cholis Hidayati, 2023). Pengungkapan *corporate social responsibility* CSR melalui laporan tahunan (annual report) atau laporan keuangan menunjukkan kontribusi perusahaan terhadap pelestarian lingkungan serta pemeliharaan hubungan sosial, (Riski & Prasetiono, 2023)

Menurut teori legitimasi, perusahaan yang dapat meyakinkan masyarakat bahwa aktivitas dan kinerjanya sejalan dengan norma serta etika yang berlaku akan mendapatkan penerimaan sosial, yang mendukung keberlanjutan perusahaan. Dengan demikian, pengungkapan CSR berperan penting dalam membangun citra positif perusahaan di mata para pemangku kepentingan. Hasil penelitian yang dilakukan (Muhlis & Gultom, 2021), (P. H. Jadi, 2021) dan (Kristanti, 2022) yang mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan

pertanggung jawaban moral perusahaan tersebut bagi para *strategic stakeholders* nya, karena perusahaan yang aktif dalam menjalankan program CSR lebih dipercaya oleh para pemangku kepentingan utama sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

H2: Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.4.3 Pengaruh Inovasi Berkelanjutan terhadap Nilai Perusahaan

Inovasi berkelanjutan menciptakan solusi dengan mempertimbangkan lingkungan, sosial, dan ekonomi, mendorong kreativitas, kolaborasi, energi terbarukan, serta praktik bisnis etis. Dengan fokus jangka panjang, inovasi ini menjadi katalisator perubahan global yang positif (Digital et al., 2024).

Berdasarkan teori legitimasi, investasi dalam inovasi Berkelanjutan menunjukkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan, sehingga menarik dukungan para *stake holder*, Selain memenuhi standar lingkungan dan sosial, inovasi Berkelanjutan memperkuat daya saing, menarik konsumen sadar lingkungan, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperbaiki reputasi perusahaan. Hasil penelitian oleh (Khan et al., 2021) dan (Zhang et al., 2024) menemukan bahwa inovasi berkelanjutan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan melalui peningkatan efisiensi dan reputasi, karena perusahaan yang terus berinovasi dalam aspek keberlanjutan dapat mengoptimalkan biaya operasional dan membangun citra perusahaan.

H3: Inovasi berkelanjutan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

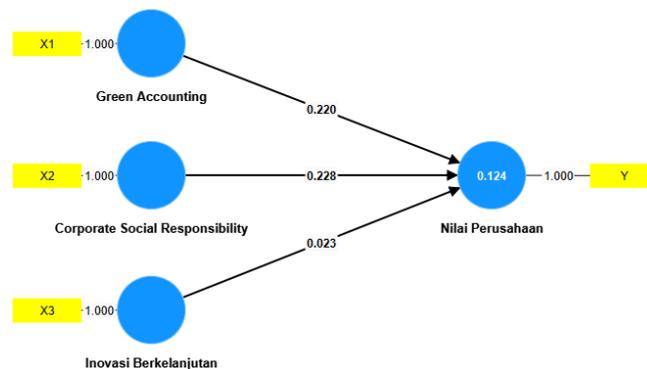
3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, untuk memilih sampel pada penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023, sampel dalam penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut: yang pertama merupakan perusahaan yang tidak terdaftar di BEI secara berturut-turut dari 2019-2023, kedua yaitu perusahaan yang tidak melaporkan laporan tahunan secara berturut-turut dari 2019-2023, ketiga yaitu perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keberlanjutan secara berturut-turut dari 2019-2023. Dengan jumlah 50 sampel yang di ambil berdasarkan metode purposive sampling, data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder dan dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS.4, analisis

data dalam penelitian ini melalui tiga tahap yaitu analisis outer model, analisis inner model, dan uji hipotesis

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan SmartPLS, dengan pengujian validitas untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dapat mengukur variabel yang dimaksud secara akurat. Hasil analisis SmartPLS menunjukkan bahwa green accounting, corporate social responsibility, dan inovasi berkelanjutan masing-masing memiliki *loading factor* sebesar 1.000 terhadap nilai perusahaan. Angka ini menandakan bahwa konstruk dalam penelitian ini sangat valid dan reliabel, serta menunjukkan tingkat kesesuaian dan konsistensi yang tinggi dalam mengukur variabel yang diteliti.



