

Prosiding Paper Competition Accounting Festival

PROFITABILITAS MEMODERASI PENGARUH CSR DAN GREEN ACCOUNTING TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Novita Ayuning Fitriani¹ Ihda Tsania Karimah² Naura Kaulam Fadhila³

Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pekalongan

novitaayuning1@gmail.com¹ ihdatsaniakarimah15@gmail.com² naurakaulamfadhila@gmail.com³

ARTICLE INFO : Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dan akuntansi hijau terhadap nilai perusahaan, dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Data yang digunakan adalah data sekunder dari laporan keuangan tahunan perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2024. Penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda untuk analisis data dengan menggunakan program SPSS versi 25. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa CSR memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan, yang menunjukkan bahwa perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial menikmati kepercayaan yang lebih besar dari masyarakat dan investor. Sebaliknya, akuntansi hijau tidak memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi penerapannya mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan lingkungan. Dari perspektif nilai perusahaan, profitabilitas ditemukan memperkuat hubungan antara CSR dan akuntansi hijau. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menguntungkan lebih mampu menerapkan strategi ini secara efektif. Studi ini berlandaskan pada teori legitimasi, yang menyatakan bahwa nilai perusahaan meningkat ketika perusahaan mematuhi norma sosial, dan menekankan pentingnya transparansi dalam mengurangi konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham. Ia mendukung teori principal-agent. Studi ini berkontribusi pada literatur tentang CSR, akuntansi hijau, dan profitabilitas serta memberikan rekomendasi bagi perusahaan untuk meningkatkan fokus mereka pada tanggung jawab sosial dan keberlanjutan lingkungan untuk meningkatkan nilai pemegang saham.

Received:

Received in revised form:

Accepted:

Keywords: Corporate Social Responsibility, Green Accounting, Nilai Perusahaan, Profitabilitas.

Paper type: Artikel Penelitian

ABSTRACT : *The aim of this research is to analyze the impact of Corporate Social Responsibility (CSR) and green accounting on company value, with profitability as a moderating variable. The data used is secondary data from the annual financial reports of mining sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) for the 2020-2024 period. This research uses multiple linear regression methods for data analysis using the SPSS version 25 program. The findings of this research indicate that CSR has a positive impact on company value, indicating that socially responsible companies enjoy greater trust from society and investors. . In contrast, green accounting does not have a significant impact on company value, but its implementation reflects the company's commitment to environmental sustainability. From a corporate value perspective, profitability is found to strengthen the relationship between CSR and green accounting. This suggests that profitable companies are better able to implement this strategy effectively. This study is based on legitimacy theory, which states that company value increases when companies comply with social norms, and emphasizes the importance of transparency in reducing conflicts of interest between management and shareholders. He supports the principal- agent theory. This study contributes to the literature on CSR, green accounting, and profitability and provides recommendations for companies to increase their focus on social responsibility and environmental sustainability to increase shareholder value.*

Article history:

PENDAHULUAN

Indonesia dalam perkembangan zaman membawa banyak tantangan dan peluang baru disetiap elemen kehidupan. Transformasi tidak hanya seputar teknologi serta digitalisasi saja, melainkan juga banyak dari aspek lain. Salah satunya perekonomian. Selaras dengan perkembangan zaman, perkembangan ekonomi juga semakin diwarnai dengan persaingan antar perusahaan. Perusahaan terus berupaya untuk meningkatkan kesejahteraan investor dengan meningkatkan nilai perusahaan (Sumarno, Andayani and Prihatiningtyas, 2023). Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin makmur perusahaan tersebut. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya investor yang menanamkan modalnya ke perusahaan. Oleh karenanya, nilai perusahaan dijadikan perhatian utama bagi para perusahaan.

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai wajar perusahaan yang merupakan gambaran para investor memandang perusahaan yang bersangkutan (Anita, riani and Prastiwi, 2024). Nilai perusahaan mencerminkan penilaian investor terhadap kualitas kerja perusahaan di pasar modal yang diwakilkan oleh harga saham, yang terbentuk dari hubungan antara penawaran dan permintaan di pasar modal (Sumarno, Andayani and Prihatiningtyas, 2023). Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan berkinerja baik. Kondisi ini menghasilkan sinyal positif bagi investor dan dapat meningkatkan harga saham dan saham (Meliza, Akbar and Putri, 2024). Kemampuan perusahaan dalam mengendalikan harga saham terlihat dari nilai perusahaan yang tinggi, sehingga investor sering menjadikannya sebagai tolak ukur sebelum berinvestasi (Dini et al., 2020). Semakin tinggi nilai perusahaan semakin tinggi pula harga saham. Sehingga salah satu konsep yang paling menarik para investor untuk berinvestasi adalah dengan melihat seberapa besar nilai perusahaan tersebut (Syafnita and Jovani, 2023).

Di dalam implementasinya, nilai perusahaan tidak hanya mempresentasikan persepsi pemangku kepentingan atau investor saja. Laporan keuangan bukanlah satu-satunya hal yang menjadi tolak ukur dalam menilai kinerja atau nilai sebuah perusahaan. Calon investor tidak hanya mengandalkan informasi keuangan saja dalam mengambil keputusan investasi (Afifah, Astuti and Irawan, 2021). Terdapat pula berbagai aspek yang mencerminkan nilai perusahaan tersebut. Nilai perusahaan memiliki sistem kinerja manajemen yang terdiri dari tiga perspektif, yaitu output organisasi, proses internal dan kemampuan atau ketersediaan sumber daya (Mahirun et al., 2024). Perusahaan juga perlu fokus dalam mengimplementasikan aspek lain dalam nilai perusahaan tersebut.

