Pengaruh Akuntansi Hijau, Kinerja Lingkungan, Inovasi Hijau, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Pengungkapan Emisi Karbon Terhadap Nilai Perusahaan

Belinda[1], Virna Sulfitri[2]
Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti
E-mail: belinda.linda1011@gmail.com[1], virna_s@trisakti.ac.id[2]

Article History:
Received: 02 Januari 2025
Revised: 27 Januari 2025
Accepted: 30 Januari 2025

Keywords: *Akuntansi Hijau, Nilai Perusahaan, Kinerja Lingkungan, Inovasi Hijau, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Pengungkapan Emisi Karbon.*

Abstract: *Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis perngaruh Akuntansi Hijau terhadap Nilai Perusahaan. Menganalsisi pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan. Menganalisis pengaruh Inovasi Hijau terhadap Nilai Perusahaan. Menganalisis pengaruh Tanggung jawab Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Menganalisis Pengungkapan Emisi Karbon terhadap Nilai Perusahaan. Pemilihan data melalui laporan keuangan, annual report, dan sustainability report yang terdaftar di BEI 2021-2023. Unit analisis dalam penelitian ini perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi non-cyclicals melalui web www.idx.co.id. Data yang akan dipakai dalam penelitian ini merupakan data sekunder dengan metode purposive sampling. Hasil yang diharapkan dalam penelitian ini disimpulkan bahwa Akuntansi Hijau berpengaruh signifikan dan positif, Kinerja Lingkungan berpengaruh negatif, Inovasi Hijau berpengaruh negatif, Tanggung jawab Sosial Perusahaan berpengaruh negatif, Pengungkapan Emisi Karbon berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur periode 2021-2023.*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan Ekonomi yang semakin pesat setiap harinya menciptakan persaingan yang ketat di antara perusahaan, baik yang baru saja berdiri maupun yang telah lama berkembang. Pada dasarnya, perusahaan didirikan untuk mencapai tujuan tertentu. Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Selain itu. perusahaan juga bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pemilik atau pemegang sahamnya. Tujuan lainnya adalah mengoptimalkan nilai perusahaan hingga mencapai titik maksimum, yang tercermin dari harga sahamnya, sehingga mampu menarik minat investor untuk berinvestasi. (Rais. 2021).

Menurut Dwicahyani et al., (2022), sektor barang konsumsi *non-cyclicals* adalah salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam perkembangan ekonomi di Indonesia. Sektor ini memiliki posisi yang strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, karena produknya dibutuhkan unruk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Perusahaan yang bergerak di barang

konsumsi *non-cyclicals,* atau barang kebutuhan primer, merupakan perusahaan yang memproduksi atau mendistribusi barang dan jasa yang bersifat tahan terhadap perubahaan siklus ekonomi. Permintaan atas barang dan jasa ini cenderung stabil dan tidak berpengaruh oleh fluktuasi pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi *non- cyclicals* dapat dianggap memiliki citra positif menurut pandangan para investor. Hal ini disebabkan karena sektor ini menyediakan produk kebutuhan primer yang dibutuhkan hampir setiap hari, sehingga berpotensi memberikan pengaruh positif terhadap pendapatan dan keuntungan bagi perusahaan yang berada di dalamnya. Kondisi ini membuat para investor cenderung melihat perusahaan yang berada di sektor barang konsumsi *non-cyclicals* sebagai peluang investasi yang menjanjikan untuk keuntungan jangka panjang. Perusahaan berupaya untuk meningkatkan nilai perusahaan mereka agar tetap dipercaya oleh para investor. Namun. pada kenyataannya. nilai perusahaan di sektor ini masih sering mengalami fluktuasi.

Nilai perusahaan merupakan indikator keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya, yang secara umum berkaitan dengan stabilitas harga saham dan tingkat risiko yang dihadapinya di masa yang akan datang (Septhiani & Machdar. 2022). Kesejahteraan para pemegang saham dapat diukur dari tingkat profitabilitas perusahaan yang mencerminkan tingkat pengembalian investasi, termasuk di dalamnya adalah pembagian dividen kepada para pemegang saham (Hartawan et al.. 2022). Jika nilai suatu perusahaan diwakili oleh harga sahamnya, maka upaya untuk memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham. Dengan demikian. dapat disimpulkan bahwa harga saham adalah indikator yang tepat untuk mengukur nilai perusahaan.

Fenomena yang terjadi di sektor barang konsumsi *non-cyclicals* yaitu terjadinya fluktuasi kinerja saham yang cukup negatif pada tahun 2021, namun pada tahun 2022 dan 2023 terjadi pergerakan yang positif karena terjadi kenaikan. Berdasarkan data yang dilihat dari *historical performance* pada *fact sheet* sektor barang konsumsi *non-cyclicals* yang dikeluarkan oleh BEI (Bursa Efek Indonesia) per Desember 2023. Penurunan kinerja saham pada tahun 2021 sebesar -16.0% dikarena faktor pandemi virus *covid-19* sehingga pemerintah membuat kebijakan akan melakukan pembatasan kegiatan perekonomian di Indonesia pada saat itu. Pada tahun 2022, kinerja saham mulai membaik dengan pesat menjadi 7.9%, namun pada tahun 2023 mengalami penurunan kembali menjadi hanya 0.8% (www.idx.co.id).

Pada tahun 2022 pergerakan dari harga saham sektor barang konsumsi *non-cyclicals* terlihat sejak awal tahun, namun mengalami kenaikan yang pesat menjadi sebesar 7.89% secara *year to date* (ytd) pada bulan desember. Perusahaan yang mengalami kenaikan pada urutan pertama yaitu PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk (AMRT) dengan sebesar 118.11% perubahan harga saham. selanjutnya terdapat perusahaan yang mengalami penurunan paling utama yaitu PT Gudang Garam Tbk (GGRM) dengan sebesar -41.18% perubahan harga saham.

Berdasarkan fenomena yang telah disebutkan, terkait fluktuasi nilai perusahaan yang menurun pada tahun 2021 namun kembali naik pada tahun 2022 dan 2023, terdapat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan atau penurunan pada nilai perusahaan. Salah satu faktor penurunan yaitu lingkungan, pengelolaan lingkungan oleh perusahaan menjadi perhatian utama bagi para pemangku kepentingan. Ketidakefisienan dalam pengelolaan sumber daya alam dan proses produksi tidak hanya berpotensi untuk merusak lingkungan. namun hal tersebut dapat menganggu kondisi keuangan perusahaan, yang pada akhirnya berdampak pada penurunan nilai perusahaan.

Peningkatkan penjualan di sektor barang konsumsi juga menyebabkan peningkatan sampah

plastik. yang masih menjadi masalah utama di Indonesia. Sensus Badan Penelitian Sungai Indonesia (BRUIN) 2023 dilakukan di 64 lokasi di 28 kota/kabupaten di 13 provinsi. Hasil survei menemukan 25.733 keping plastik. sebagian besar berupa kantong. Sampah makanan. kemasan plastik. barang-barang kebersihan pribadi. peralatan rumah tangga. dan puntung rokok merupakan jenis sampah yang paling banyak ditemukan dalam survei tersebut. Sebanyak 10 merek produk penyumbang sampah laut terbanyak adalah Wings (16.4%), Unilever (12.3%). Indofood (10.1%), Mayora (8.1%), PT. Santos Jaya Abadi (5.6%), Unicharm (2.4%). P&G (2.3%), Garudafood (2%), Ajinomoto (1.8%) dan sampah plastik tanpa merek (37%) (mongabay.co.id).