Sumber : Data diolah (2025)

Gambar 3. Model Penelitian

Gambar 3. Menunjukkan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Model yang digunakan menggambarkan pengaruh *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan inovasi berkelanjutan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Green Accounting* (X1) memiliki *loading factor* sebesar 1.000 dan memberikan pengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan koefisien jalur sebesar 0.220. *Corporate Social Responsibility* (X2) memiliki *loading factor* 1.000 dengan pengaruh sebesar 0.228 terhadap Nilai Perusahaan. Adapun Inovasi Berkelanjutan (X3) memiliki *loading factor* 1.000, tetapi pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan lebih kecil, yaitu 0.023.

4.1 Metode Analisis Data menggunakan SmartPLS

4.1.1 Outer Model

a. Uji Validitas

1. *Loading Factor*

Tabel 1. Nilai *Outer Loading*

	Corporate Social Responsibility	Green Accounting	Inovasi Berkelanjutan	Nilai Perusahaan
X1		1,00		
X2	1,000			
X3			1,000	
Y				1,000

Sumber: Data diolah (2025)

Seluruh indikator dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai *outer loading* atau *loading factor* untuk setiap variabel telah mencapai di atas 0,7, seperti yang ditampilkan dalam tabel di atas. Hal ini menandakan bahwa semua variabel memenuhi kriteria validitas dan dapat dinyatakan sebagai valid.

2. *Average Variance Extracted (AVE)*

Berikut adalah tabel yang menunjukkan nilai rata-rata setiap variabel yang memiliki nilai minimal 0,5 atau lebih.:

Tabel 2. *Average Variance Extracted (AVE)*

	Average Variance Extracted (AVE)
Green Accounting	1,000
Corporate Social Responsibility	1,000
Inovasi Berkelanjutan	1,000
Nilai Perusahaan	1,000

Sumber: Data diolah (2025)

Semua variabel dalam penelitian ini memenuhi kriteria yang baik. Hal ini terlihat pada tabel di atas, di mana Green Accounting, Corporate Social Responsibility, Inovasi Berkelanjutan, dan Nilai Perusahaan masing-masing memiliki nilai Average Variance Extracted (AVE) lebih dari 0,5.

b. Uji Reliabilitas

1. *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

Variabel dianggap memiliki reliabilitas yang baik jika nilai reliabilitas gabungan lebih besar dari 0.7. Berikut adalah nilai *Cronbach's Alpha* dan *composite reliability*:

Tabel 3. *Cronbach's Alpha dan Composite Reliability*

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Green Accounting	1,000	1,000
Corporate Social Responsibility	1,000	1,000
Inovasi Berkelanjutan	1,000	1,000
Nilai Perusahaan	1,000	1,000

Sumber: Data diolah (2025)

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang diteliti telah memenuhi kriteria yang ditetapkan dan dianggap reliabel. Hal ini terlihat dari nilai *Cronbach's Alpha* dan *composite reliability* yang tertera dalam tabel di atas.

4.1.2 Innel Model

a. R-Square (R2)

Berikut adalah hasil pengujian inner model yang di dapatkan R-square sebagai berikut:

Tabel 4. Uji R-square

	R-square	R-square adjusted
Nilai Perusahaan	0,124	0.067

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil pengujian R-square, nilai yang diperoleh sebesar 0,124 menunjukkan bahwa variabel independen dalam model *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, dan *Inovasi Berkelanjutan* dapat menjelaskan 12,4% dari variasi nilai perusahaan. Sementara itu, sisanya sebesar 87,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.1.3 Uji Hipotesis

Tabel 5. Uji Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Corporate Social Responsibility -> Nilai Perusahaan	0,228	0,214	0,109	2,089	0,037
Green Accounting -> Nilai Perusahaan	0,220	0,222	0,271	0,812	0,417
Inovasi Berkelanjutan -> Nilai Perusahaan	0,023	-0,026	0,256	0,091	0,928