Meskipun nilai perusahaan sangat relevan bagi para investor, terdapat pula pengaruh lingkungan yang penting dan terikat dengan nilai perusahaan yang disesuaikan dengan industri (Elbardan et al., 2023). Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap lingkungan tempat perusahaan berada. Perusahaan tidak dapat terlepas dari berbagai pengaruh lingkungan, terutama di sektor ekonomi, lingkungan, dan politik. Ketiga aspek ini tercermin dengan mempertimbangkan keuntungan (profit), bumi (planet), dan komunitas (manusia) (Sukmadilaga et al., 2023). Perusahaan juga perlu fokus pada keadaan ekologis yang dihasilkan dari kegiatan bisnisnya (Anita, Triani and Prastiwi, 2024). Apabila pengelolaan lingkungan merupakan bagian dari perusahaan, maka tanggung jawab dan kepedulian terhadap lingkungan akan tercermin dalam ciri-ciri dari perusahaan tersebut yang akan dilihat oleh konsumen dan masyarakat (Afifah, Astuti and Irawan, 2021).

Fenomena terkait nilai perusahaan menurut Kumala and Priantilianingtiasari (2024) yaitu pada PT Vale Indonesia. Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) Sulawesi Selatan mendesak agar PT Vale Indonesia menghentikan aktivitas tambang nikel di Dusun Kuari, Desa Asuli, Kecamatan Towut. Desakan ini muncul karena dampak sosial dan lingkungan yang signifikan akibat operasi tambang nikel PT Vale Indonesia di kawasan Ferrari Hiels. Dampak tersebut memicu protes

masyarakat di Desa Asuli, Luwu Timur. Beberapa dampak yang terjadi antara lain hilangnya mata pencaharian para petani di Desa Asuli dan desa lainnya, terjadinya longsor, pencemaran lingkungan, serta tercemarnya sumber air masyarakat akibat aktivitas tambang PT Vale. Fenomena ini menunjukkan kurangnya perhatian terhadap aspek sosial dan lingkungan, yang berujung pada kerusakan alam, serta bencana lingkungan. Akibatnya, operasi tambang harus dihentikan, yang pada gilirannya berdampak pada penurunan pendapatan dan reputasi PT Vale Indonesia. Ketidakbertanggungjawaban ini menyebabkan turunnya profitabilitas dan nilai perusahaan, sehingga mendorong dilakukannya penelitian terkait masalah tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan peneliti menemukan celah peneliti terdahulu yaitu pada variabel corporate social responsibility ada pada ketidakkonsistensian para peneliti yang menghasilkan temuan yang berbeda-beda. Kemudian untuk variabel green accounting memiliki keterbatasan yaitu sampel penelitian yang kurang luas oleh karenanya generalisasi temuan mungkin tidak kuat serta 49% dari total data perusahaan yang tidak terdaftar dalam kategori penilaian PROPER. Jumlah data perusahaan yang tidak terdaftar relatif besar, menyebabkan hasil pengaruh yang tidak signifikan. Selain itu, peneliti terdahulu menyarankan agar mengeksplor penelitian dengan menggunakan sampel perusahaan lain.

Dari penjabaran diatas bisa kami tarik pertanyaan seperti bagaimana pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan, bagaimana bagaimana pengaruh green accounting terhadap nilai perusahaan, apakah profitabilitas memperkuat atau memperlemah pengaruh antara Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan, dan apakah profitabilitas memperkuat atau memperlemah pengaruh antara green accounting terhadap nilai perusahaan.

Tujuan penelitian ini yaitu Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan, untuk mengetahui bagaimana pengaruh Green Accounting terhadap nilai perusahaan, untuk mengetahui apakah Profitabilitas memperkuat atau memperlemah hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan , untuk mengetahui apakah Profitabilitas memperkuat atau memperlemah hubungan antara Green Accounting terhadap nilai perusahaan.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Teori Legitimasi

Teori legitimasi menitikberatkan pada interaksi antara perusahaan dan masyarakat (Anita, Triani and Prastiwi, 2024). Teori ini menekankan bahwa perusahaan perlu memastikan operasionalnya selaras dengan norma serta aturan yang berlaku di lingkungan tempat mereka beroperasi. Selain itu, perusahaan harus menjamin bahwa seluruh aktivitasnya dapat diterima oleh publik sebagai sesuatu yang sah atau memiliki legitimasi. Tanpa legitimasi dari masyarakat, keberlanjutan perusahaan dapat terancam, terlepas dari seberapa baik kinerja keuangannya (Astari *et al.*, 2023). Teori legitimasi juga termasuk dalam kerangka teori yang membahas bagaimana perusahaan mengungkapkan informasi (Nugroho, 2023). Informasi tersebut berupa hal-hal yang berhubungan dengan lingkungan dan pemerintah. Teori legitimasi bergantung pada gagasan sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan hasil pelaporan seluruh kegiatan perusahaan sebagai bentuk perwujudan harapan publik.

