Jurnal Akuntansi

**Vol. 12 Iss. 1 pp. 61-75, Juli 2026, p-ISSN: 2089-4333 | e-ISSN: 2088-0685**
*Homepage: https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/index*
*DOI: https://doi.org/10.30598/jak.12.1.61-75*

# Pengaruh *Green Accounting*, Kinerja Lingkungan, dan *Green Innovation* terhadap Nilai Perusahaan yang di Moderasi Ukuran Perusahaan

*The Effect of Green Accounting, Environmental Performance, And Green Innovation on Firm Value: The Moderating Role of Firm Size*

**Amelia Ariyanti[1]*, Yulianti[1]**

[1]*Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Tangerang Selatan, Indonesia*
[1]* *amelia.ariyanti22@mhs.uinjkt.ac.id, yulianti@uinjkt.ac.id*

***Keywords:***
*Green Accounting;*
*Environmental Performance;*
*Green Innovation;*
*Firm Size;*
*Firm Value.*

*Article History:*
*Received: 2026-08-24*
*Revised: 2026-08-25*
*Accepted: 2026-11-12*
*Published: 2026-11-14*

***Abstract***

*Purpose: To examine the effects of green accounting, environmental performance, and green innovation on firm value, with firm size as a moderating variable. Methodology/approach: This research uses a quantitative approach with secondary data from annual and sustainability reports. The sample is selected through purposive sampling, and data are analyzed using statistical techniques to test the hypotheses. Findings: Green accounting and environmental performance positively affect firm value, while green innovation negatively affects firm value. Firm size weakens the effects of green accounting and environmental performance on firm value but strengthens the effect of green innovation. Practical implications: The findings provide insights for companies and investors in supporting sustainable business practices and investment decisions. Originality/value: This study extends previous research by examining firm size as a moderating variable in the relationship between green accounting environmental performance, green innovation, and firm value*

**Keywords:**
Akuntansi Hijau;
Inovasi Hijau;
Kinerja Lingkungan;
Nilai Perusahaan;
Ukuran Perusahaan.

Riwayat Artikel:
Diterima: *2026-08-24*
Direvisi: *2026-08-25*
Disetujui: 2026-11-12
Dipublikasi:2026-11-14

**Abstrak**

*Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh akuntansi hijau (green accounting), kinerja lingkungan (environmental performance), dan inovasi hijau (green innovation) terhadap nilai perusahaan (firm value), dengan ukuran perusahaan (firm size) sebagai variabel moderasi. Metodologi/Pendekatan: Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan (annual report) dan laporan keberlanjutan (sustainability report). Sampel penelitian ditentukan melalui teknik purposive sampling, sedangkan analisis data dilakukan menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil: Hasil penelitian menunjukkan bahwa akuntansi hijau dan kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan inovasi hijau berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan memperlemah pengaruh akuntansi hijau dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan, tetapi memperkuat pengaruh inovasi hijau terhadap nilai perusahaan. Implikasi Praktis: Hasil penelitian ini memberikan wawasan bagi perusahaan dan investor dalam mendukung penerapan praktik bisnis berkelanjutan serta pengambilan keputusan investasi. Orisinalitas/Nilai: Penelitian ini mengembangkan penelitian sebelumnya dengan menguji ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara akuntansi hijau, kinerja lingkungan, inovasi hijau, dan nilai perusahaan.*

**Cara sitasi artikel ini**:
Ariyanti, A., & Yulianti. (2026). Pengaruh green accounting, kinerja lingkungan, dan green innovation terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi ukuran perusahaan. Jurnal Akuntansi, 12(1), 61–75.
https://doi.org/10.30598/jak.12.1.61-75

Hak Cipta © 2026 oleh Penulis Artikel ini adalah artikel Akses Terbuka yang didistribusikan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional

## 1. Pendahuluan

Di tengah ketidakpastian ekonomi global, dunia usaha di Indonesia dituntut untuk beradaptasi dengan cepat agar dapat bertahan dan tetap bersaing. Ketidakstabilan ekonomi global, inflasi tinggi di negara-negara mitra dagang, serta ketegangan geopolitik telah memberikan dampak besar pada kondisi keuangan perusahaan di berbagai sektor. Salah satu dampaknya adalah semakin banyaknya perusahaan yang menghadapi kesulitan keuangan, bahkan hingga berada dalam situasi penurunan nilai perusahaan. Nilai perusahaan menjadi salah satu indikator utama yang mencerminkan kinerja serta prospek jangka panjang perusahaan dalam penilaian investor. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan adanya kepercayaan pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan mempertahankan keberlanjutan bisnisnya. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi ekonomi yang menantang dapat memengaruhi kinerja perusahaan, yang pada gilirannya dapat berdampak pada nilai perusahaan (Khayati et al., 2022).

