Volume 5 Number 3, Page 338-355, 2026
Expensive | Jurnal Akuntansi dan Keuangan
Online ISSN : 2829-4807 – Print ISSN : 2829-5609

Pengaruh *Green Accounting , Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Asep Ridwan[1*], Agus Kurniawan[2], Raizky Rienaldy Pramasha[3]

[1*,2,3] **Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, Indonesia**
E-mail: asepridwan122bk@gmail.com [1*)]

ARTICLE INFO

Article history:
Received 09 Juni 2026
Received in Revised 15 Agustus 2026
Accepted 30 September 2026

Keyword's : Green Accounting , CSR, Profitability, Firm Value

A B S T R A C T

This This study aims to analyze the effect of Green Accounting , Corporate Social Responsibility (CSR), and profitability on firm value from a sharia accounting perspective in manufacturing companies listed on the Indonesia Sharia Stock Index (ISSI) for the 2020–2024 period. The research is motivated by the decline in firm value reflected in the Price to Book Value (PBV) ratio, indicating the need to examine both financial and non-financial determinants. This study employs a quantitative approach using secondary data derived from companies' financial statements and annual reports. The findings are expected to show that the implementation of environmental accounting, CSR practices, and profitability levels contribute to enhancing firm value. This research is also expected to provide insights for the development of sharia accounting and sustainable business practices.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *Green Accounting , Corporate Social Responsibility* (CSR), dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dalam perspektif akuntansi syariah pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2020–2024. Penelitian dilatarbelakangi oleh penurunan nilai perusahaan yang tercermin dari rasio *Price to Book Value* (PBV), sehingga diperlukan kajian mengenai faktor keuangan dan non keuangan yang memengaruhinya. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan data sekunder dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan. Hasil penelitian diharapkan menunjukkan bahwa penerapan akuntansi lingkungan, pelaksanaan tanggung jawab sosial, serta tingkat profitabilitas berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Studi ini juga diharapkan memberi kontribusi bagi pengembangan akuntansi syariah dan praktik bisnis berkelanjutan

Expensive : Jurnal Akuntansi dan Keuangan
Website : https://scholar.ummetro.ac.id/index.php/expensive

This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

* Corresponding author. *Telp.: +6281-0000-0000; fax: +0-000-000-0000.*
E-mail address: asepridwan122bk@gmail.com
Peer review under responsibility of Expensise: Journal of Accounting and Finance. **2829-4807**