BRUIN menemukan bahwa bisnis produk konsumen meningkatkan sistem dan kualitas lingkungan mereka untuk meningkatkan nilai perusahaan. Keberhasilan dalam memperoleh kepercayaan publik menghasilkan nilai bisnis yang berkualitas tinggi. Kepercayaan ini mendorong investor untuk berinvestasi, oleh karena itu nilai perusahaan juga dapat dipahami sebagai nilai penjualan. Dalam beberapa tahun terakhir. pertimbangan lingkungan telah menjadi ukuran penting dari nilai perusahaan. Perusahaan menjadi lebih bertanggung jawab secara sosial karena isu lingkungan menjadi lebih penting dalam pengambilan keputusan bisnis. Komitmen ini telah menjadi prioritas mutlak bagi perusahaan agar dapat tetap bersaing di pasar. Penerapan Akuntansi Hijau merupakan langkah awal dalam mencari solusi untuk mengatasi masalah lingkungan yang dihadapi perusahaan.

Akuntansi Hijau merupakan pencatatan yang mencakup fenomena kegiatan dan objek yang melibatkan masyarakat sekitar perusahaan serta aspek lingkungan seperti tanah. karbon dan air (Maharani & Handayani, 2021). Akuntansi Hijau digunakan sebagai model akuntansi baru yang dirancang tidak hanya berfokus pada kegiatan atau pengaturan keuangan. tetapi juga memasukkan aspek sosial dan lingkungan dalam proses pelaporannya (Dila & Aryati, 2023). Penerapan Akuntansi Hijau dalam bisnis memiliki sejumlah manfaat bagi perusahaan. salah satunya adalah entitas bisnis terhindar dari tuntutan masyarakat atau pemerintah terkait pencemaran dan kerusakan lingkungan (Faizah, 2020). Penelitian Putri et al., (2019) menunjukkan bahwa perusahaan yang mengadopsi Akuntansi Hijau cenderung berfokus pada kinerja lingkungan (Putri et al., 2019). Jika kinerja lingkungan perusahaan dinilai baik. maka hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan dan pada akhirnya akan berdampak positif pada profitabilitasnya.

Kinerja lingkungan dapat meningkatkan nilai perusahaan. dan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dapat mengukurnya. Inisiatif ini diharapkan dapat mendorong perusahaan untuk mengambil tindakan lingkungan, meningkatkan citra dan peluang masa depan mereka (Sapulette & Limba, 2021). Valdera et al., (2022) menyimpulkan bahwa kinerja lingkungan meningkatkan nilai perusahaan. yang menarik investor (Valdera et al.. 2022). Inovasi hijau, yang meningkatkan kualitas lingkungan dalam setiap operasi komersial. dapat membantu perusahaan tumbuh. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Rahmianingsih (2020). inovasi yang dilakukan akan membutuhkan investasi berupa biaya dan waktu. namun manfaatnya akan dirasakan di masa depan dengan memberikan dampak positif bagi bisnis (Dewi & Rahmianingsih. 2020). Inovasi hijau adalah pendekatan yang diadopsi oleh entitas bisnis untuk mencapai tujuan strategisnya dengan menerapkan teknik, sistem, praktik dan proses produksi baru yang bertujuan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan (Rosaline et al.. 2020). Sebagai hasilnya, perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan sebagai tujuan utama mereka, tetapi juga bertanggung jawab terhadap lingkungan. Perusahaan yang mengintegrasikan inovasi ke dalam strateginya dapat memperoleh penilaian positif dari calon investor dan investor yang sudah ada,

yang pada gilirannya dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dibandingkan perusahaan saingan (Tonay & Murwaningsari. 2022).

Perseroan Terbatas (UUPT) wajib menyusun strategi undangan dan laporan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007. Setiap perusahaan wajib mengungkapkan upaya Tanggung jawab Sosial Perusahaan terhadap lingkungan dan mendorong pertumbuhan sosial ekonomi. Tanggung jawab sosial perusahaan ini penting karena berhubungan dengan tugas keuangan perusahaan yang meliputi pemegang saham, pekerja, masyarakat, konsumen, pemerintah dan lingkungan (Tjahja. 2024). Pasal 66 Undang-Undang Perusahaan juga memuat ketentuan tentang pengungkapan emisi karbon. Emisi karbon merupakan efek residu yang dihasilkan dari kegiatan operasional perusahaan. yang dapat menyebabkan perubahan iklim di lingkungan sekitar badan usaha dan mengakibatkan ketidakstabilan cuaca. Penelitian sebelumnya oleh Cholida & Kawedar (2020) menunjukkan bahwa pengungkapan emisi karbon yang dilakukan badan usaha berdampak positif terhadap nilai perusahaan (Cholida & Kawedar, 2020). Selain itu, penelitian lain yang dilakukan oleh Purnaman dan Rusmana (2020) menjelaskan bahwa pengungkapan emisi karbon berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Rusmana & Purnaman. 2020).

Akuntansi Hijau, Kinerja Lingkungan, Inovasi Hijau, Tanggung jawab Sosial Perusahaan dan Pengungkapan Emisi Karbon merupakan faktor independen dalam penelitian ini. Variabel dependen adalah Nilai Perusahaan. Judul yang diajukan dalam Selvia & Virna (2023) berbeda yaitu **Pengaruh Akuntansi Hijau. Tanggung jawab Sosial Perusahaan dan Financial Distress terhadap Nilai Perusahaan** (Selvia & Virna. 2023). Pada penelitian ini ditambahkan tiga variabel lain yaitu Inovasi Hijau, Kinerja Lingkungan dan Pengungkapan Emisi Karbon. Saat ini, salah satu masalah lingkungan yang dihadapi Indonesia adalah kurangnya pengolahan sampah plastik dari sektor barang konsumsi, sehingga menyebabkan penumpukan sampah yang berlebihan dan kerusakan lingkungan. Situasi ini telah meningkatkan kesadaran para pelaku ekonomi. khususnya di sektor barang konsumsi, untuk turut serta menyelaraskan kegiatan ekonomi badan usaha dengan mengedepankan standar perlindungan kebersihan lingkungan (Diaz & Virna. 2024).

Setelah mengidentifikasi masalah yang telah dipaparkan. maka peneliti ingin mengembangkan penelitian sebelumnya dengan menambahkan variabel-variabel seperti Inovasi Hijau. Kinerja Lingkungan dan Pengungkapan Emisi Karbon. dengan penelitian yang berjudul **"Pengaruh Akuntansi Hijau, Kinerja Lingkungan, Inovasi Hijau, Tanggung jawab Sosial Perusahaan dan Pengungkapan Emisi Karbon Terhadap Nilai Perusahaan".**

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi berasal dari konsep legitimasi organisasi yang dikembangkan oleh Dowling & Pfeffer (1975), yang menjelaskan bagaimana sebuah organisasi atau perusahaan mendapatkan pengakuan dan penerimaan atas nilai-nilai yang ada di masyarakat, dengan mempertimbangkan sumber daya yang digunakan (Dowling & Pfeffer, 1975). Menurut Hamm et al (2022), teori legitimasi berfokus pada korelasi hubungan antara otoritas (upaya memegang kekuasaan yang sah untuk memenuhi kebutuhan perusahaan terhadap masyarakat), perusahaan mencari kepatuhan pasif, kerja sama dan dukungan dari masyarakat (Hamm et al.. 2022).

Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*)

Freeman et al., (2004) mendefinisikan pemangku kepentingan sebagai sekumpulan

kelompok atau individu yang dapat memengaruhi dan dipengaruhi oleh tindakan operasional suatu bisnis (Freeman et al.. 2004). Dalam menjalankan operasinya. suatu perusahaan harus memenuhi kebutuhan para pemangku kepentingan. Kewajiban ini berlaku bagi pemilik modal. pemegang saham. dan pemangku kepentingan perusahaan lainnya. baik internal maupun eksternal.