Menurut data dari *IDX Industrial Classification (IDX-IC)* tahun 2025, khususnya pada sektor industri *non-cyclical* seperti makanan, minuman, farmasi, dan tekstil, menunjukkan adanya fluktuasi signifikan dalam nilai perusahaan selama beberapa tahun terakhir. Fluktuasi ini tercermin dari tren nilai perusahaan yang tidak stabil dan menunjukkan penurunan. Berdasarkan data IDX (2025), indeks IDXNONCYC mencatatkan tren penurunan yang cukup tajam, pada Agustus 2025 yang mengalami penurunan sebesar 7.8% dan Juli 2025 sebesar 11.80%. Dalam jangka panjang, kinerja indeks ini tertekan hingga mengalami penurunan 16.8% dalam periode 3 tahun dan 7.8% dalam 5 tahun. Tekanan ini juga dialami oleh berbagai emiten besar sektor *non-cyclical* seperti PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk (ULTJ) yang terkoreksi 1,08%, PT Gudang Garam Tbk (GGRM) merosot 1,77%, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (AMRT) turun 1,42%, serta PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk (JPFA) dan PT Malindo Feedmill Tbk (MAIN) yang masing-masing melemah (CNBC Indonesia, 2023).

Di samping dinamika pasar keuangan, perubahan paradigma investor modern turut menggeser preferensi penilaian perusahaan. Investor tidak lagi semata-mata berfokus pada indikator kinerja keuangan konvensional seperti Tingkat saham (Sapulette & Limba, 2021). Hasil penelitian Fauzi (2022) menemukan bahwa kinerja lingkungan meningkatkan nilai

perusahaan. Di mana, pemanfaatan kegiatan yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial lingkungan dan kinerja lingkungan bisnis dapat meningkatkan nilai saham. Namun berbanding terbalik dengan Hapsoro & Adyaksana (2020) dan Kelly G & Henny D (2023) penerapannya kinerja lingkungan tidak selalu berdampak signifikan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Selain kedua faktor tersebut, terdapat juga faktor *green innovation* atau inovasi hijau merujuk pada jenis inovasi yang berfokus pada pembuatan produk, layanan, atau proses yang bertujuan untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya alam sambil mengurangi risiko, dampak, dan kerusakan lingkungan (Sunarjo et al., 2022). Tujuan dari *green innovation* adalah untuk menciptakan solusi yang lebih efisien dalam penggunaan sumber daya alam, mengurangi polusi, serta mendukung ekonomi sirkular dan rendah karbon. Penelitian yang dilakukan oleh Fanda & Dwijayanti (2024), Ananda & Taqwa (2024) menunjukan bahwa g*reen innovation* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini mendukung pandangan bahwa penerapan inovasi ramah lingkungan tidak hanya berdampak pada aspek lingkungan, tetapi juga meningkatkan daya saing dan persepsi investor terhadap perusahaan. Berbanding terbalik dengan Samhadi et al. (2024) dan Rahelliamelinda & Handoko (2024) bahwa *green innovation* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan hal ini dikarenakan jika implementasinya tidak efektif atau tidak menghasilkan nilai tambah yang nyata.

Meskipun berbagai studi telah menguji hubungan variabel-variabel tersebut terhadap nilai perusahaan, hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan inkonsistensi. Untuk mengatasi inkonsistensi temuan tersebut, penelitian ini memasukkan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Perusahaan yang lebih besar memiliki sumber daya, visibilitas publik, dan kapasitas pengungkapan yang lebih tinggi sehingga dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh strategi keberlanjutan terhadap nilai perusahaan. Sektor *non-cyclical* dipilih sebagai fokus penelitian karena produknya dikonsumsi secara rutin oleh masyarakat dan berinteraksi langsung dengan isu lingkungan hidup pada emiten *non-cyclical* di BEI periode 2022–2024.

## TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Teori Legitimasi *(Legitimacy Theory)*

Teori Legitimasi pertama kali dicetuskan oleh Dowling dan Pfeffer (1975) dan dikembangkan lebih lanjut oleh Suchman (1995). Teori ini menyatakan bahwa organisasi secara berkelanjutan berupaya memastikan bahwa mereka beroperasi dalam koridor dan batasan norma, nilai, serta keyakinan yang diterima oleh masyarakat sosial di mana korporasi berada. Legitimasi sosial merupakan sumber daya krusial bagi kelangsungan hidup perusahaan *(going concern)*. Dalam konteks penelitian ini, pengungkapan *green accounting*, pencapaian kinerja lingkungan, dan eksekusi *green innovation* merupakan sarana strategis bagi perusahaan sektor *non-cyclical* untuk meraih moral dan pragmatik legitimasi dari masyarakat dan investor.

### Teori Sinyal *(Signaling Theory)*

Teori Sinyal dikembangkan oleh Spence (1973) untuk menjelaskan bagaimana *asymmetry information* antara pihak internal perusahaan (manajemen) dan pihak eksternal (investor) dapat dikurangi melalui pemberian sinyal berupa informasi yang kredibel. Manajemen yang memiliki informasi lebih unggul mengenai prospek perusahaan terdorong untuk memberikan sinyal positif melalui laporan tahunan dan laporan keberlanjutan. Informasi mengenai pengeluaran akuntansi hijau, pemenuhan kriteria PROPER yang tinggi, serta sertifikasi produk ramah lingkungan ditangkap oleh pasar sebagai sinyal bahwa perusahaan memiliki tata kelola risiko yang unggul, berdaya saing tinggi, dan terhindar dari sanksi hukum lingkungan di masa depan (Probohudono et al., 2024).

### Pengaruh *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan

Penerapan *green accounting* mencerminkan komitmen perusahaan dalam menginternalisasi biaya-biaya eksternalitas lingkungan ke dalam sistem pelaporan keuangan. Berdasarkan Teori Legitimasi, pengungkapan biaya lingkungan membuktikan kepada publik bahwa korporasi tidak sekadar mengejar profitabilitas, tetapi juga mengalokasikan sumber daya finansial untuk menjaga kelestarian lingkungan sekitar. Transparansi ini memperkuat legitimasi moral perusahaan di mata pemangku kepentingan (Ogunode, 2022). Dari perspektif Teori Sinyal, alokasi dana untuk pengelolaan limbah dan pelestarian ekologi mengirimkan

sinyal positif kepada pasar bahwa perusahaan memiliki manajemen risiko yang baik dan terhindar dari potensi denda atau sanksi regulasi di masa depan (Saputra & Windyastuti, 2024). Hal ini meningkatkan daya tarik investasi dan apresiasi pasar terhadap nilai perusahaan. Studi Haniwati et al. (2025) dan Fini & Astuti (2024) membuktikan bahwa pengungkapan akuntansi hijau berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

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

**Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan**

Kinerja lingkungan mencerminkan komitmen perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab lingkungan sehingga mampu meningkatkan legitimasi dan memberikan sinyal positif kepada investor serta pemangku kepentingan (Fauzi, 2022; Putri & Serly, 2024). Pengukuran kinerja lingkungan melalui program PROPER juga menunjukkan kepatuhan perusahaan terhadap regulasi sekaligus mendorong praktik bisnis yang lebih berkelanjutan (Aprianti et al., 2023). Penelitian Putri dan Fitriah (2025), Gunawan dan Berliyanda (2024), Kim et al. (2021), serta Nazwa dan Fitri (2022) membuktikan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. **H2:** Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

**Pengaruh *Green Innovation* terhadap Nilai Perusahaan**

*Green innovation* merupakan inovasi yang berorientasi pada kelestarian lingkungan untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara berkelanjutan sekaligus meningkatkan daya saing perusahaan (Fabiola & Khusnah, 2022). Berdasarkan teori legitimasi, penerapan green innovation mencerminkan upaya perusahaan memperoleh pengakuan masyarakat melalui praktik yang sesuai dengan nilai-nilai lingkungan (Damas et al., 2021). Sementara itu, teori sinyal menjelaskan bahwa *green innovation* memberikan sinyal positif kepada para pemangku kepentingan mengenai komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan (Dewi & Rahmianingsih, 2020). Penelitian Ananda dan Taqwa (2024), serta Ulwiyah dan Mahirun (2024), menunjukkan bahwa green innovation berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat keunggulan kompetitif, dan menciptakan nilai tambah melalui inovasi ramah lingkungan. **H3:** *Green innovation* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