Menurut Nugroho (2023) Teori legitimasi menjelaskan keterkaitan antara perusahaan dan masyarakat, yang menjadi landasan dalam membangun hubungan dengan lingkungan sekitar sesuai dengan ekspektasi publik. Teori ini menyoroti pentingnya menjaga hubungan yang baik, baik dengan masyarakat maupun pemerintah. Dalam konteks ini, teori legitimasi mengilustrasikan adanya kontrak sosial yang mencakup interaksi sosial serta pengelolaan lingkungan guna

memperoleh dukungan dari masyarakat sekitar. Oleh karena itu, menjaga hubungan yang harmonis menjadi faktor krusial agar perusahaan dapat terus beroperasi secara berkelanjutan. Upaya ini dapat dilakukan melalui pengungkapan informasi secara sukarela, yang biasanya disampaikan dalam laporan tahunan atau laporan keberlanjutan perusahaan. Untuk memperoleh legitimasi, perusahaan perlu mengomunikasikan aktivitas terkait lingkungan dengan menyampaikan keterlibatannya dalam isu sosial dan lingkungan. Pengungkapan ini berperan dalam mempertahankan, memulihkan, serta memperoleh pengakuan atau legitimasi dari Masyarakat (Wenni Anggita, Ari Agung Nugroho and Suhaidar, 2022). Teori legitimasi memiliki kolerasi dengan beberapa variabel independen pada penelitian ini, yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *Green Accounting*.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai pencapaian kinerja serta prospek pertumbuhan perusahaan, yang tercermin dari respons investor terhadap pergerakan harga saham. Selain itu, nilai perusahaan juga mencerminkan kinerja yang baik, sehingga mampu menarik minat investor untuk menanamkan modalnya (Anita, Triani and Prastiwi, 2024). Nilai perusahaan menunjukkan tingkat keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya secara optimal. Selain mencerminkan kesejahteraan para pemegang saham, nilai perusahaan juga menggambarkan prospek masa depan bisnis, menjadikannya aspek krusial bagi keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan demi meningkatkan kekayaan pemegang saham (Kumala and Priantilianingtiasari, 2024).

Salah satu metode yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah dengan menghitung rasio Tobin's Q. Rasio ini diperoleh dengan membandingkan nilai pasar dari total utang dan saham yang beredar dengan nilai aset perusahaan (Anita, Triani and Prastiwi, 2024). Kapitalisasi pasar dalam perhitungan ini didapatkan dengan mengalikan harga pasar saham dengan jumlah saham yang beredar. Sementara itu, total aset mencakup aset lancar dan aset tetap perusahaan yang tercantum dalam laporan keuangan, sedangkan ekuitas merupakan hak pemegang saham atas aset perusahaan (Farooq *et al.*, 2024). Tobin's Q dianggap sebagai salah satu metode terbaik dalam menilai nilai perusahaan dibandingkan rasio lainnya, karena mampu mencerminkan seluruh informasi terkait aktivitas perusahaan dengan lebih komprehensif (Kumala and Priantilianingtiasari, 2024). Rumus yang digunakan sebagai berikut.

$$Tobin's\ Q = \frac{\text{Market value of all outstanding shares} + \text{Total Liabilities}}{\text{Total Assets}}$$

Corporate Social Responsibility (CSR)

Carroll (1979) dalam (Choi and Yoo, 2022) menggambarkan CSR sebagai piramida tanggung jawab ekonomi, hukum, etika, dan filantropi. Tanggung jawab ekonomi yang merupakan bagian bawah piramida adalah tanggung jawab *withering* dasar dari sebuah piramida. Merupakan tanggung jawab untuk memberikan dasar mendasar bagi keberadaan perusahaan. Tanggung jawab hukum, yang merupakan tingkat tanggung jawab yang lebih tinggi daripada tanggung jawab ekonomi, mengacu pada kewajiban perusahaan untuk mengikuti hukum. Tanggung jawab etis mengacu pada kewajiban perusahaan untuk memenuhi harapan pemangku kepentingan melalui tindakan yang memenuhi norma dan standar sosial untuk masalah lingkungan atau sosial. Terakhir, tanggung jawab filantropi, yang terletak di puncak piramida, didefinisikan sebagai tanggung jawab sukarela perusahaan untuk memenuhi harapan sosial. Carroll (1979) juga mendefinisikan CSR sebagai kewajiban perusahaan untuk mengejar kebijakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat

Farooq *et al.* (2024) berpendapat bahwa bahwa perusahaan dapat mencapai kesuksesan finansial dengan memenuhi kebutuhan para pemangku kepentingan. Misalnya, dengan memberikan

prioritas pada kesejahteraan karyawan, perusahaan dapat meningkatkan produktivitas tenaga kerja, memperkuat kepercayaan dari pelanggan serta karyawan, dan memperkuat daya saing bisnis. Oleh karena itu, penerapan inisiatif CSR berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan karena manfaat yang diperoleh lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan, sekaligus mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan. Selain itu, penerapan strategi CSR juga berperan dalam menekan risiko keuangan, memperkuat reputasi perusahaan, mengurangi keterbatasan modal, serta meningkatkan keuntungan di pasar.