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal menguraikan upaya perusahaan untuk mengomunikasikan situasi internal kepada pengguna laporan keuangan sebagai sinyal positif atau negatif. Informasi internal perusahaan membantu investor membuat pilihan investasi (Indriani & Mildawati. 2019). Spence (1973) memperkenalkan teori sinyal, yang menyatakan bahwa sinyal adalah upaya orang yang berpengetahuan untuk menyampaikan materi yang sesuai kepada penerima (Spence. 1973).

Nilai Perusahaan

Gantino et al. (2023) menyatakan bahwa nilai perusahaan menunjukkan kesehatannya (Gantino et al.. 2023). Nilai perusahaan yang lebih tinggi meningkatkan kekayaan pemegang saham dan mengungkap peluang bisnis di masa depan. Tujuan perusahaan meliputi peningkatan nilai dan menyenangkan pemegang saham dalam jangka panjang serta memaksimalkan laba dalam jangka pendek.

Akuntansi Hijau

Menurut Lako (2019), akuntansi lingkungan atau akuntansi hijau adalah bidang akuntansi yang berfokus pada upaya mendukung pelestarian lingkungan, keberlanjutan bisnis, dan profitabilitas dengan mempertimbangkan aspek lingkungan, sosial dan ekonomi dengan tujuan untuk menciptakan kemitraan, perdamaian dan kesejahteraan (3P) serta mencapai keberlanjutan (Lako. 2019).

Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan adalah interaksi perusahaan dengan lingkungan dan hasil dari tindakan bisnis yang bertanggung jawab terhadap lingkungan (Sevnia & Mulyani. 2023). Program Penilaian Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan (PROPER) merupakan program penilaian kinerja bagi pelaku usaha yang terlibat dalam pengelolaan lingkungan, menurut Pasal 1 Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2021.

Tanggung jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab Sosial Perusahaan merupakan komitmen perusahaan yang berkelanjutan terhadap masyarakat untuk kepentingan bersama. Perusahaan yang beretika akan meningkatkan kesejahteraan karyawan dan masyarakat serta pertumbuhan ekonomi (Aldino & Nurlaila, 2021). Shofia & Anisah (2020) menemukan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berdampak positif terhadap pembelian saham yang berhubungan dengan aspirasi perusahaan (Shofia & Anisah, 2020).

Global Reporting Initiative (GRI) Standard

Global Reporting Initiative (GRI) memiliki berbagai landasan standar yang beragam. landasan awal pembahasan mengenai tujuan dan sistem dari Standar Pelaporan Keberlanjutan GRI (Standar GRI) dan menjelaskan konsep utama dari pelaporan keberlanjutan. Landasan ini

juga menentukan persyaratan dan prinsip pelaporan yang harus dipatuhi organisasi untuk melaporkan sesuai dengan Standar GRI. GRI 1 merupakan standar pertama yang dijadikan rujukan oleh organisasi untuk memahami cara menyusun laporan menggunakan Standar GRI.

Pengungkapan Emisi Karbon

Pratami (2023) mendefinisikan pengungkapan emisi karbon sebagai pengungkapan dampak lingkungan yang dilakukan perusahaan. Pengungkapan ini mencakup emisi gas rumah kaca. tujuan pengurangan gas rumah kaca. intensitas penggunaan energi, serta risiko perubahan iklim dan tindakan kontinjensi, Karbon dioksida, nitrogen oksida, hidrofluorokarbon, sulfur heksafluorida, metana dan perfluorokarbon meningkatkan emisi gas rumah kaca (Ratmono et al., 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengkaji tentang "Pengaruh Akuntansi Hijau. Kinerja Lingkungan. Inovasi Hijau. Tanggung jawab Sosial Perusahaan dan Pengungkapan Emisi Karbon terhadap Nilai Perusahaan" pada perusahaan manufaktur barang konsumsi *non-cyclicals* yang ikut serta dalam pengambilan sertifikasi PROPER dan tercatat di BEI tahun 2021 sampai dengan 2023. Penelitian ini menganalisis perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI. khususnya perusahaan produk konsumen. dari tahun 2021 sampai dengan 2023. Laporan tahunan dan laporan berkelanjutan dapat diunduh di www.idx.co.id. situs web perusahaan. dan situs web Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Akuntansi Hijau. Kinerja Lingkungan. Inovasi Hijau. Tanggung jawab Sosial Perusahaan. dan Pengungkapan Emisi Karbon. sedangkan variabel dependennya adalah Nilai Perusahaan. Data sekunder digunakan dari perusahaan manufaktur produk konsumen. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan SPSS digunakan untuk menganalisis data.

Peneliti mempelajari populasi orang atau benda dengan kualitas tertentu dan temuan menarik setelah mengamatinya. Analisis ini menggunakan bisnis manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2021 hingga 2023. Pengambilan sampel secara purposif akan memilih sampel penelitian dari populasi yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Kriterianya adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur. khususnya perusahaan barang konsumsi *non-cyclicals*. yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) secara berurutan dari tahun 2021 sampai dengan tahun 2023.
2. Perusahaan yang menerbitkan laporan akhir tahun 2021–2023 secara lengkap dan berkala.
3. Perusahaan yang menerbitkan laporan keberlanjutan tahun 2021-2023 secara lengkap dan berkala.
4. Perusahaan terdaftar dan menerima peringkat PROPER selama tahun 2021-2023.

Teknik pengumpulan data meliputi data primer dan data sekunder menurut Sugiyono (2018) (Sugiyono. 2018). Data primer diperoleh dari hal-hal yang dilakukan oleh orang atau organisasi. Data sekunder meliputi sejarah perusahaan. ruang lingkup bisnis. struktur organisasi. visi dan tujuan. publikasi. dan situs web. sedangkan data sekunder diperoleh secara tidak langsung dari pihak ketiga untuk keperluan penelitian. Metode pengumpulan data sekunder digunakan untuk menganalisis laporan tahunan dan laporan yang diterima oleh perusahaan terpilih dari tahun 2021 sampai dengan tahun 2023 yang dapat dilihat pada situs web perusahaan. www.idx.co.id. dan situs web Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. www.menlhk.go.id. untuk menentukan peringkat PROPER.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

Langkah awal yang dilakukan dalam melakukan pengujian data adalah dengan uji asumsi klasik dengan bertujuan untuk mengetahui kelayakan penggunaan model regresi dalam penelitian ini. Pengujian asumsi klasik umumnya dilakukan pada regresi yang memiliki dua atau lebih variabel independennya. Uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas. uji multikolinearitas. uji autokorelasi dan uji heterokedastisitas. Hasil uji asumsi klasik penelitian adalah sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi. residual memiliki distribusi normal. dilakukan untuk menguji apakah variabel dependen dan variabel independennya dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak (Damas et al., 2021). Berikut adalah hasil dari pengujian normalitas menggunakan alat uji SPSS. disampaikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas (*One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*)

		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parametersa.b	Mean	0.0000001
	Std. Deviation	0.72095912
Most Extreme Differences	Absolute	0.165
	Positive	0.165
	Negative	-0.80
Test Statistic		0.165
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.000c