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 5. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Green Accounting* memiliki nilai original sample sebesar 0,220, sample mean 0,222, standard deviation 0,271, T statistik 0,812 ($< 1,96$), dan P value 0,417 ($> 0,05$), sehingga hipotesis 1 ditolak. *Corporate Social Responsibility (CSR)* memiliki original sample sebesar 0,228, sample mean 0,214, standard deviation 0,109, T statistik 2,089 ($> 1,96$), dan P value 0,037 ($< 0,05$), sehingga hipotesis 2 diterima. Sementara itu, Inovasi Berkelanjutan menunjukkan original sample sebesar 0,023, sample mean 0,026, standard deviation 0,256, T statistik 0,091 ($< 1,96$), dan P value 0,928 ($> 0,05$), sehingga hipotesis 3 ditolak.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perhitungan variabel yang diprosikan dengan koefisien jalan hasil biaya lingkungan (X1) menghasilkan nilai T-statistic sebesar 0,5639 dan P-value sebesar 0,417. Hal ini mengindikasikan bahwa biaya lingkungan memiliki dampak negatif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) ditolak. Temuan ini menggambarkan bahwa meskipun konsep akuntansi hijau bertujuan untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dampak lingkungan, penerapannya belum cukup kuat untuk memengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan.

Dari perspektif teori hal tersebut sejalan dengan teori legitimasi, dengan asumsi bahwa pelaporan lingkungan belum menjadi faktor utama dalam penilaian perusahaan, terutama jika penerapannya belum terintegrasi dengan strategi bisnis yang menghasilkan dampak ekonomi langsung, jika pelaporan lingkungan hanya dilakukan sebagai bentuk kepatuhan tanpa adanya tindakan nyata dalam operasional perusahaan maka legitimasi yang diharapkan tidak akan tercapai secara optimal.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Melawati & Rahmawati, 2022), dan (Sapulette & Limba, 2021) yang menyatakan bahwa penerapan *green accounting* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, karena dampak *green accounting* terhadap nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti konteks industri, ukuran perusahaan, dan kualitas implementasi praktik akuntansi hijau.

4.2.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diukur dengan menggunakan GRI dan kemudian dinilai melalui CSRI (X2) memiliki T-statistik sebesar 2,089 dan P-value sebesar 0,037. Temuan ini mengindikasikan bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR yang baik dapat meningkatkan citra perusahaan di mata para pemangku kepentingan dan memperkuat hubungan perusahaan dengan masyarakat. Perusahaan yang menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial sering dianggap lebih stabil dan memiliki manajemen risiko yang lebih baik, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor serta potensi pertumbuhan nilai saham.

Dari perspektif teori legitimasi ketika perusahaan secara aktif terlibat dalam kegiatan sosial dan menunjukkan tanggung jawab terhadap lingkungan, perusahaan akan mendapatkan legitimasi yang lebih besar, sehingga menarik minat investor dan meningkatkan kepercayaan publik. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Muhlis & Gultom, 2021) (P. H. Jadi, 2021) dan (Kristanti, 2022) yang mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4.2.3 Pengaruh Inovasi Berkelanjutan terhadap nilai perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi berkelanjutan yang diproyeksikan melalui dummy variable (X3) memiliki nilai T-statistic sebesar 0,091, yang lebih kecil dari 1,96, dan P-value sebesar 0,928, yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, Hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini ditolak., karena jika inovasi dalam suatu perusahaan tidak dikelola dengan baik atau memerlukan investasi besar yang membebani keuangan perusahaan, maka manfaatnya tidak langsung terlihat dalam peningkatan nilai perusahaan. Dari perspektif teori legitimasi yang diperoleh dari inovasi berkelanjutan belum cukup kuat untuk memengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan, terutama jika investor masih lebih fokus pada indikator keuangan tradisional.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Yasya & Muchlis, 2024) dan (Digital et al., 2024) yang menemukan bahwa inovasi berkelanjutan berpengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan, karena inovasi berkelanjutan yang tidak dikelola

dengan baik dapat menyebabkan peningkatan biaya operasional yang signifikan, yang pada akhirnya dapat menurunkan nilai perusahaan di pasar, terutama bagi perusahaan dengan sumber daya finansial terbatas.

5. KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARA

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian pada perusahaan manufaktur sektor energi yang terdaftar di BEI, ditemukan bahwa *Green Accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan akuntansi hijau belum mampu memberikan dampak langsung, kemungkinan karena implementasinya belum optimal atau insentif finansial yang masih minim. Sebaliknya, *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif dan signifikan, yang mengindikasikan bahwa pengungkapan CSR yang baik mampu meningkatkan citra perusahaan, menarik investor, dan membangun kepercayaan pemangku kepentingan. Sementara itu, inovasi berkelanjutan juga tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, kemungkinan disebabkan oleh tingginya biaya pelaksanaan dan keterbatasan sumber daya yang membuat dampaknya belum terlihat secara langsung.

5.2 Keterbatasan

Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah sampel yang digunakan. Tidak semua perusahaan manufaktur sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) memiliki laporan keberlanjutan yang lengkap dan tersedia selama periode 2019-2023. Hal ini menyebabkan jumlah sampel terbatas, sehingga dapat memengaruhi generalisasi hasil penelitian terhadap populasi secara keseluruhan.

5.3 Saran

untuk peneliti selanjutnya di sarankan dapat menambahkan variabel moderasi atau mediasi, seperti profitabilitas atau transparansi pengungkapan, serta memperluas cakupan sektor dan rentang waktu penelitian guna menganalisis dampak jangka panjang strategi keberlanjutan terhadap nilai perusahaan. Dari segi pengukuran, indikator *green accounting* dapat diperluas dengan efisiensi energi dan pengurangan emisi karbon, serta inovasi berkelanjutan diukur melalui jumlah paten atau investasi R&D di bidang keberlanjutan

DAFTAR PUSTAKA

- Budiarto, N. K. (2024). *Pengaruh Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Sektor Food and Beverage Tahun 2021-2023)*. 13, 1–15.
- Delvia, S., & Helmy, H. (2024). Pengaruh Penerapan *Green Accounting* dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 6(4), 1372–1389.
- Desriyunia, G. D., & Machdar, N. M. (2025). *Nilai Perusahaan Ditinjau Menggunakan Green Accounting , Kinerja Lingkungan dan Pertumbuhan Laba*. 3(2020).
- Di, T., Efek, B., & Bei, I. (2024). *The effect of green accounting and tax avoidance on firm value in energy sub-sector companies listed on the indonesia stock exchange (bei) for the period 2021-2023*. 7, 6821–6834.
- Digital, P., Capital, I., Inovasi, D. A. N., Perusahaan, R., Moderasi, D. A. N., & Digital, T. (2024). *Pengaruh Digital Intellectual Capital Dan Inovasi Berkelanjutan Terhadap Kinerja Keuangan: Peran Mediasi Reputasi Perusahaan Dan Moderasi Transformasi Digital*. 5(2), 159–170.
- 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>
- Ghai, V. (2024). Corporate Social Responsibility (Csr). *International Journal of Advanced Research*, 12(01), 1305–1308. <https://doi.org/10.21474/ijar01/18253>
- Ira Kusuma Wardhani, & Cholis Hidayati. (2023). Pengaruh Dimensi Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020. *Journal of Student Research*, 1(2), 176–189. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i2.987>
- Jeanice, J., & Kim, S. S. (2023). Pengaruh Penerapan ESG Terhadap Nilai Perusahaan di Indonesia. *Owner*, 7(2), 1646–1653. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1338>
- Khan, S. J., Dhir, A., Parida, V., & Papa, A. (2021). Past, present, and future of green product Innovation. *Business Strategy and the Environment*, 30(8), 4081–4106. <https://doi.org/10.1002/bse.2858>

- Kristanti, I. N. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(3), 551–558. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i3.1484>
- Lestari, M. (2023). Pengaruh *Green Accounting*, *Green Intellectual Capital* Dan Pengungkapan *Corporate Responbility Social* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 2955–2968. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.17879>
- Lestari, N. C., Vias, I., Tistian, D., & Tyas, H. (2024). *Jurnal Ekonomi Revolusioner Greening The bottom Line : How Green Accounting*. 7(6), 430–438.
- Melawati, H. G., & Rahmawati, M. I. (2022). Pengaruh *Green Accounting* Dan Pengungkapan Csr terhadap Nilai Perusahaan: Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(6), 1–25.
- Muhlis, M., & Gultom, K. S. (2021). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan BUMN Sektor Pertambangan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(1), 191–198.
<https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i1.559>
- Nanda Hidayati, Esti Handayani, & Sulistyowati, N. W. (2023). Inovasi Berkelanjutan: Pendekatan Kolaboratif untuk Mengatasi Tantangan Sosial-Ekonomi di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian West Science*, 2(6), 460–467.
<https://doi.org/10.58812/jpws.v2i6.451>
- Nopriyanto, A. (2024). Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility (Csr)* Terhadap Nilai Perusahaan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 1–12.
<https://doi.org/10.15575/jim.v5i2.37655>
- Nurudin, I., Yanti, Y., & Septiawati, R. (2024). Analisis Biaya Kualitas Lingkungan PT PIP Karawang. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(2), 3464–3478. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i2.7440>
- P. H. Jadi, A. F. A. F. A. M. L. M. W. F. (2021). Biaya Modal Perusahaan di Indonesia: Tanggung Jawab Sosial dan Tata Kelola Perusahaan. *Jurnal Ekonomi*, 26(3), 361.
<https://doi.org/10.24912/je.v26i3.796>
- Riski, I. A., & Prasetyono. (2023). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2017-2021).