Corporate Social Responsibility (CSR) berfungsi sebagai pedoman bagi perusahaan dalam menunjukkan kepedulian terhadap isu-isu terkini dengan tetap memperhatikan prinsip pembangunan berkelanjutan. Implementasi CSR dalam operasional perusahaan dapat membantu mengelola risiko secara lebih efektif, baik dari aspek bisnis, sosial maupun lingkungan (Sumarno, Andayani and Prihatiningtyas, 2023). Selain itu, CSR berkontribusi dalam membangun citra positif perusahaan di mata publik yang pada akhirnya memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan serta meningkatkan reputasi di pasar saham (Afifah, Astuti and Irawan, 2021). CSR menggambarkan bagaimana perusahaan menilai dan mengelola dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat, melampaui sekadar pertimbangan keuntungan dan kerugian finansial. Oleh karena itu, investor semakin tertarik pada laporan CSR yang terpercaya, karena transparansi dalam penyampaian indikator utama CSR dapat memberikan kejelasan lebih lanjut serta mengurangi risiko dalam pengambilan keputusan investasi (Elbardan *et al.*, 2023).

Corporate Social Responsibility dapat diprosikan dengan CSR Score (CSRI) dengan sistem item checklist berdasarkan laporan tahunan sesuai dengan item yang telah ditentukan. Selanjutnya, skor setiap item dijumlahkan untuk mendapatkan skor keseluruhan untuk setiap perusahaan. Ada tiga kategori yang dibagi menjadi kategori ekonomi, lingkungan, dan sosial yang diklarifikasi oleh *Global Reporting Initiative* (GRI). Indeks pengungkapan CSR di rumuskan menggunakan rumus perhitungan (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*) CSRDI adalah sebagai berikut :

$$SCR = \frac{X_{ij}}{N_{ij}}$$

Keterangan

 X_{ij} = Jumlah item/indikator yang diungkapkan

N_{ij} = Jumlah keseluruhan item/indikator sesuai dengan GRI

Green Accounting

Sukmadilaga *et al.* (2023) menyatakan akuntansi hijau, sering disebut sebagai akuntansi lingkungan, merupakan metode pelaporan keuangan dan kesejahteraan nasional yang memperhitungkan dampak serta keuntungan lingkungan. Akuntansi hijau kadang kadang diistilahkan sebagai akuntansi lingkungan, merupakan praktik yang melibatkan penyertaan informasi mengenai pengaruh perusahaan terhadap lingkungan dalam laporan keuangan mereka. Para pihak yang berkepentingan, termasuk pemerintah dan bank, mendapatkan pembaruan mengenai upaya perusahaan dalam menjaga lingkungan. Istilah "*Green Accounting*" merujuk pada cabang baru dalam akuntansi yang berhubungan dengan identifikasi, pengelompokan, pengukuran, perhitungan, estimasi, pencatatan, dan pengungkapan informasi terkait lingkungan. Topik yang dibahas mencakup berbagai fenomena, benda, kenyataan, tindakan, dan transaksi yang berhubungan atau terjadi dalam konteks lingkungan alam atau buatan, ini dikarenakan bahwa perilaku manusia, baik masyarakat maupun bisnis, memiliki hubungan timbal balik yang signifikan dengan alam.

Green Accounting memiliki peran signifikan dalam menangani masalah lingkungan dan sosial. Tujuan utamanya adalah mendukung pencapaian pembangunan berkelanjutan dan pelestarian

lingkungan, sekaligus memengaruhi *perilaku* perusahaan dalam menghadapi isu-isu terkait tanggung jawab sosial (Kumala and Priantilianingtiasari, 2024). Perlindungan lingkungan menjadi semakin penting dan membutuhkan sistem manajemen yang terhubung dengan sistem lain. Tujuan dari akuntansi hijau adalah untuk memungkinkan kita menilai apakah tindakan manusia yang bertanggung jawab berkelanjutan. Penerapan akuntansi hijau merupakan langkah awal dalam mengurangi dampak permasalahan lingkungan perusahaan (Anita, Triani and Prastiwi, 2024).

Green Accounting dapat diukur dengan menggunakan skor peringkat PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan) yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup, sistem penilaian kinerja PROPER meliputi peringkat perusahaan skor ini memberikan informasi tentang seberapa teratur perusahaan memproses lingkungannya hingga proses pembukuan dan pelaporan. Sistem penilaian kinerja PROPER meliputi peringkat perusahaan yang terdiri dari 5 warna indikator sebagai berikut.

Tabel 1. Indikator PROPER

Indikator	Penjelasan	Skor
<i>Gold</i>	<i>Excellent</i>	5
<i>Green</i>	<i>Very Good</i>	4
<i>Blue</i>	<i>Good</i>	3
<i>Red</i>	<i>Bad</i>	2
<i>Black</i>	<i>Very Bad</i>	1

Sumber : indikator PROPER menurut Kementerian Lingkungan Hidup

Profitabilitas

Profitabilitas adalah indikator penting yang menilai seberapa baik sebuah perusahaan dapat menghasilkan laba dalam norma operasionalnya. Rasio profitabilitas mengkaji seberapa efektif manajemen perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya (Sumarno, Andayani and Prihatiningtyas, 2023). Rasio ini menilai efektivitas keseluruhan manajemen dan bertujuan untuk menentukan jumlah keuntungan yang diperoleh berkaitan dengan penjualan serta investasi (Paramitha, 2020). Tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan yang positif, memberi kesempatan bagi perusahaan untuk menawarkan pengembalian investasi yang substansial bagi para investor. Situasi yang menguntungkan ini di antara investor dapat memicu peningkatan nilai saham. Dari perspektif investor, kenaikan nilai saham di bursa mencerminkan adanya pertumbuhan nilai perusahaan. Meningkatnya minat terhadap saham suatu entitas akan berdampak pada kenaikan nilai saham serta evaluasi perusahaan (Ningsih and Paramitha, 2020). Ketika suatu perusahaan menerima lebih banyak modal, lebih besar kemungkinannya untuk mengungkapkan masalah lingkungan (Nugroho, 2023). Pada penelitian ini profitabilitas diukur dengan rumus sebagai berikut.