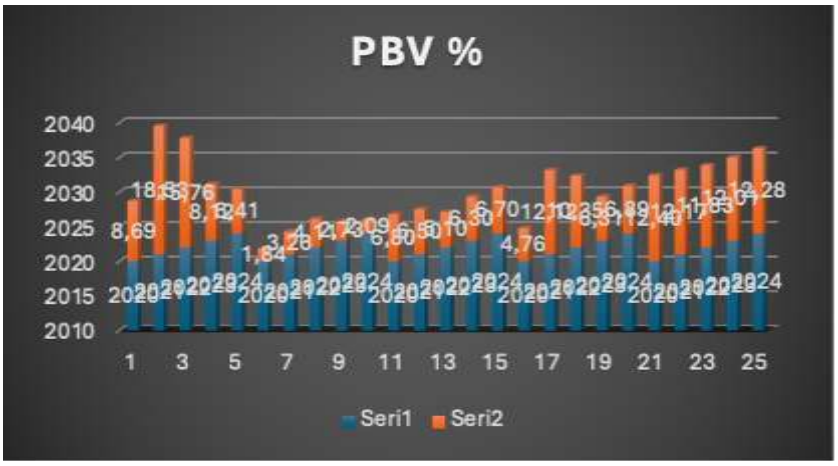
PENDAHULUAN

Di tengah persaingan global yang semakin ketat serta kondisi ekonomi yang penuh ketidakpastian, strategi yang efisien dan efektif perlu diterapkan oleh perusahaan guna mempertahankan keberlangsungan usahanya. Nilai perusahaan, sebagai gambaran atas keberhasilan strategi dan kinerja keuangan, dipengaruhi oleh berbagai faktor internal, seperti Capital Expenditure (CapEx), Enterprise Risk Management (ERM), kebijakan dividen, dan Good Corporate Governance (GCG). Pengalokasian CapEx yang dilakukan secara optimal dapat memberikan sinyal positif terhadap prospek pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang. Selain itu, penerapan GCG yang transparan serta kebijakan dividen yang stabil diyakini mampu meningkatkan kepercayaan investor. Di sisi lain, pengelolaan risiko melalui ERM perlu dilakukan secara tepat agar biaya operasional yang ditimbulkan tidak menjadi beban bagi perusahaan. Melalui sinergi dari keempat faktor tersebut, peningkatan harga saham dapat diwujudkan sekaligus integritas perusahaan dalam menciptakan iklim bisnis yang sehat dan berkelanjutan dapat terus dibangun.(Guna et al., 2025)

Perusahaan Perusahaan yang dinilai baik merupakan perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang optimal serta tingkat likuiditas yang tinggi, khususnya pada perusahaan yang terdaftar dalam indeks LQ45. Investasi dapat dilakukan oleh investor melalui pembelian saham perusahaan, salah satunya pada perusahaan yang tergabung dalam indeks tersebut. Dalam Bursa Efek Indonesia, indeks LQ45 dikenal sebagai salah satu indeks saham yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan dengan kapitalisasi pasar yang besar, tingkat likuiditas yang tinggi, serta fundamental perusahaan yang baik.

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti profitabilitas dan leverage. Menurut Kasmir, nilai perusahaan diartikan sebagai harga yang mampu dibayarkan oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai perusahaan yang tinggi dapat memberikan jaminan kesejahteraan bagi para pemilik modal sekaligus mampu menarik minat investor maupun pihak eksternal untuk menanamkan modal pada perusahaan. Nilai perusahaan juga dapat tercermin dari harga saham yang diperdagangkan di pasar. Selain itu, nilai perusahaan digunakan oleh investor sebagai dasar dalam memahami potensi keuntungan perusahaan, baik pada masa sekarang maupun di masa mendatang. Di sisi lain, keuntungan yang lebih besar dapat diperoleh apabila harga saham mengalami peningkatan. Oleh karena itu, peningkatan nilai perusahaan perlu dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan kepercayaan pasar terhadap rencana operasional serta prospek perusahaan di masa depan.(Faqih et al., n.d.).

Peranan penting dalam perekonomian global dimiliki oleh perusahaan manufaktur sebagai produsen barang fisik yang digunakan pada berbagai sektor industri. Kinerja perusahaan serta saham perusahaan manufaktur yang unggul sering dijadikan prioritas oleh para investor karena potensi pertumbuhan yang besar dianggap dapat memberikan keuntungan di masa mendatang. Adanya peluang yang besar di sektor manufaktur mendorong peningkatan kinerja perusahaan agar tujuan perusahaan dapat dicapai secara optimal.(Safitriani et al., 2025)