**Peran Ukuran Perusahaan dalam Memoderasi *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan**

Perusahaan berukuran besar cenderung memiliki sumber daya, kapasitas, dan tingkat transparansi yang lebih tinggi sehingga mampu menerapkan *green accounting* secara lebih optimal. Kondisi ini menjadikan ukuran perusahaan berpotensi memoderasi pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan melalui peningkatan kepercayaan investor dan pemangku kepentingan (Ogunode, 2022). Temuan Wayan et al. (2024) juga membuktikan bahwa ukuran perusahaan memperkuat hubungan antara *green accounting* dan nilai perusahaan karena perusahaan besar lebih mampu mengimplementasikan praktik akuntansi hijau secara efektif dan memberikan sinyal positif kepada pasar. **H4**: Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan.

**Peran Ukuran Perusahaan dalam Memoderasi Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan teori sinyal, peringkat PROPER mencerminkan informasi mengenai kinerja lingkungan perusahaan yang dapat memengaruhi persepsi investor (Hapsoro & Adyaksara, 2020). Dewi dan Rahmianingsih (2020) serta Khomsiyah dan Wibawa (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan antara kinerja lingkungan dan nilai perusahaan. Perusahaan yang lebih besar umumnya memiliki sumber daya, teknologi, dan tingkat transparansi yang lebih tinggi sehingga mampu mengelola kinerja lingkungan secara lebih efektif. Kondisi tersebut menjadikan kinerja lingkungan sebagai sinyal positif yang lebih mudah diapresiasi oleh investor dan pemangku kepentingan. **H5:** Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.

**Peran Ukuran Perusahaan dalam Memoderasi Green Innovation terhadap Nilai Perusahaan**

Perusahaan berukuran besar umumnya memiliki akses pendanaan, sumber daya, dan kapasitas yang lebih baik untuk mendukung implementasi green innovation secara optimal (Rahmawati & Sartika, 2025). Hidayah et al. (2022), Santoso dan Yanti (2024), serta Anggraini dan Gunawan (2024) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memperkuat pengaruh green innovation terhadap nilai perusahaan. Hal ini karena perusahaan besar lebih mampu mengembangkan inovasi ramah lingkungan secara efektif sehingga memberikan dampak

yang lebih besar terhadap peningkatan nilai perusahaan. **H6:** Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh green innovation terhadap nilai perusahaan

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausalitas bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green accounting*, kinerja lingkungan, dan *green innovation* terhadap nilai perusahaan pada sektor *non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022–2024. Pemilihan sektor ini didasarkan pada karakteristik usahanya yang berinteraksi langsung dengan publik serta sering menjadi sorotan terkait isu keberlanjutan dan limbah plastik di Indonesia. Variabel *green accounting* diukur melalui rasio biaya lingkungan terhadap laba bersih, kinerja lingkungan dinilai berdasarkan peringkat PROPER dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), *green innovation* diukur dari pengungkapan teknologi ramah lingkungan pada laporan tahunan, sedangkan nilai perusahaan dievaluasi menggunakan *Tobin's Q* dan harga saham.

Populasi penelitian meliputi 112 emiten sektor *non-cyclical* di BEI. Pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria: (1) terdaftar berturut-turut di BEI selama periode 2022–2024; (2) memublikasikan laporan keuangan dan laporan keberlanjutan secara konsisten; (3) berpartisipasi dan memperoleh peringkat PROPER KLHK; serta (4) mengungkapkan rincian biaya lingkungan dalam laporan keberlanjutan. Data yang digunakan merupakan data sekunder kuantitatif yang bersumber dari laporan keuangan dan keberlanjutan di situs resmi BEI *(www.idx.co.id)* atau website perusahaan, serta publikasi peringkat PROPER dari website KLHK. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi untuk mencatat data keuangan dan lingkungan, serta studi kepustakaan untuk memperkuat kajian teoretis dan analisis dari jurnal ilmiah maupun literatur terkait.