Sumber: data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan data hasil dari pengujian *Kolmogorov-Smirnov* diatas dapat dilihat bahwa nilai Asymp.Sig adalah sebesar 0.000 (< 0.05). yang menunjukan bahwa data mengikuti distribusi yang tidak normal (Sihabudin et al.. 2021). Namun, ukuran sampel tergolong cukup besar, lebih dari 30, maka hasil analisis statistik tetap dapat diandalkan meskipun data tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikoliniearitas dilakukan untuk mengidentifikasi apakah ada korelasi diantara variabel independen dalam model regresi yang digunakan. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	*Tolerance*	VIF	Kesimpulan
Akuntansi Hijau	0.968	1.033	Tidak terjadi multikolinearitas
Kinerja Lingkungan	0.947	1.056	Tidak terjadi multikolinearitas
Inovasi Hijau	0.791	1.264	Tidak terjadi

			multikolinearitas
Tanggung jawab Sosial Perusahaan	0.895	1.117	Tidak terjadi multikolinearitas
Pengungkapan Emisi Karbon (CED)	0.772	1.296	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan dari Tabel 4.5 menunjukkan nilai VIF pada variabel Akuntansi Hijau, Kinerja Lingkungan, Inovasi Hijau, Tanggung jawab Sosial Perusahaan dan Pengungkapan Emisi Karbon memiliki nilai *tolerance* > 0.1, selain itu apabila dilihat dari nilai VIF pada semua variabel adalah < 10, yang berarti model regresi dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan yang lain atau untuk melihat bagaimana cara penyebaran data yang diuji. Uji penelitian pada uji *glesjer* yang bertujuan untuk melakukan regresi nilai absolut residual pada variabel independen.

Berikut dibawah ini adalah hasil dari pengujian heterokedastisitas yang menggunakan SPSS. ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig.	Kesimpulan
Akuntansi Hijau	0.251	Tidak terjadi heterokedastisitas
Kinerja Lingkungan	0.551	Tidak terjadi heterokedastisitas
Inovasi Hijau	0.126	Tidak terjadi heterokedastisitas
Tanggung jawab Sosial Perusahaan	0.082	Tidak terjadi heterokedastisitas
Pengungkapan Emisi Karbon	0.059	Tidak terjadi heterokedastisitas

Sumber: data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan hasil uji dari tabel 3 diatas dapat dilihat bahwa nilai sig. Heterokedastisitas *glesjer* variabel Akuntansi Hijau, Kinerja Lingkungan, Inovasi Hijau, Tanggung jawab Sosial Perusahaan dan Pengungkapan Emisi Karbon > 0.05. maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak mengalami heterokedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dapat dideteksi dengan menggunakan hasil dari *Durbin-Waston* (D-W). *Durbin-Waston* digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan bersyarat untuk adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lag diantara variabel independen.

Berikut dibawah ini adalah hasil dari pengujian autokorelasi yang menggunakan SPSS. ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

N	k	dL	dU	4-dU	4-dL	DW	Kesimpulan
105	5	1.5837	1.7827	2.2173	2.4163	1.906	Tidak ada autokorelasi

Sumber: data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada Tabel 4.7 di atas. menunjukkan besarnya nilai Durbin-

Watson sebesar 1.906, menggunakan 5 variabel penyusun persamaan regresi dan sampel berjumlah 105. Nilai Durbin-Watson yang berada pada daerah dU = 1.7827 dan 4-dU = 2.2191 (1.7827 < 1.906 < 2.2173) maka dapat disimpulkan data penelitian pada model ini tidak ada autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur pengaruh dari dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Hal ini bertujuan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen jika nilai variabel independen mengalami kenaikan ataupun penurunan. serta mengetahui arah dari pengaruh variabel. Rumus dari regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = -1.350 + 0.387X1 + 0.274X2 - 0.080X3 + 0.043X4 – 0.242X5$$

Berikut adalah penjelasan untuk Tabel 4.7 (Sugiyanto et al.. 2022):

1. Nilai konstanta sebesar 0.686. diartikan bahwa dengan adanya variabel Akuntansi Hijau (X1), Kinerja Lingkungan (X2), Inovasi Hijau (X3), Tanggung jawab Sosial Perusahaan (X4) dan Pengungkapan Emisi Karbon (X5), maka variabel nilai perusahaan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 68,8%.
2. Nilai koefisien beta variabel Akuntansi Hijau (X1) sebesar 0.417, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X1 mengalami peningkatan 1%. maka variabel nilai perusahaan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 41,7%. Arah hipotesis positif dan nilai sig. sebesar 0.010 artinya semakin perusahaan melakukan Akuntansi Hijau maka semakin tinggi nilai perusahaan.
3. Nilai koefisien beta variabel Kinerja Lingkungan (X2) sebesar 0.751, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X2 mengalami peningkatan 1%. maka variabel nilai perusahaan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 75,1%. Arah hipotesis positif, tetapi pada nilai sig. sebesar 0.347 yang artinya variabel kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4. Nilai koefisien beta variabel Inovasi Hijau (X3) sebesar 0.049. jika nilai variabel lain konstan dan variabel X3 mengalami peningkatan 1%, maka variabel nilai perusahaan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 4,9%. Arah hipotesis positif, tetapi nilai sig. sebesar 0.878 yang artinya variabel inovasi hijau tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
5. Nilai koefisien beta variabel Tanggung jawab Sosial Perusahaan (X4) sebesar -0.253, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X4 mengalami penurunan 1%, maka variabel nilai perusahaan (Y) akan mengalami penurunan sebesar 25,3%. Arah hipotesis negatif dan nilai sig. sebesar 0.279 yang artinya tanggung jawab sosial perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
6. Nilai koefisien beta variabel Pengungkapan Emisi Karbon (X5) sebesar -0.977. jika nilai variabel lain konstan dan variabel X1 mengalami penurunan 1%. maka variabel nilai perusahaan (Y) akan mengalami penurunan sebesar 97,7%. Arah hipotesis negatif dan nilai sig. sebesar 0.094 yang artinya pengungkapan emisi karbon tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Arah Hipotesis	β	t	Sig.	Kesimpulan
(Constan)		0.686	1.210	.229	
Akuntansi Hijau	Positif	.417	2.644	.010	Diterima
Kinerja Lingkungan	Positif	.751	0.945	.347	Ditolak
Inovasi Hijau	Positif	.049	0.154	0.878	Ditolak

Tanggung jawab Sosial Perusahaan	Negatif	-.253	-1.088	.279	Ditolak
Pengungkapan Emisi Karbon	Negatif	-.977	-1.693	.094	Ditolak
Uji F			2.475		
Sig. Uji F			0.037b		
Adjusted R Square			0.066		

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

Hasil Uji Parsial atau Uji-t

Uji parsial. atau uji-t. adalah uji yang dilakukan untuk menentukan apakah variabel independen berpengaruh pada variabel dependen. Keputusan tentang hasil pengujian yang telah diambil dengan melihat nilai signifikan yang terkandung dalam tabel koefisien (*coefficients*) (Diaz. 2024).

Berdasarkan persamaan regresi moderasi dan Tabel 4.8 diatas. maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial sebagai berikut:

1. **H1 : *Akuntansi Hijau* Berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan**
   Berdasarkan hasil uji coba t pada model regresi, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,417 dan nilai signifikansi sebesar 0.010, nilai signifikansi tersebut < 0.05. Nilai koefisien variabel Akuntansi Hijau memiliki nilai positif yang artinya semakin perusahaan melakukan Akuntansi Hijau maka semakin tinggi nilai perusahaannya. Dapat diartikan bahwa H1 diterima. yang artinya Akuntansi Hijau berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Nilai *Standardized Coefficient Beta* sebesar 0.255 menunjukkan Akuntansi Hijau mempengaruhi nilai perusahaan pada urutan pertama dibandingkan variabel lainnya. Pada hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Selvia & Virna (2023). memberikan hasil bahwa *Akuntansi Hijau* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Selvia & Virna. 2023). Hasil penelitian lainnya yang dilakukan oleh Anggraeni (2023) juga memberikan hasil bahwa terdapat pengaruh positif pada *Akuntansi Hijau* terhadap nilai perusahaan.