Gambar 1. Nilai PBV Perusahaan Sektor Manufaktur ISSI Tahun 2020-2024

Sumber Data : Lap Keuangan IDX ISSI

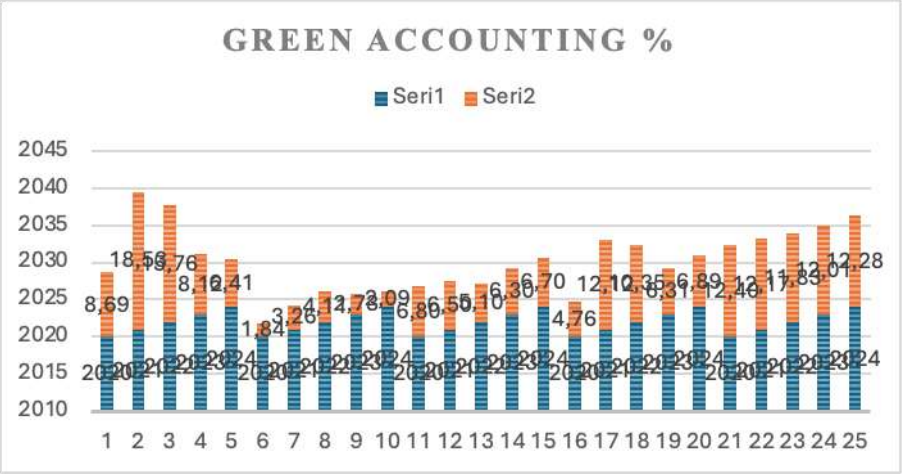
Berdasarkan data Price to Book Value (PBV) periode 2020–2024, perubahan nilai perusahaan telah ditunjukkan oleh kelima perusahaan dengan kondisi yang berbeda-beda. Pada perusahaan pertama, nilai PBV tercatat sebesar 0,82 pada tahun 2020 dan mengalami peningkatan menjadi 1,11 pada tahun 2021. Namun, pada tahun-tahun berikutnya penurunan secara bertahap kembali ditunjukkan hingga nilai PBV mencapai 0,71 pada tahun 2024, sehingga kecenderungan penurunan nilai perusahaan selama periode penelitian dapat diamati. Pada perusahaan kedua, nilai PBV yang berada di bawah angka 1 selama periode penelitian menunjukkan bahwa nilai pasar perusahaan masih tergolong rendah. Meskipun peningkatan sempat ditunjukkan pada tahun 2021, penurunan kembali terjadi hingga tahun 2024. Selanjutnya, pada perusahaan ketiga, penurunan PBV sempat dialami sejak tahun 2020 hingga 2022. Akan tetapi, peningkatan kembali ditunjukkan pada tahun 2023 dan 2024 sehingga penilaian investor terhadap perusahaan dapat dikatakan membaik.

Pada perusahaan keempat, nilai PBV yang berada di atas angka 1 menunjukkan bahwa kondisi nilai perusahaan tergolong baik. Peningkatan yang signifikan sempat ditunjukkan pada tahun 2021 sebelum penurunan kembali terjadi pada tahun berikutnya. Namun demikian, perbaikan kembali dapat dilihat pada tahun 2024. Sementara itu, pada perusahaan kelima, nilai PBV tertinggi dibandingkan perusahaan lainnya berhasil ditunjukkan, meskipun penurunan sempat terjadi pada

tahun 2021 dan 2022. Akan tetapi, peningkatan kembali ditunjukkan pada tahun 2023 dan 2024 sehingga kemampuan perusahaan dalam mempertahankan nilai perusahaan yang tinggi serta menjaga kepercayaan investor dapat terlihat. Secara keseluruhan, perubahan nilai PBV pada kelima perusahaan menunjukkan bahwa kondisi nilai perusahaan dipengaruhi oleh penilaian investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan selama periode penelitian.

Banyak faktor yang diduga memengaruhi nilai pasar perusahaan manufaktur, salah satunya adalah *Green Accounting* . *Green Accounting* atau akuntansi lingkungan merupakan konsep akuntansi yang digunakan untuk mengintegrasikan biaya maupun anggaran lingkungan ke dalam aktivitas perusahaan. Dalam penerapannya, *Green Accounting* difokuskan pada proses identifikasi, pengukuran, penyajian, serta pengungkapan biaya dan manfaat tidak langsung yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan yang berdampak terhadap lingkungan maupun sosial. Selain itu, *Green Accounting* juga dipandang sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan dalam mengakui biaya dan aktivitas yang berhubungan dengan lingkungan ke dalam laporan keuangan perusahaan. Melalui implementasi *Green Accounting* , peningkatan nilai perusahaan dinilai dapat tercapai karena perhatian terhadap keberlanjutan dan efisiensi biaya lingkungan telah ditunjukkan oleh perusahaan. Di samping itu, menurut Sakina dkk., pengaruh positif terhadap nilai perusahaan juga dapat diberikan oleh *Green Accounting* karena efisiensi perusahaan dapat ditingkatkan serta pengambilan keputusan yang lebih bijaksana dalam pengelolaan lingkungan dapat didukung.(Rajaby et al., 2025)