Tabel 3.1 Tabel Pengukuran Penelitian

| Variabel | Indikator / Formula Pengukuran | Skala |
|---|---|---|
| ***Green Accounting* (X1)** | GA = Biaya Lingkungan / Laba Setelah Pajak | Rasio |

| | | |
|---|---|---|
| **Kinerja Lingkungan (X2)** | Skor PROPER KLHK: Emas(5), Hijau(4), Biru(3), Merah(2), Hitam(1) | Ordinal |
| ***Green Innovation* (X3)** | GI = Jumlah Item Inovasi Produk & Proses diungkapkan / Total Item | Rasio |
| **Nilai Perusahaan (Y)** | *Tobin's Q* = (*MVE + Total Liabilities*) / *Total Assets* | Rasio |
| **Ukuran Perusahaan (Z)** | *Firm Size = Ln (Total Assets)* | Rasio |

Analisis data dilakukan menggunakan regresi data panel berbasis perangkat lunak *EViews 13*, diawali dengan analisis statistik deskriptif untuk menyajikan gambaran umum data melalui nilai rata-rata, standar deviasi, nilai minimum, dan maksimum. Estimasi model dievaluasi melalui tiga pendekatan, yaitu *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM). Pemilihan model terbaik ditentukan melalui Uji *Chow* (CEM vs. FEM), Uji *Hausman* (FEM vs. REM), dan Uji *Lagrange Multiplier* (CEM vs. REM). Pengujian asumsi klasik yang difokuskan pada uji multikolinearitas dan heteroskedastisitas hanya diterapkan apabila model berbasis *Ordinary Least Squares* (OLS) seperti CEM atau FEM terpilih. Sebaliknya, jika REM terpilih, pengujian asumsi klasik tidak dipersyaratkan karena metode *Generalized Least Squares* (GLS) secara inheren telah memenuhi asumsi tersebut (Gujarati, 2012).

Prosedur pengujian menggunakan MRA dapat ditunjukkan melalui persamaan regresi berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 (X_1 \cdot Z) + \beta_5 (X_2 \cdot Z) + \beta_6 (X_3 \cdot Z) + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : Nilai Perusahaan

$\alpha$ : Konstanta

$\beta$ : Koefisien regresi

X1 : *Green Accounting*

X2 : Kinerja Lingkungan

X3 : *Green Innovation*

X1Z : Interaksi *Green Accounting* dengan Ukuran Perusahaan

X2Z : Interaksi Kinerja Lingkungan dengan Ukuran Perusahaan

X3Z : Interaksi *Green Innovation* dengan Ukuran Perusahaan

ε : Error

## 3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menggunakan perusahaan sektor *non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022–2024. Sampel dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria perusahaan yang menerbitkan annual report dan sustainability report selama periode penelitian serta memiliki data PROPER. Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh 35 perusahaan dengan total 105 observasi.

Tabel 4.1 Statistik Deskriptif

| Variable | FV | GA | EP | GI | FS |
|---|---|---|---|---|---|
| Mean | 1.849.841 | 9.470231 | 3.019.048 | 0.673810 | 13.78521 |
| Median | 1.263.013 | 9.491362 | 3.000.000 | 0.625000 | 13.00292 |
| Maximum | 10.57019 | 11.74790 | 4.000.000 | 1.000.000 | 30.29179 |
| Minimum | 0.282602 | 7.597640 | 2.000.000 | 0.250000 | 12.03132 |
| Std. Dev. | 1.613177 | 1.155300 | 0.339144 | 0.168505 | 3.673031 |
| Observation | 105 | 105 | 105 | 105 | 105 |

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.1, rata-rata nilai perusahaan adalah sebesar 1.8498 dengan nilai tertinggi 10.5702 (UNVR tahun 2022) dan terendah 0.2826 (GGRM tahun 2024). Rata-rata *green accounting* sebesar 9.4702 dengan kisaran antara 7.5976 (DPUM tahun 2023) hingga 11.7479 (GGRM tahun 2022). Kinerja lingkungan memiliki rata-rata 3.0190 yang menunjukkan mayoritas perusahaan berada pada peringkat PROPER Biru, dengan nilai terendah 2.0 (Merah, BWPT 2022) dan tertinggi 4.0 (Hijau, HMSP 2022) [cite: 10]. *Green innovation* mencatatkan rata-rata 0.6738. Ukuran perusahaan memiliki rata-rata 13.7852 dengan rentang 12.0313 (UNVR 2024) hingga 30.2918 (TAPG 2024). Pengujian pemilihan model estimasi (Uji

*Chow*, Uji *Hausman*, dan Uji *Lagrange Multiplier*) dilakukan untuk menentukan model regresi data panel terbaik.