2. **H2 : Kinerja Lingkungan Berpengaruh Negatif terhadap Nilai Perusahaan**
   Berdasarkan hasil uji coba t pada model regresi, diperoleh nilai koefisien sebesar 0.751 dan nilai signifikansi sebesar 0.347. nilai signifikansi tersebut > 0.05. Nilai koefisien variabel Kinerja Lingkungan memiliki nilai negatif yang artinya dari jumlah populasi sampel perusahaan yang diteliti dan mendapatkan sertifikasi PROPER, belum mewakili sebagian besar dari jumlah perusahaan di sektor barang konsumsi *non-cyclicals* . Dapat diartikan bahwa H2 ditolak. yang artinya Kinerja Lingkungan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Nilai *Standardized Coefficient Beta* sebesar 0.092 menunjukkan Kinerja Lingkungan mempengaruhi nilai perusahaan pada urutan kedua dibandingkan variabel lainnya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dianti (2023) yang berpendapat bahwa Kinerja Lingkungan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, penelitian lain yang dilakukan oleh Diaz (2024) juga memberikan hasil bahwa Kinerja Lingkungan memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

3. **H3 : Inovasi Hijau Berpengaruh Negatif terhadap Nilai Perusahaan**
   Berdasarkan hasil uji coba t pada model regresi. diperoleh nilai koefisien sebesar 0.049 dan nilai signifikansi sebesar 0.878. nilai signifikansi tersebut > 0.05. Nilai koefisien variabel

Inovasi Hijau memiliki nilai negatif yang artinya jika perusahaan melakukan kegiatan Inovasi Hijau, belum tentu hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena melakukan hal tersbeut memerlukan biaya yang besar. Dapat diartikan bahwa H3 ditolak, yang artinya Inovasi Hijau berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Nilai *Standardized Coefficient Beta* sebesar 0,016 menunjukkan Inovasi Hijau mempengaruhi nilai perusahaan pada urutan ketiga dibandingkan variabel lainnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Meilani dan Sukmawati (2023). menunjukkan bahwa Inovasi Hijau tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Meilani & Sukmawati. 2023). Hasil penelitian lainnya yang dilakukan oleh Tonay dan Murwaningsari (2022) juga berpendapat bahwa Inovasi Hijau berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan (Tonay & Murwaningsari. 2022).

4. **H4 : Tanggung jawab Sosial Perusahaan Berpengaruh Negatif terhadap Nilai Perusahaan**
   Berdasarkan hasil uji coba t pada model regresi. diperoleh nilai koefisien sebesar -0.977 dan nilai signifikansi sebesar 0.094. nilai signifikansi tersebut > 0.05. Nilai koefisien variabel Tanggung jawab Sosial Perusahaan memiliki nilai negatif yang artinya belum semua perusahaan melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan, kegiatan tersebut membutuhkan biaya yang lebih untuk dikeluarkan. Dapat diartikan bahwa H4 ditolak, yang artinya Tanggung jawab Sosial Perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Nilai *Standardized Coefficient Beta* sebesar -0.183 menunjukkan Tanggung jawab Sosial Perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan pada urutan kelima dibandingkan variabel lainnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Natama (2024) yang mengungkapkan bahwa Tanggung jawab Sosial Perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan (Natama, 2024). penelitian lainnya yang dilakukan oleh Sutanto et al., (2024) juga memberikan hasil bahwa Tanggung jawab Sosial Perusahaan berpengaruh negatif pada nilai perusahaan (Susanto et al., 2024).

5. **H5 : Pengungkapan Emisi Karbon Berpengaruh Negatif terhadap Nilai Perusahaan**
   Berdasarkan hasil uji coba t pada model regresi. diperoleh nilai koefisien sebesar -1.693 dan nilai signifikansi sebesar 0.094, nilai signifikansi tersebut > 0.05. Nilai koefisien variabel Pengungkapan Emisi Karbon memiliki nilai negatif yang artinya belum semua perusahaan melakukan pengungkapan mengenai Pengungkapan Emisi Karbon, sehingga variabel tersebut tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Dapat diartikan bahwa H5 ditolak. yang artinya Pengungkapan Emisi Karbon berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Nilai *Standardized Coefficient Beta* sebesar -0.183 menunjukkan Pengungkapan Emisi Karbon mempengaruhi nilai perusahaan pada urutan kelima dibandingkan variabel lainnya. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni. L (2024). peneliti menyatakan bahwa *Pengungkapan Emisi Karbon* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. penelitian lainnya yang dilakukan oleh nn dan aryati. peneliti berpendapat perusahaan yang berkontribusi pada kerusakan lingkungan memiliki citra publik yang negatif sehingga *Pengungkapan Emisi Karbon* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Kriteria untuk mengevaluasi hasil dari uji koefisien determinan adalah sebagai berikut: pertama. jika ada nilai yang lebih besar dari nilai *adjusted R-Square*. disimpulkan kapasitas variabel independen berpengaruh lebih besar daripada variabel dependen. Di sisi lain. jika nilai

yang dihasilkan lebih rendah dari *adjusted R-Square*. variabel independen dianggap tidak berpengaruh pada variasi pada variabel dependen. dan jika koefisien nilai *adjusted R-Square* ialah nol. maka tidak ada korelasi diantara variabel independen maupun dependennya (Selvia & Virna. 2023).

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *adjusted R-Square* sebesar 0.066 atau 6.6%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Akuntansi Hijau (X1), Kinerja Lingkungan (X2), Inovasi Hijau (X3), Tanggung jawab Sosial Perusahaan (X4) dan Pengungkapan Emisi Karbon (X5) mampu menjelaskan variabel Nilai Perusahaan (Y) sebesar 6.6%. sedangkan sisanya yaitu 93.4% (100 – nilai *adjusted R-Square*) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini (Nugroho & Hersugondo. 2022).

Hasil Uji Simultan atau Uji F

Uji simultan. ialah metode untuk menentukan apakah semua variabel independen bersama-sama atau secara bersamaan memberikan pengaruh pada variabel dependen (Selvia & Virna. 2023).

Berdasarkan Tabel 4.8 diatas. dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan. hal in dapat dilihat dari nilai sig. uji-f Sebesar 0.037 < 0.05. yang artinya bahwa variabel Akuntansi Hijau (X1), Kinerja Lingkungan (X2), Inovasi Hijau (X3), Tanggung jawab Sosial Perusahaan (X4) dan Pengungkapan Emisi Karbon (X5) berpengaruh secara simultan terhadap variabel Nilai Perusahaan (Y). dan juga uji-f dapat diartikan model analisis regresi linear berganda layak digunakan.