$$ROA = \frac{NET\ Income}{Total\ Asset}$$

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan tidak hanya fokus pada pencapaian keuntungan dan nilai saham, tetapi juga wajib bertanggung jawab terhadap lingkungan di mana mereka beroperasi. Selain itu, organisasi perlu memperhatikan kesejahteraan seluruh staff yang ada didalamnya, serta dampak ekologis yang dihasilkan dari aktivitas mereka. Prinsip ini sejalan dengan teori legitimasi yaitu teori yang menekankan pentingnya perusahaan untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat guna memastikan kelangsungan operasionalnya. Dengan melaksanakan program CSR yang efektif, perusahaan berupaya menyesuaikan diri dengan norma dan nilai sosial yang berlaku, sehingga meningkatkan penerimaan dan dukungan dari pemangku kepentingan. Dengan penelitian ini

menemukan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian lain menunjukkan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, yang disebabkan oleh peningkatan beban perusahaan akibat aktivitas CSR yang tidak diimbangi dengan manfaat langsung yang dirasakan. Perbedaan temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas CSR dalam meningkatkan nilai perusahaan melalui legitimasi bergantung pada bagaimana program tersebut dirancang dan diimplementasikan, serta persepsi masyarakat terhadap komitmen sosial perusahaan (Anita, Triani and Prastiwi, 2024).

Penelitian yang dilakukan Chen, Lin and Lin (2024) yang meneliti tentang hubungan CSR terhadap nilai perusahaan menemukan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anita, Triani and Prastiwi (2024), dan Hariadi and Nurwanda (2024) mengungkapkan bahwa CSR dalam laporan keberlanjutan tahunan perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan dibuktikan oleh tingginya harga saham suatu perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis dibentuk sebagai berikut:

H1 : CSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Implementasi *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan

Green Accounting memiliki peran signifikan dalam menangani masalah lingkungan dan sosial. Tujuan utamanya adalah mendukung pencapaian pembangunan berkelanjutan dan pelestarian lingkungan, sekaligus memengaruhi perilaku perusahaan dalam menghadapi isu- isu terkait tanggung jawab sosial (Kumala and Priantilianingtiasari, 2024). Menurut teori legitimasi, apabila terjadi ketidakkonsistenan antara sistem penilaian di perusahaan dengan sistem nilai masyarakat, terutama di mana perusahaan berada perusahaan akan kehilangan pengakuan dari publik, maka kelangsungan hidup perusahaan terancam. Dengan menerapkan akuntansi hijau, perusahaan mengungkapkan seluruh elemen biaya lingkungan, baik internal maupun eksternal (Astari *et al.*, 2023). Hal tersebut membantu perusahaan dalam meningkatkan sistem kerja dari perusahaan tersebut.

Green Accounting mencakup seluruh fenomena, objek, fakta, tindakan, dan transaksi yang melekat atau yang terjadi di lingkungan alam dan manusia (Sukmadilaga *et al.*, 2023). Penerapan *green accounting* mengindikasikan bahwa perusahaan peduli terhadap lingkungan yang tercermin dalam akuntansi lingkungan hidup yang tercantum pada laporan keuangan perusahaan (Nugroho, 2023). Dengan penelitian ini menemukan bahwa *green accounting* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian lain menunjukkan bahwa pengungkapan *green accounting* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, yang disebabkan oleh perusahaan yang kurang bisa mengimbangi masalah lingkungan dengan baik, alhasil kurangnya kepercayaan investor terhadap aktivitas perusahaan. Perbedaan temuan ini menunjukkan bahwa *green accounting* dalam meningkatkan nilai perusahaan melalui legitimasi bergantung pada bagaimana program tersebut dirancang dan dilaksanakan.

Penelitian dari (Sukmadilaga *et al.*, 2023) menemukan bahwa green accounting memiliki hasil yang positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian (Anita, Triani and Prastiwi, 2024) dan (Hariadi and Nurwanda, 2024) green accounting berpengaruh negatif . Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis dibentuk sebagai berikut:

H2 : *Green Accounting* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas Memoderasi CSR

Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan profitabilitas yang tinggi juga mencerminkan keuntungan yang tinggi. Hal ini menandakan bahwa perusahaan dapat membayar dividen dan pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Rasio profitabilitas yang tinggi yang dimiliki oleh perusahaan akan menarik investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut (Mahirun *et al.*, 2024). Perusahaan dengan profit yang tinggi dapat menumbuhkan kepercayaan investor bahwa nilai perusahaan tersebut tinggi. CSR sebagai variabel independen dapat dikuatkan hubungannya dengan nilai perusahaan melalui profitabilitas. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang tinggi sehingga menjadi sinyal positif bagi investor (Ningsih and Paramitha, 2020). Berdasarkan uraian tersebut hipotesis didapat yaitu:

H3 : Profitabilitas mampu memperkuat pengaruh CSR dan Nilai Perusahaan.