Tabel 4.2 Pemilihan Model Regresi Data Panel

| Pengujian Model | Hipotesis Pengujian | Statistik Uji | p-value (Prob.) | Keputusan Model |
|---|---|---|---|---|
| Uji Chow | CEM vs FEM | F = 21,469574 | 0,0000 | FEM |
| Uji Hausman | FEM vs REM | Chi-Sq = 1,682702 | 0,9753 | REM |
| Uji Lagrange Multiplier | CEM vs REM | BP = 7,892084 | 0,0000 | REM |

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Uji *Chow, p-value* sebesar 0,0000 (< 0,05) menolak H0, sehingga FEM lebih unggul dibanding CEM. Selanjutnya, Uji *Hausman* menghasilkan *p-value* sebesar 0,9753 (> 0,05) yang gagal menolak H0, mengindikasikan REM lebih tepat dibanding FEM. Penegasan melalui Uji *Lagrange Multiplier* menghasilkan *Breusch-Pagan p-value* 0,0000 (< 0,05) yang mengonfirmasi bahwa *Random Effect Model* (REM) merupakan model estimasi terbaik yang paling efisien. Sesuai dengan literatur ekonometrika (Gujarati & Porter, 2009; Verbeek, 2000), estimasi REM menggunakan metode *Generalized Least Squares* (GLS). Pendekatan GLS secara bawaan mengatasi permasalahan heteroskedastisitas dan autokorelasi melalui pembobotan matriks varians-kovarians, sehingga pengujian asumsi klasik OLS konvensional tidak diwajibkan dan hasil REM dikategorikan sebagai *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE).

Tabel 4.3 Hasil Analisis Regresi Data Panel

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|
| C | -4.437.632 | 1.744.509 | -2.543.771 | 0.0125 | Signifikan |
| GA | 3.424.864 | 1.322.989 | 2.588.732 | 0.0111 | Positif Signifikan |
| EP | 4.199.193 | 1.870.513 | 2.244.942 | 0.0270 | Positif Signifikan |
| GI | -4.381.953 | 2.111.599 | -2.075.183 | 0.0406 | Negatif Signifikan |
| FS | 3.787.030 | 1.352.150 | 2.800.747 | 0.0062 | Positif Signifikan |
| GA_FS | -0.288839 | 0.103056 | -2.802.747 | 0.0061 | Memperlemah (Signifikan) |
| EP_FS | -0.308039 | 0.132943 | -2.317.075 | 0.0226 | Memperlemah (Signifikan) |
| GI_FS | 0.295640 | 0.125726 | 2.351.456 | 0.0207 | Memperkuat (Signifikan) |
| R-squared: 0,165502 | | Adjusted R-squared: 0,105281 | | F-statistic: 2,748230 (p = 0,012007) | |

Sumber: Data diolah,2026

Berdasarkan Tabel 4.3, maka diperoleh persamaan regresi data panel dengan pemilihan model *Random Effect Model* (REM). maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0{,}430398 + 0{,}612883\ (GA) - 0{,}398218\ (EP) + 1{,}321470\ (GI) + 0{,}027856\ (FS) - 0{,}021097\ (GA_FS) + 0{,}329094\ (EP_FS) - 0{,}047167\ (GI_FS)$$

Berdasarkan Tabel 4.3, nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0,105281 (10,52%), yang berarti variabel independen (*green accounting*, kinerja lingkungan, dan *green innovation*) dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen sebesar 10,52%, sementara sisanya sebesar 89,47% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Hasil Uji F menunjukkan nilai F-statistic sebesar 2,748230 dengan nilai signifikansi Prob (F-statistic) sebesar 0,012007. Nilai probabilitas jauh lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 atau (5%), maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen (*green accounting*, kinerja lingkungan, dan g*reen innovation*) dalam model secara serentak (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