Pembahasan Hasil Penelitian

***Akuntansi Hijau* Berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan**

Teori legitimasi berasal dari konsep legitimasi organisasi yang dikembangkan oleh Dowling & Pfeffer (1975). yang menjelaskan bagaimana sebuah organisasi atau perusahaan mendapatkan pengakuan dan penerimaan atas nilai-nilai yang ada di masyarakat. dengan mempertimbangkan sumber daya yang digunakan (Dowling & Pfeffer. 1975). Teori sinyal menjelaskan bagaimana sebuah perusahaan mengirimkan sinyal positif dan negatif tentang situasi internalnya kepada orang-orang yang membaca laporan keuangannya (Indriani & Mildawati. 2019). Hasil dari penelitian ini sejalan dengan teori legitimasi dan teori sinyal. karena melalui informasi tentang *Akuntansi Hijau* yang diberikan perusahaan melalui laporan tahunan dapat menjadi bahan pertimbangan oleh investor dalam keputusan investasinya dan juga penerapan *Akuntansi Hijau* dapat memberikan sinyal baik kepada investor. Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Lestari & Khomsiyah (2023). berpendapat penerapan *Akuntansi Hijau* dapat memprediksi kelangsungan usaha dan keseimbangan lingkungan di masa depan. serta perusahaan yang berhasil menerapkan kegiatan lingkungan akan mendapat respon positif dari masyarakat sehingga menciptakan nilai perusahaan yang baik bagi perusahaan. Anggraeni (2024). menjelaskan bahwa dengan menerapkan *Akuntansi Hijau* ke dalam informasi laporan keuangan. citra perusahaan akan meningkat karena perusahaan memelihara tanggug jawab terhadap lingkungan dan sosial. sehingga *Akuntansi Hijau* berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Melalui penelitian yang telah dilakukan. dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian bahwa *Akuntansi Hijau* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Kinerja Lingkungan Berpengaruh Negatif terhadap Nilai Perusahaan

Teori legitimasi menjelaskan bagaimana sebuah organisasi atau perusahaan mendapatkan pengakuan dan penerimaan atas nilai-nilai yang ada di masyarakat. dengan mempertimbangkan sumber daya yang digunakan. Kinerja lingkungan mencerminkan hubungan perusahaan dengan lingkungan serta hasil dari kegiatan operasi bisnis yang dijalankan secara bertanggung jawab terhadap lingkungan di sekitar perusahaan. Hasil dari penelitian ini tidak sejalan dengan teori legitimasi. karena belum semua perusahaan yang berada di sektor barang konsumsi *non-cyclicals* mendapatkan sertifikasi PROPER, hal ini disebabkan oleh biaya yang dikeluarkan untuk mengambil sertifikasi tersebut cukup besar sehingga tidak semua perusahaan melakukan sertifikasi tersebut, sehingga sertifikasi PROPER belum menjadi standar yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dianti (2023), penelitian mengungkapkan bahwa penerapan kinerja lingkungan dengan menggunakan sertifikasi PROPER belum diprioritaskan oleh perusahaan saat ini, sehingga tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Diaz & Sulfitri (2024), berpendapat bahwa jika kinerja lingkungan suatu perusahaan dianggap buruk atau tidak memenuhi standar keberlanjutan atau sertifikasi PROPER, maka hal tersebut akan berdampak negatif terhadap nilai perusahaan karena dianggap tidak sesuai dengan standar yang sesuai di masyarakat. Melalui penelitian yang telah dilakukan. dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian bahwa Kinerja Lingkungan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

***Inovasi Hijau* Berpengaruh Negatif terhadap Nilai Perusahaan**

Teori pemangku kepentingan menyatakan bahwa pemangku kepentingan entitas komersial dapat memengaruhi dan dipengaruhi oleh operasi bisnis mereka. Perusahaan harus memenuhi kewajiban pemegang sahamnya. Teori stakeholder memotivasi manajemen perusahaan untuk meningkatan kinerja lingkungan melalui penerpaan inovasi hijau. sehingga memungkinkan perusahaan untuk mencapai tujuannya secara berkelanjutan (Augustia et al.. 2019). Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori *stakeholder*. karena perusahaan dalam menerapkan *Inovasi Hijau* hanya sebagai kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan bukan untuk memenuhi ekspektasi penilaian dari investor dan juga pemangku kepentingan lainnya. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Meilani dan Sukmawati(2023). peneliti berpendapat bahwa antar perusahaan membutuhkan jenis sumber daya yang berbeda. akan banyak biaya untuk mewujudkannya. sehingga *Inovasi Hijau* belum mempengaruhi nilai perusahaan. Tonay & Murwaningsih (2022). menjelaskan bahwa *Inovasi Hijau* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. karena dalam menerapkan *Inovasi Hijau*. suatu perusahaan harus menggunakan teknik dan sistem yang meminimalisir kerusakan lingkungan. mengakibatkan memerlukan biaya yang besar sehingga tidak semua perusahaan menerapkan *Inovasi Hijau*. Melalui penelitian yang telah dilakukan. dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian bahwa *Inovasi Hijau* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Tanggung jawab Sosial Perusahaan Berpengaruh Negatif Terhadap Nilai Perusahaan

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa pemangku kepentingan perusahaan dapat memengaruhi dan dipengaruhi oleh operasinya. Ketika beroperasi. perusahaan harus memuaskan para pemangku kepentingan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori *stakeholder*, karena Tanggung jawab Sosial Perusahaan membutuhkan investasi yang signifikan, pada biaya untuk program lingkungan, pemberdayaan masyarakat, atau inisiatif sosial lainnya. Jika biaya yang dikeluarkan dianggap terlalu besar hal ini dapat mengurangi profitabilitas perusahaan dan berdampak negatif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang

dilakukan oleh Susanto et al., (2024), peneliti berpendapat bahwa terdapat indikasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tidak dialokasikan dengan tepat, hal ini berhubungan erat dengan pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Natama (2024) menyatakan bahwa Tanggung jawab Sosial Perusahaan berpengaruh negatif kepada nilai perusahaan, karena realisasi pertanggung jawaban sosial yang dilakukan oleh perusahaan masih belum maksimal, salah satu faktor penyebabnya adalah penilaian masyarakat terkait besaran biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan tanggung jawab sosialnya. Melalui penelitian yang telah dilakukan. dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian bahwa Tanggung jawab Sosial Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengungkapan Emisi Karbon Berpengaruh Negatif terhadap Nilai perusahaan

Teori legitimasi berasal dari konsep legitimasi organisasi yang dikembangkan oleh Dowling & Pfeffer (1975). yang menjelaskan bagaimana sebuah organisasi atau perusahaan mendapatkan pengakuan dan penerimaan atas nilai-nilai yang ada di masyarakat. dengan mempertimbangkan sumber daya yang digunakan (Dowling & Pfeffer. 1975). Teori sinyal menjelaskan bagaimana sebuah perusahaan mengirimkan sinyal positif dan negatif tentang situasi internalnya kepada orang-orang yang membaca laporan keuangannya (Indriani & Mildawati. 2019). Ketika perusahaan mengungkapkan emisi karbon yang relevan. penerima informasi ini akan menganggap perusahaan menjalankan kegiatan bisnisnya secara transparan. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan tidak sejalan dengan teori legitimasi dan teori sinyal. karena pengukuran dan Pengungkapan Emisi Karbon merupakan salah satu indikator yang dibutuhkan oleh investor sehingga perusahaan dituntut untuk menyajikannya. pengungkapan tersebut bisa mengeluarkan biaya operasi yang lebih besar dari biasanya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Anggraeni (2024). peneliti mengungkapkan bahwa hanya sebagian perusahaan yang berupaya untuk menginformasikan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dalam bentuk pengungkapan emisi karbon. hal ini terjadi karena perusahaan memiliki banyak pertimbangan untuk menyajikan informasi karbon. Pratami & Aryati (2023). berpendapat bahwa Pengungkapan Emisi Karbon bukan faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. karena perusahaan yang tergolong industri *high profile* yang berkontribusi terhadap kerusakan lingkungan memiliki citra publik yang negatif (Pratami & Aryati. 2023). Melalui penelitian yang telah dilakukan. dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian bahwa Pengungkapan Emisi Karbon berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel Akuntansi Hijau (X1), Kinerja Lingkungan (X2), Inovasi Hijau (X3), Tanggung jawab Sosial Perusahaan (X4) dan Pengungkapan Emisi Karbon (X5) terhadap variabel Nilai Perusahaan (Y). Sampel yang dipilih untuk penelitian ini adalah perusahaan pada industri manufaktur sektor barang konsumsi *non-cyclicals* yang terdaftar pada BEI (Bursa Efek Indonesia) pada periode 2021-2023 sebanyak 35 perusahaan dengan total 105 sampel. sehingga diperoleh hasil simpulan sebagai berikut:

1. Akuntansi Hijau berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan industri manufaktur sektor barang konsumsi *non-cyclicals* yang terdaftar pada BEI (Bursa Efek Indonesia) pada periode 2021-2023.
2. Kinerja Lingkungan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan industri manufaktur sektor barang konsumsi *non-cyclicals* yang terdaftar pada BEI (Bursa Efek Indonesia) pada periode

2021-2023.