- Diponegoro Journal of Management*, 12(4), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Riyanti, C., & Raharjo, S. T. (2021). Asset Based Community Development Dalam Program Corporate Social Responsibility (Csr). *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik*, 3(1), 112. <https://doi.org/10.24198/jkrk.v3i1.32144>
- Rohma Septiawati, R. S., Yanti, Y., & Asih, A. (2024). Pengaruh CAR, NPL, ROA, LDR, dan Ukuran Perusahaan terhadap Harga Saham pada Perbankan Konvensional di BEI (2020–2021). *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(5), 3907–3918. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i5.2145>
- Sakina, A. G. (2023). *Pengaruh Green Accounting, Corporate Social Responsibility Dan Carbon Emission Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan*. 11(2), 455–470. [http://repository.unismabekasi.ac.id/id/eprint/4127%0Ahttp://repository.unismabekasi.ac.id/4127/2/BAB I.pdf](http://repository.unismabekasi.ac.id/id/eprint/4127%0Ahttp://repository.unismabekasi.ac.id/4127/2/BAB%20I.pdf)
- 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 Akuntansi: Kumpulan Artikel Akuntansi*, 2(1), 31–43. <https://doi.org/10.30598/kupna.v2.i1.p31-43>
- Sari, N., & Gantino, R. (2022). Peran Akuntansi Manajemen Lingkungan dalam Memediasi Inovasi Ramah Lingkungan pada Nilai Perusahaan Terhadap PerusahaandiBEI. *Owner*, 6(3), 1377–1389. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.974>
- Sisdianto, E. (2024). *Peran Green Accounting Dalam Meningkatkan Efisiensi Energi Dan Pengelolaan Limbah The Role Of Green Accounting in Improving Energy*. November, 8697–8707.
- Svetlana Puteri, lilis lasmini, R. septiawati. (2024). Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2547–2562. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i11.3991>
- Tjahja, S. A. (2024). *Asimetri Informasi , Corporate Social Responsibility , dan Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan*. 5(2), 249–260.
- Wardani, D. K., & Lestari, N. D. (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Struktur Modal

- Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility (Csr)
AKURAT| Jurnal Ilmiah Akuntansi FE ..., 13(2), 113–125.
<https://www.ejournal.unibba.ac.id/index.php/akurat/article/view/916%0Ahttps://www.ejournal.unibba.ac.id/index.php/akurat/article/download/916/759>
- Yasya, N., & Muchlis, M. (2024). Pengaruh *Green Innovation* Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021. *Journal of Accounting, Management and Islamic Economics*, 2(1), 103–122.
<https://doi.org/10.35384/jamie.v2i1.551>
- Yuliani, E., & Prijanto, B. (2022). Pengaruh penerapan *green accounting* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating pada perusahaan sub sektor tambang batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(5), 2275–2284.
<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i5.2347>
- Zada, Q. A., & Sari, S. P. (2024). Tinjauan Tentang Firm Size, *Environmental Performance* Dan *Voluntary Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan : Studi Kasus Pada Perusahaan Idx-Ic Sektor Energi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1986–2006. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4274>
- Zhang, X., Li, W., Ji, T., & Xie, H. (2024). The impact of ESG performance on firms' technological innovation: evidence from China. *Frontiers in Environmental Science*, 12(February), 1–17. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2024.1342420>