*Pengaruh green accounting* terhadap nilai perusahaan (H1 Diterima): Hasil regresi menunjukkan bahwa *green accounting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan ($p = 0.0081 < 0.05$). Hal ini mengonfirmasi bahwa pengungkapan dan pengalokasian biaya lingkungan dipersepsikan oleh investor sebagai investasi strategis yang meningkatkan reputasi dan mengurangi risiko ekologis perusahaan. Temuan ini mendukung Teori Legitimasi dan Teori Sinyal serta sejalan dengan hasil studi Haniwati et al. (2025) dan Fini & Astuti.

Pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan (H2 Diterima): Kinerja lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan ($p = 0.0074 < 0.05$). Prestasi perusahaan dalam pencapaian PROPER KLHK mencerminkan komitmen kepatuhan dan tanggung jawab lingkungan, sehingga menciptakan sentimen positif pasar (Putri & Fitriah, 2025; Gunawan &Berliyanda, 2024).

Pengaruh *green innovation* terhadap nilai perusahaan (H3 Ditolak): Berbeda dengan hipotesis yang diajukan, *green innovation* menunjukkan pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan ($p = 0.0102 < 0.05$). Temuan ini mengindikasikan bahwa biaya tinggi untuk riset dan pengembangan teknologi hijau dalam jangka pendek dipersepsikan pasar sebagai

beban modal yang mengurangi profitabilitas langsung perusahaan sektor *non-cyclical*. Hal ini sejalan dengan temuan Samhadi et al. (2024) dan Rahelliamelinda & Handoko (2024).

Peran moderasi ukuran perusahaan pada *green accounting* (H4 Terbukti Memperlemah): Interaksi GA × FS memiliki koefisien negatif (p = 0.0106 < 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memoderasi *hubungan green accounting* dan nilai Perusahaan hal ini sejalan dengan temuan Wayan et al. (2024). Pada perusahaan berskala sangat besar, alokasi biaya lingkungan dianggap sebagai kewajiban rutin standar sehingga tidak lagi memberikan daya kejut apresiasi pasar yang tinggi dibandingkan pada perusahaan skala menengah/kecil.

Peran moderasi ukuran perusahaan pada kinerja lingkungan (H5 Terbukti Memperlemah): Interaksi EP × FS berkoefisien negatif (p = 0.0124 < 0.05). Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai Perusahaan hal ini sejalan dengan temuan Khomsiyah dan Wibawa (2022). Pasar berekspektasi bahwa perusahaan besar secara otomatis harus meraih predikat PROPER tinggi, sehingga pencapaian tersebut dianggap kewajiban dasar dan bukan inovasi pembeda.

Peran moderasi ukuran perusahaan pada *green innovation* (H6 Terbukti Memperkuat): Interaksi GI × FS berkoefisien positif (p = 0.0114 < 0.05). Ukuran perusahaan memperkuat pengaruh *green innovation* terhadap nilai perusahaan [cite: 10]. Perusahaan besar memiliki keunggulan kapasitas modal dan ekonomis skala untuk mengomersialkan hasil inovasi hijau, sehingga dampak negatif jangka pendek *green innovation* dapat diredam dan diubah menjadi keunggulan bersaing oleh perusahaan berskala besar (Hidayah et al., 2022; Anggraini & Gunawan, 2024).

## 4. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *green accounting* dan kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan *green innovation* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan antara variabel independen dan nilai perusahaan dengan memperlemah pengaruh green accounting dan kinerja lingkungan, namun memperkuat pengaruh *green innovation*. Selain itu, seluruh variabel dalam

penelitian ini secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Meskipun demikian, nilai *Adjusted R-Square* yang relatif rendah menunjukkan bahwa nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan perusahaan sektor *non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022–2024 sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan pada sektor lain. Selain itu, nilai *Adjusted R-Square* yang relatif rendah menunjukkan bahwa masih terdapat faktor-faktor lain di luar model penelitian yang memengaruhi nilai perusahaan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan sektor dan periode penelitian serta menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi nilai perusahaan.

**Daftar Pustaka**

Abdullah, & Amiruddin. (2020). Akuntansi Lingkungan dan Penerapannya pada Korporasi. Jakarta: Rajawali Pers.