3. Inovasi Hijau berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan industri manufaktur sektor barang konsumsi *non-cyclicals* yang terdaftar pada BEI (Bursa Efek Indonesia) pada periode 2021-2023.
4. Tanggung jawab Sosial Perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan industri manufaktur sektor barang konsumsi *non-cyclicals* yang terdaftar pada BEI (Bursa Efek Indonesia) pada periode 2021-2023.
5. Pengungkapan Emisi Karbon berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan industri manufaktur sektor barang konsumsi *non-cyclicals* yang terdaftar pada BEI (Bursa Efek Indonesia) pada periode 2021-2023.

DAFTAR REFERENSI

Aldino. H. P.. & Nurlaila. N. (2021). Pengaruh Pengungkapan Tanggung jawab Social Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2014-2018. *Jurnal Pundi*. *5*(1). 99–112. https://doi.org/10.31575/jp.v5i1.342

Alfayerds. W. D.. & Setiawan. M. A. (2021). Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon dan Annual Report Readability terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*. *3*(2). 349–363. https://doi.org/10.24036/jea.v3i2.363

Anggita. W.. Nugroho. A. A.. & Suhaidar. (2022). Pengungkapan Emisi Karbon And Akuntansi Hijau Practices On The Firm Value. *Jurnal Akuntansi*. *26*(3). 464–481. https://doi.org/10.24912/ja.v26i3.1052

Anggraeni. L. (2024). PENGARUH PENGUNGKAPAN EMISI KARBON . CARBON PERFORMANCE . AKUNTANSI HIJAU . & INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP NILAI. *Jurnal Ekonomi Trisakti*. *4*(2). 51–62. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25105/jet.v4i2.19496

Augustia. S. Y.. Raharjo. S. T.. & Sutopo. S. (2019). Investigating The Effect Of Customer Relations Quality And Product Excellence On Marketing Performance Through Product Competitive Advantage (Empirical Study at PT Bank Mega. Tbk). *Indonesian Journal of Marketing Science*. *17*(2). 103–118.

Avelyn. N.. & Syofyan. E. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan. Kinerja Lingkungan. dan Voluntary Disclosure terhadap Nilai Perusahaan: Studi Empiris Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*. *5*(1). 214–232. https://doi.org/10.24036/jea.v5i1.605

Cholida. & Kawedar. W. (2020). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan. Kinerja Operasional. Biaya Ekuitas Dalam Pengungkapan Emisi Karbon Untuk Menciptakan Nilai Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*. *9*(2). 1–11. http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting

Damas. D.. Maghviroh. R. EL. & Meidiyah. M. (2021). Pengaruh Eco-Efficiency. Green Inovation Dan Pengungkapan Emisi Karbon Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Moderasi. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*. *8*(2). 85–108. https://doi.org/10.25105/jmat.v8i2.9742

Dewi. R.. & Rahmianingsih. A. (2020). Meningkatkan Nilai Perusahaan Melalui Inovasi Hijau Dan Eco-Effisiensi. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi. Keuangan. Perbankan Dan Akuntansi*. *12*(2). 225–243. https://doi.org/10.35313/ekspansi.v12i2.2241

Dianti. A. C.. & Puspitasari. W. (2024). Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon. Eco- Effiency.

Dan Inovasi Hijau Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*. *13*(1). 60–73. https://doi.org/10.33508/jima.v13i1.5727

Diaz. T. E. J.. & Virna. S. (2024). Pengaruh Dewan Direksi. Struktur Modal Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*. *2*(2). 300–316. https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v2i2.1611

Dila. R.. & Aryati. T. (2023). Analisis Intellectual Capital. Pengungkapan Emisi Karbon Dan Managerial Ownership Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Trisakti*. *3*(1). 1309–1318. https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16040

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

Eni. I. (2020). Pengaruh Implementasi Akuntansi Hijau Terhadap Kinerja Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Widya Ganecwara*. *10*(4). 1–12. https://doi.org/10.36728/jwg.v10i4.1214

Ericho. M. F. (2024). *Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon. Green Intellectual Capital dan Kinerja Lingkungan. Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pemoderasi Ukuran Perusahaan*. Universitas Trisakti.

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

Fini. S. (2024). *The Effect of Akuntansi Hijau on Firm Value* [Universitas Trisakti]. http://repository.trisakti.ac.id/usaktiana/index.php/home/open?a2RiPTAwMDAwMDAwMDAwMDAwMTE0ODgzJmtkYmQ9Mjc5NzY0JmZpbGU9MjAyNF9UQV9TQUtfMDIzMDAyMTA4MDQ5X0hhbGFtYW4tSnVkdWwucGRmJnRva2VuPTMyMzUzMDMxMzAzMjMxMzAzMDM4MzAzMA

Freeman. R. E.. Wicks. A. C.. & Parmar. B. (2004). Stakeholder theory and "The corporate objective revisited." *Organization Science*. *15*(3). https://doi.org/10.1287/orsc.1040.0066

Ghozali. I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hamm. J. A.. Wolfe. S. E.. Cavanagh. C.. & Lee. S. (2022). (Re)Organizing legitimacy theory. *Legal and Criminological Psychology*. *27*(2). https://doi.org/https://doi.org/10.1111/lcrp.12199

Hanindia. C. (2023). *Pengaruh Akuntansi Hijau. Inovasi Hijau. dan Pengungkapan Emisi Karbon terhadap nilai perusahaan*. Universitas Trisakti.

Hardianti. T.. & Mulyani. S. D. (2023). Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan. Mei*. *2023*(9). 275–291. https://doi.org/10.5281/zenodo.7951766

Hartawan. I. M. W.. Werastuti. D. N. S.. & Yuniarta. G. A. (2022). The Influence of Intellectual Capital and Sustainability Reporting on Company Value with Investment Opportunity Set as Moderating Variables. *International Journal Social Science and Business*. *6*(4). 512–518. https://doi.org/https://doi.org/10.23887/ijssb.v6i4.49019

Hendrawati. & UY. (2024). Pengaruh Tanggung jawab Social Perusahaan. Good Corporate Governance. dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *JAMPARING: Jurnal Akuntansi Manajemen Pariwisata Dan Pembelajaran Konseling*. *2*(2). 708–721. https://doi.org/10.57235/jamparing.v2i2.3100

Indriani. E.. & Mildawati. T. (2019). Pengaruh Profitabilitas. Aktivitas. Likuiditas. Leverage dan Arus Kas Terhadap Financial Distress pada Perusahaan Telekomunikasi. *Jurnal Ilmu Dan*

Riset Akuntansi. *8*(4). 1–21. https://jurnal.unmas.ac.id/index.php/JUARA/article/view/558

Kholmi. M.. & Nafiza. S. A. (2022). Pengaruh Penerapan Akuntansi Hijau dan Tanggung jawab Social Perusahaan 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

Kusumaningrum. M.. & Astuti. C. D. (2024). Pengaruh Akuntansi Lingkungan dan Green Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan dengan Sustainability Report Independent Assurance sebagai Variabel Moderasi. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*. *4*(3). 1448–1463. https://doi.org/10.37481/jmeb.v4i3.920

Lako. A. (2019). Conceptual Framework of Akuntansi Hijau. *Journal of Accounting*. *May*. 60–66.