Profitabilitas memoderasi *Green Accounting*

Pengumpulan informasi yang memenuhi kebutuhan data investor selama proses pengambilan keputusan sebelum mengambil keputusan investasi merupakan satu siklus kerja saat melakukan analisis opsi. Investor mengukur profitabilitas untuk memahami efektivitas dan efisiensi kinerja keuangan perusahaan saat ini dan masa depan. Prospek positif perusahaan tercermin dari kenaikan harga saham yang menunjukkan kuatnya minat investasi dan nilai perusahaan (Nugroho, 2023). Ketika sebuah perusahaan mempunyai laba yang tinggi dan modal yang cukup, maka kemungkinan perusahaan tersebut melakukan biaya-biaya lingkungan dan implementasi *green accounting*. Oleh karena itu, penerapan *green accounting* membutuhkan dana yang tidak sedikit. Jika perusahaan mengimplementasikan kegiatan isu lingkungan, investor semakin mempercayai perusahaan tersebut untuk menanamkan modalnya. Berdasarkan uraian tersebut hipotesis didapat yaitu:

H4 : Profitabilitas mampu memperkuat pengaruh *Green Accounting* dan Nilai Perusahaan.

Metode Penelitian

Pada penelitian ini digunakan uji regresi liner berganda dengan dalam melakukan empat pengujian maka digunakannya Program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 25. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu data yang diperoleh tidak langsung dari subjek penelitian. Data tersebut bersumber dari laporan keuangan tahunan perusahaan sektor pertambangan Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024 yang dapat diakses melalui situs resmi BEI yaitu www.idx.co.id. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi, yaitu metode yang digunakan untuk memperoleh data-data yang sudah tertera dan sudah diolah pihak lain (data sekunder). Pada penelitian ini menggunakan metode penarikan sampling dengan *purpose sampling*. Penelitian ini menggunakan 25 sampel perusahaan dari sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2023.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Berganda

Tabel 7. Hasil Analisis Uji Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	237.987	214.689		1.109	.281		
	CSR	.530	.919	.194	.576	.571	.407	2.454
	Greenaccounting	-30.566	48.579	-.207	-.629	.537	.428	2.337
	profitabilitas	-.296	14.110	-.068	-.021	.983	.004	229.440
	X1M	-.052	.044	-.491	-1.172	.256	.263	3.797
	X2M	.456	3.496	.427	.130	.898	.004	231.841

a. Dependent Variable: Nilai perusahaan

a.

Berdasarkan hasil regresi linier sederhana diatas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

- a. Nilai konstanta sebesar 237,987 artinya variabel CSR, *green accounting*, dan profitabilitas sama dengan nol atau tidak meningkat, maka nilai perusahaan bernilai 237,987 Persen.
- b. Koefisien regresi variabel CSR bernilai negatif sebesar 0,530 artinya setiap kenaikan 1% variabel CSR maka nilai perusahaan mengalami kenaikan sebesar 53%. Jika CSR mengalami penurunan sebesar 1% variabel CSR maka nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar 53%.
- c. Koefisien regresi variabel *green accounting* bernilai negatif sebesar -30,566 artinya setiap kenaikan 1% variabel *green accounting* maka nilai perusahaan mengalami kenaikan sebesar -30,566. Jika *green accounting* mengalami penurunan sebesar 1% variabel *green accounting* maka nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar -30,566.
- d. Koefisien regresi variabel profitabilitas bernilai negatif sebesar -0,296 artinya setiap kenaikan 1% variabel profitabilitas maka nilai perusahaan mengalami kenaikan sebesar -0,296. Jika profitabilitas mengalami penurunan sebesar 1% variabel profitabilitas maka nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar -0,296.

2. Koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil Uji Koefien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.349 ^a	.122	-.110	84.31010	2.357

a. Predictors: (Constant), X2M, Greenaccounting, CSR, X1M, profitabilitas

b. Dependent Variable: Nilai perusahaan

Hasil uji koefisien determinasi (uji R²) pada tabel diatas mendapatkan nilai 0,122 atau 12,2% sedangkan sisanya 89,8% dijelaskan oleh variabel lainnya.

3. Uji T

Uji-t menguji pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji t diberikan dalam tabel yang berisi kolom "Sig." Untuk menentukan apakah ada pengaruh antara variabel independen dan dependen, aturan berlaku sebagai berikut.

- a. Jika nilai t atau signifikansi $< 0,05$; maka dapat dikatakan tidak ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.
- b. Jika nilai t atau signifikansi $> 0,05$; maka dapat dikatakan tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Berikut ini adalah hasil analisis uji T yang menunjukkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel berikut.

Tabel 9. Hasil Uji T

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	237.987	214.689		1.109	.281		
	CSR	.530	.919	.194	.576	.571	.407	2.454
	Greenaccounting	-30.566	48.579	-.207	-.629	.537	.428	2.337
	profitabilitas	-.296	14.110	-.068	-.021	.983	.004	229.440
	X1M	-.052	.044	-.491	-1.172	.256	.263	3.797
	X2M	.456	3.496	.427	.130	.898	.004	231.841

a. Dependent Variable: Nilaiperusahaan

Sumber : data diolah

Adapun hasil hipotesis sebagai berikut.