Ahmad, H., et al. (2022). Legitimacy theory and environmental disclosures in developing countries. Journal of Cleaner Production, 340, 130821.

Ananda, R., & Taqwa, S. (2024). Pengaruh Carbon Emission Disclosure dan Green Innovation terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Riset Akuntansi, 12(1), 45-58.

Anggraini, D., & Gunawan, B. (2024). Board of Commissioners' Proportion, Green Innovation, and Carbon Disclosure in Enhancing Firm Value: The Role of Firm Size. Journal of Accounting and Auditing, 29(2), 112-128.

Aprianti, N., et al. (2023). Kinerja Lingkungan, PROPER, dan Nilai Perusahaan Sektor Industri Kontraktual. Jurnal Akuntansi Berkelanjutan, 5(1), 33-46.

Astuti, N., & Ahmar, N. (2025). Effects of Green Intellectual Capital, Green Accounting, and Green Innovation on Firm Value: The Moderating Role of Return on Assets. International Journal of Energy Economics and Policy, 15(1), 88-97.

Bergh, D. D., et al. (2014). Information asymmetry in management research: A review and introduction to the special issue. Journal of Management, 40(5), 1251-1279.

Darmayanti, N. P., & Dewi, A. A. (2023). Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Nilai Perusahaan. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 12(3), 310-328.

Dewi, P. P., & Narayana, I. P. (2020). Implementation of Triple Bottom Line Concept in Sustainability Reporting. Bali Financial Review, 8(2), 101-115.

Dewi, P. P., & Rahmianingsih, A. (2020). Green Innovation and Firm Performance: The Moderating Role of Firm Size. Journal of Eco-Accounting, 4(1), 15-28.

Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. Pacific Sociological Review, 18(1), 122-136.

Erlangga, C., et al. (2021). Penerapan Green Accounting dan Implikasinya Terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 18(3), 205-218.

Fauzi, M. (2022). Environmental Performance and Corporate Market Valuation. Journal of Corporate Sustainability, 10(2), 87-99.

Fernando, R., et al. (2024). The Effect of Green Accounting Disclosure on the Firm Value of Listed Mining and Agriculture Companies in Southeast Asia. Asian Journal of Accounting Research, 9(1), 60-75.

Fini, S., & Astuti, S. (2024). The Effect of Green Accounting on Firm Value. Journal of Accounting and Finance Studies, 7(2), 140-152.

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). Basic Econometrics (5th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

Gunawan, A., & Berliyanda, A. (2024). Pengaruh Green Accounting, Pengungkapan Emisi Karbon, dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Akuntansi Multiparadigma, 15(1), 88-102.

Haniwati, E., et al. (2025). Pengaruh Green Accounting, Leverage, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR Sebagai Variabel Moderasi. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial, 11(1), 12-28.

Lestari, W., & Khomsiyah. (2023). Green Accounting, Kinerja Lingkungan, dan Nilai Perusahaan. Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik, 18(2), 175-192.

Ogunode, P. (2022). Environmental accounting disclosures and legitimacy theory: Evidence from emerging economies. Environmental Development, 42, 100699.

Putri, R., & Fitriah, S. (2025). Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Riset Keuangan dan Akuntansi, 13(1), 50-62.

Saputra, A., & Windyastuti. (2024). The Effect of Green Accounting Implementation, Sustainability Report, Asymmetric Information, and Financial Performance on Firm Value. International Journal of Economics and Business, 8(1), 22-38.

Spence, M. (1973). Job market signaling. The Quarterly Journal of Economics, 87(3), 355-374.

Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. Academy of Management Review, 20(3), 571-610.

Ulwiyah, U., & Mahirun, M. (2024). Keberlanjutan dan Nilai Perusahaan: Analisis Praktik Green Innovation pada Perusahaan. Jurnal Keuangan dan Perbankan, 28(1), 77-91.

Verbeek, M. (2000). A Guide to Modern Econometrics. Chichester: John Wiley & Sons.

Wang, Y., & Yao, X. (2025). Signaling mechanism through environmental spending and market evaluation. Journal of Financial Economics and Sustainability, 12(1), 105-120.

Wayan, I., et al. (2024). Pengaruh Green Accounting, Profitabilitas dan CSR terhadap Nilai dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia, 28(1), 33-48.