Lestari. A. D.. & Khomsiyah. K. (2023). Pengaruh Kinerja Lingkungan. Penerapan Akuntansi Hijau. dan Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Bisnis. Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*. *3*(3). 514–526. https://doi.org/10.47709/jebma.v3i3.2799

Maflikha. R.. & Kodir. M. (2022). Pengaruh Akuntansi Hijau Pada Value Perusahaan dengan Variabel Moderating Corporate Social Responsibilty. *Jurnal E-Bis*. *6*(2). 662–679. https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i2.1031

Maharani. P.. & Handayani. S. (2021). Pengaruh Akuntansi Hijau pada Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan. *Jurnal Edumaspul*. *5*(1). 220–231.

Marini. & Herawaty. V. (2024). Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon. Eco-Efficiency dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*. *5*(8). 3670–3686. https://doi.org/10.47467/elmal.v5i8.3646

Meilani. S. E. R.. & Sukmawati. R. A. (2023). Jurnal riset akuntansi dan keuangan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*. *11*(3). 605–620. http://ejournal.upi.edu/index.php/JRAK/article/view/6693/4557

Nahavandi. S. (2019). Industry 5.0—A Human-Centric Solution. *Sustainability*. *11*. 4371. https://doi.org/10.3390/su11164371

Nugroho. N. A.. & Hersugondo. H. (2022). Analisis Pengaruh Environment. Social. Governance (ESG) Disclosure Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*. *15*(2). 233–243. https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v15i2.810

Pramono. H.. Fakhruddin. I.. & Hapsari. I. (2022). Pengaruh Tanggung jawab Social Perusahaan dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Ratio: Reviu Akuntansi Kontemporer Indonesia*. *3*. 78. https://doi.org/10.30595/ratio.v3i2.13751

Pratama. R. A.. & Astuti. C. D. (2024). Pengaruh Green Intellectual Capital Dan Financial Sustainability Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Economic. Bussines and Accounting (COSTING)*. *7*(4). 7614–7629. https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.9146

Pratami. R. D.. & Aryati. T. (2023). (2023). ANALISIS INTELLECTUAL CAPITAL. PENGUNGKAPAN EMISI KARBON DAN MANAGERIAL OWNERSHIP TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Ekonomi Trisakti*. 1309–1318. https://doi.org/doi/10.25105/jet.v3i1.16040

Putra. K. S. H.. Wahyuni. E. T.. & Fitrijanti. T. (2022). Financial Distress. Size. Age. Dan Tanggung jawab Social Perusahaan Disclosure: Bukti Empiris Dari Indonesia Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*. *9*(1). 73–88. https://doi.org/10.24815/jdab.v9i1.24590

Putri. A. M.. Hidayati. N.. & Amin. M. (2019). Dampak Penerapan Akuntansi Hijau dan Kinerja

Lingkungan terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*. *08*(04). 149–164. https://jim.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/4043

Ratmono. D.. Darsono. D.. & Selviana. S. (2021). Effect of Carbon Performance. Company Characteristics and Environmental Performance on Pengungkapan Emisi Karbon: Evidence from Indonesia. *International Journal of Energy Economics and Policy*. *11*(1). 101–109. https://doi.org/https://doi.org/10.32479/ijeep.10456

Rilla Gantino. Endang Ruswanti. & Agung Mulyo Widodo. (2023). Akuntansi Hijau And Intellectual Capital Effect On Firm Value Moderated By Business Strategy. *Jurnal Akuntansi*. *27*(1). 38–61. https://doi.org/10.24912/ja.v27i1.1118

Rosaline. V. D.. Wuryani. E.. Ekonomi. F.. Surabaya. U. N.. & Surabaya. K. (2020). Pengaruh Penerapan Akuntansi Hijau dan Environmental Performance Terhadap Economic Performance. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*. *8*(3). 569–578. https://doi.org/10.17509/jrak.v8i3.26158

Rusmana. O.. & Purnaman. S. M. N. (2020). Pengaruh pengungkapan emisi karbon dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ekonomi. Bisnis. Dan Akuntansi*. *22*(1). 45–52. https://doi.org/https://doi.org/10.32424/jeba.v22i1.1563

Sapulette. S. G.. & Limba. F. B. (2021). Pengaruh Penerapan Akuntansi Hijau 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

Selvia. S. M.. & Virna. S. (2023). Pengaruh Akuntansi Hijau. Tanggung jawab Social Perusahaan Dan Financial Distress Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Consumer Goods Yang Terdaftar Di Bei 2019-2021. *Jurnal Ekonomi Trisakti*. *3*(2). 3035–3048. https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.17999

Septhiani. F.. & Machdar. N. (2022). Pengaruh Pelaporan Berkelanjutan dan Modal Intelektual Hijau terhadap Nilai Perusahaan dengan Set Kesempatan Investasi sebagai Variabel Pemoderasi. *KALBISIANA: Jurnal Sains Bisnis Dan Teknologi*. *8*. 4095–4110.

Sevnia. R.. & Mulyani. S. D. (2023). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report. Kinerja Lingkungan. Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*. *3*(2). 3813–3822. https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.18195

Shofia. L.. & Anisah. N. (2020). Kinerja Lingkungan dan Tanggung jawab Social Perusahaan Mempengaruhi Profitabilitas Perusahaan. *JAD : Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan Dewantara*. *3*(2). 122–133. https://doi.org/10.26533/jad.v3i2.678

Sihabudin. Wibowo. D.. Mulyono. S.. Kusuma. J. W.. Arofah. I.. Ningsi. B. A.. Saputra. E.. Purwasih. R.. & Syaharuddin. (2021). *Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS*.

Spence. M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*. *87*(3). 355–374.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

Syairozi. M. I. (2019). *Pengungkapan TANGGUNG JAWAB SOCIAL PERUSAHAAN pada Perusahaan Manufaktur dan Perbankan*. Tidar Media.

Tjahja. S. A. (2024). *Asimetri Informasi . Tanggung jawab Social Perusahaan . dan Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan*. *5*(2). 249–260.

Tonay. C.. & Murwaningsari. E. (2022). Pengaruh Inovasi Hijau dan Green Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Moderasi. *Jurnal Bisnis*

Dan Akuntansi. *24*(2). 283–294. https://doi.org/10.34208/jba.v24i2.1484

Trimuliani. D.. & Febrianto. R. (2023). Pengungkapan Emisi Karbon dan Kinerja Karbon terhadap Nilai Perusahaan: Moderasi Kepemilikan Negara. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*. *5*. 900–906. https://doi.org/10.37034/infeb.v5i3.681

Valdera. M. Q.. Halim. H.. & Rokhmawati. A. (2022). Pengaruh Environmental Performance Dan Growth Company Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance Sebagai Pemoderasi Pada Perusahaan Manufaktur. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. *3*(4). 2229–2246. https://doi.org/https://doi.org/10.37385/msej.v3i4.805

Wijayanti. A.. & Budi. Y. A. B. (2024). Dampak Green Governance. Green Investment. Dan Inovasi Hijau Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Trisakti*. *4*(1). 535–544. https://doi.org/10.25105/jet.v4i1.19373