- a. H1 CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan
Variabel CSR (x1) memiliki t hitung $0,576 < t$ tabel $1,708$ atau dapat dilihat signifikansi sebesar $0,571 > 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- b. H2 *green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan
Variabel *green accounting* (X2) memiliki t hitung $-0,629 < t$ tabel $1,708$ atau dapat dilihat signifikansi sebesar $-0,537 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa *green accounting* berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan.
- c. H3 profitabilitas memperkuat X1 dan X2 terhadap nilai perusahaan.
Variabel profitabilitas (M) memiliki t hitung $-1,172 > t$ tabel $1,708$ atau dapat signifikansi sebesar $0,256 > 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas memperkuat hubungan X1 terhadap nilai perusahaan.
- d. H4 profitabilitas memperkuat Green Accounting terhadap nilai perusahaan.
Variabel profitabilitas (M) memiliki t hitung $0,130 > t$ tabel $1,708$ atau dapat signifikansi sebesar $0,898 > 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas memperkuat hubungan Green Accounting terhadap nilai perusahaan.

4. Uji F

Tabel 10. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18684.335	5	3736.867	.526	.754 ^b
	Residual	135055.665	19	7108.193		
	Total	153740.000	24			

a. Dependent Variable: Nilai perusahaan
b. Predictors: (Constant), X2M, Greenaccounting, CSR, X1M, profitabilitas

F tabel = (4;21) = 2,87

Diketahui nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ dan nilai F hitung $5,391 > 2,87$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti terdapat variabel X1, X2, M terhadap Y.

Pembahasan

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan pengujian yang telah diolah, didapat nilai signifikansi CSR sebesar 0,571 artinya H1 diterima. Hal ini berarti bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien regresi sebesar 0,571. Nilai koefisien determinasi (R²) yaitu sebesar 12,2% hal ini berarti dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh pendapatan premi terhadap profitabilitas yaitu 12,2%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian sebesar 89,8%.

Dalam teori legitimasi, perusahaan diharapkan beroperasi sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku di masyarakat. Temuan penelitian yang menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, mengindikasikan bahwa perusahaan yang memenuhi tanggung jawab sosialnya mendapatkan pengakuan dari masyarakat dan investor, yang pada gilirannya akan meningkatkan harga saham serta nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Chen, Lin and Lin, 2024); (Anita, Triani and Prastiwi, 2024); dan (Hariadi and Nurwanda, 2024).

2. Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan pengujian yang telah diolah, didapat nilai signifikansi CSR sebesar 0,537 yang artinya H1 ditolak. Hal ini berarti bahwa *green accounting berpengaruh negatif* terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien determinasi (R²) yaitu sebesar 12,2% hal ini berarti dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh pendapatan premi terhadap profitabilitas yaitu 12,2%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian sebesar 89,8%.

Penerapan *green accounting* juga memberikan kontribusi terhadap nilai perusahaan dengan menunjukkan kepedulian terhadap keberlanjutan lingkungan, yang sesuai dengan ekspektasi masyarakat akan perilaku perusahaan yang bertanggung jawab secara ekologis. Namun tidak mempunyai pengaruh yang signifikan. Hal ini selaras dengan penelitian (Anita, Triani and Prastiwi, 2024) dan (Hariadi and Nurwanda, 2024).

3. Profitabilitas Memoderasi CSR

Berdasarkan pengujian yang telah diolah, didapat nilai signifikansi CSR sebesar 0,256 yang artinya pengaruh signifikan profitabilitas memperkuat X1 terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderasi memperkuat hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Hal ini mencerminkan bahwa perusahaan dengan profitabilitas tinggi memiliki sumber daya yang lebih besar untuk mengimplementasikan CSR secara efektif, sehingga dampaknya terhadap nilai perusahaan lebih signifikan. Sesuai dengan teori legitimasi,

profitabilitas yang tinggi juga memberikan sinyal positif kepada pemilik modal tentang kinerja manajemen dalam memaksimalkan tujuan perusahaan. Dengan demikian, hasil penelitian ini mendukung bahwa penerapan CSR, jika didukung oleh profitabilitas yang kuat, mampu meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan melalui peningkatan legitimasi sosial dan kepercayaan investor.

Profitabilitas memoderasi *Green Accounting*

Berdasarkan pengujian yang telah dilolah, didapat nilai signifikansi CSR sebesar 0,898 yang artinya H1 ditolak. Hal ini berarti bahwa *green accounting berpengaruh negatif* terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien determinasi (R²) yaitu sebesar 12,2% hal ini berarti dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh pendapatan premi terhadap profitabilitas yaitu 12,2%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian sebesar 89,8%.

Pengumpulan informasi yang memenuhi kebutuhan data investor selama proses pengambilan keputusan sebelum mengambil keputusan investasi merupakan satu siklus kerja saat melakukan analisis opsi. Investor mengukur profitabilitas untuk memahami efektivitas dan efisiensi kinerja keuangan perusahaan saat ini dan masa depan. Prospek positif perusahaan tercermin dari kenaikan harga saham yang menunjukkan kuatnya minat investasi dan nilai perusahaan (Nugroho, 2023). Berdasarkan uraian tersebut hipotesis didapat yaitu:

H4 : Profitabilitas mampu memperkuat pengaruh *Green Accounting* dan Nilai Perusahaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan implementasi *Green Accounting* (GA) tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020-2024. CSR sebagai tanggung jawab sosial perusahaan terbukti meningkatkan kepercayaan masyarakat dan investor, sejalan dengan teori legitimasi yang menekankan pentingnya keselarasan perusahaan dengan nilai sosial. *Green Accounting*, yang mencerminkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, juga berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan melalui penguatan reputasi dan daya tarik di mata pemangku kepentingan. Profitabilitas sebagai variabel moderasi memperkuat hubungan antara CSR dan *Green Accounting* terhadap nilai perusahaan, menunjukkan bahwa perusahaan dengan profitabilitas tinggi dapat lebih efektif mengimplementasikan kebijakan ini untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Temuan ini mendukung teori keagenan, yang menyatakan bahwa transparansi dan kepatuhan terhadap standar lingkungan dapat mengurangi konflik kepentingan antara manajemen dan pemilik perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., Astuti, S. W. W. and Irawan, D. (2021) 'Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan', *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 5(3), pp. 346–364. doi: 10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4644.
- Anita, Triani, N. N. A. and Prastiwi, D. (2024) 'Corporate Social Responsibility, Environmental Social Governance, And Implementation of Green Accounting on Firm Value', *International Journal of Economics Development Research*, 5(2), pp. 2024–1496.
- Astari, T. A. et al. (2023) 'Green Accounting and Disclosure of Sustainability Report on Firm Values in Indonesia', *E3S Web of Conferences*, 426. doi: 10.1051/e3sconf/202342602024.
- Carroll, A. . (1979) *A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*. 4th edn. Acad. Manag. Rev.

- Chen, H. Y., Lin, M. C. and Lin, Z. H. (2024) 'Do corporate social responsibility activities enhance firm value? An empirical evidence from Taiwan', *Cogent Economics and Finance*. Cogent, 12(1), p. doi: 10.1080/23322039.2024.2344228.
- Choi, S. and Yoo, J. (2022) 'The Impact of Technological Innovation and Strategic CSR on Firm Value: Implication for Social Open Innovation', *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. Elsevier Masson SAS, 8(4), p. 188. doi: 10.3390/joitmc8040188.
- Dini, S. et al. (2020) 'Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Sektor Perdagangan, Jasa dan Investasi yang terdaftar di BEI', *Owner (Riset dan Jurnal Akuntansi)*, 4(2), p. 565. doi: 10.33395/owner.v4i2.295.
- Elbardan, H. et al. (2023) 'CSR reporting, assurance, and firm value and risk: The moderating effects of CSR committees and executive compensation', *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*. Elsevier Inc., 53(September), p. 100579. doi: 10.1016/j.intaccudtax.2023.100579.
- Farooq, M. et al. (2024) 'Corporate social responsibility and firm value: the role of enterprise risk management and corporate governance', *Corporate Governance (Bingley)*, (August 2023). doi: 10.1108/CG-08-2023-0341.
- Hariadi, S. and Nurwanda, R. M. (2024) 'Pengaruh Carbon Emission Disclosure (Ced), Corporate Social Responsibility (Csr), Dan Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening', *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), p. 714. doi: 10.34127/jrlab.v13i2.1053.
- Kumala, N. and Priantilianingtiasari, R. (2024) 'Pengaruh Green Accounting, CSR dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2022', *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), pp. 995-1014. doi: 10.47467/elmal.v5i2.675.
- Mahirun, M. et al. (2024) 'The Effect Of Capital Structure On Firm Value Of Lq45 Index Listed In Indonesia Stock Exchange', *Quality - Access to Success*, 25(202), pp. 310-319. doi: 10.47750/QAS/25.202.33.
- Meliza, Akbar, M. and Putri, A. (2024) 'The Influence of Leverage, Profitability, and Firm Value on Share Prices: The Moderating Role of Inflation', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(2), pp. 2262- 2268.
- Ningsih, N. and Paramitha, P. D. P. (2020) 'Do Capital Structure and Liquidity Increasing Value of The Firm? A Mediating Role of Profitability', *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*, 6, pp. 78-85. Available at: <https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/jagaditha/article/view/1295>.
- Nugroho, W. C. (2023) 'Efek Mediasi Profitabilitas Pada Pengaruh Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan', *E-Jurnal Akuntansi*, 33(3), p. 648. doi: 10.24843/eja.2023.v33.i03.p05.
- Paramitha, P. D. P. (2020) 'The Role of Profitability in Mediating the Effect of Capital Structure and Liquidity on Firm Value in Food and Beverage Sub-Sector in Indonesian Stock Exchange', *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*, 7(2), pp. 80-91. doi: 10.22225/jj.7.2.2154.80-91.
- Sukmadilaga, C. et al. (2023) 'Does Green Accounting Affect Firm Value? Evidence from ASEAN Countries', *International Journal of Energy Economics and Policy*, 13(2), pp. 509-515. doi: 10.32479/ijeep.14071.
- Sumarno, D. C., Andayani, W. and Prihatiningtyas, Y. W. (2023) 'The Effect of Environmental, Social and Governance (ESG) Assessment on Firm Value with Profitability as a Mediating Variable', *Asia Pacific Management and Business Application*, 12Sumarno,(1), pp. 55-64. doi: 10.21776/ub.apmba.2023.012.01.4.

- Syafnita and Jovani, S. (2023) 'PERANAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM MEMODERASI PENGARUH KEBIJAKAN DEVIDEN, PROFITABILITAS, DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2019-2022', *Jorunal of Accounting and Management's Student*, xxx, pp. 1-9.
- Wenni Anggita, Ari Agung Nugroho and Suhaidar (2022) 'Carbon Emission Disclosure And Green Accounting Practices On The Firm Value', *Jurnal Akuntansi*, 26(3), pp. 464-481. doi: 10.24912/ja.v26i3.1052.

*Prosiding Paper Competition Accounting Festival, Volume xxx. Nomor xx. Bulan Tahun.
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pekalongan*