Penerapan *Green Accounting* yang dilakukan secara efektif dapat menunjukkan komitmen perusahaan terhadap transparansi dan tanggung jawab lingkungan. Melalui penerapan tersebut, kepercayaan pemangku kepentingan serta reputasi perusahaan di pasar dapat ditingkatkan. Selain itu, perhatian terhadap aspek keberlanjutan dalam pelaporan keuangan dinilai mampu menciptakan nilai tambah perusahaan dan menarik minat investor sehingga peningkatan nilai perusahaan (firm value) dapat didukung. Selain *Green Accounting* , kinerja lingkungan juga dianggap sebagai indikator penting dalam menilai komitmen perusahaan terhadap pengelolaan lingkungan. Menurut Syardiansah dan Utami, lingkungan kerja yang baik dapat meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan karyawan sehingga dampak positif terhadap kinerja perusahaan dapat tercipta. Perusahaan yang mampu mengelola limbah, mengurangi emisi karbon, dan mematuhi regulasi lingkungan cenderung memperoleh reputasi yang baik, meningkatkan kepercayaan investor, serta memperkuat nilai perusahaan melalui peningkatan persepsi pasar, loyalitas konsumen, dan pengurangan risiko lingkungan.(Riene et al., 2025)



Gambar 2. Nilai *Green Accounting* Tahun 2020-2024

Sumber Data : Lap Keuangan IDX ISSI

Berdasarkan kelima data tersebut, dapat diketahui bahwa tingkat implementasi *Green Accounting* pada perusahaan selama periode 2020–2024 menunjukkan kondisi yang beragam namun cenderung mengalami peningkatan. Pada perusahaan pertama, nilai yang sangat tinggi berhasil dipertahankan dengan skor 1,00 pada tahun 2020–2022, kemudian sedikit mengalami penurunan menjadi 0,95 pada tahun 2023–2024, meskipun implementasi *Green Accounting* masih tergolong sangat baik. Pada perusahaan kedua, peningkatan secara bertahap ditunjukkan dari nilai 0,55 pada tahun 2020 menjadi 0,65 pada tahun 2024, walaupun penurunan kecil sempat terjadi pada tahun 2023 dengan nilai 0,63. Selanjutnya, peningkatan yang konsisten ditunjukkan oleh perusahaan ketiga, yaitu dari 0,88 pada tahun 2020 hingga mencapai 0,95 pada tahun 2024. Sementara itu, nilai sempurna sebesar 1,00 berhasil dipertahankan oleh perusahaan keempat selama lima tahun berturut-turut, sehingga konsistensi yang tinggi dalam penerapan *Green Accounting* dapat terlihat dengan jelas. Pada perusahaan kelima, peningkatan secara bertahap juga ditunjukkan dari nilai 0,82 pada tahun 2020 menjadi 0,90 pada tahun 2024. Secara keseluruhan, peningkatan perhatian terhadap tanggung jawab lingkungan serta pengungkapan aktivitas lingkungan dalam laporan perusahaan telah ditunjukkan oleh sebagian besar perusahaan dari tahun ke tahun.

Banyak faktor yang memengaruhi nilai perusahaan manufaktur, salah satunya adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR dipandang sebagai konsep yang menekankan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi atau keuntungan perusahaan semata, tetapi juga pada aspek sosial dan lingkungan melalui konsep triple bottom line. Dalam konsep tersebut, informasi mengenai kegiatan ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan disajikan sebagai bentuk akuntabilitas perusahaan terhadap para pemangku kepentingan.

Menurut Guthrie dan Mathews, CSR digunakan sebagai penyediaan informasi keuangan maupun nonkeuangan yang berkaitan dengan interaksi perusahaan terhadap lingkungan fisik dan sosial. Selain itu, Global Compact Initiative menjelaskan bahwa penerapan CSR dijalankan melalui tiga pilar penting, yaitu profit, people, dan planet (3P). Melalui konsep tersebut, perusahaan dipandang tidak hanya memiliki tanggung jawab ekonomi dan hukum kepada pemegang saham, tetapi juga tanggung jawab sosial kepada seluruh pihak yang berkepentingan dengan perusahaan (stakeholder).

Di Indonesia, penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) semakin diperkuat melalui adanya peraturan pemerintah yang mewajibkan perusahaan tertentu untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Kebijakan tersebut menunjukkan bahwa perhatian tidak hanya diarahkan pada pencapaian profit, tetapi juga pada aspek sosial dan lingkungan. Kondisi ini menjadikan CSR sebagai tantangan sekaligus peluang bagi perusahaan untuk diintegrasikan ke dalam strategi bisnis. Meskipun penerapan CSR semakin luas dilakukan, dampaknya terhadap nilai perusahaan masih menjadi perdebatan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa reputasi perusahaan dan kepercayaan konsumen dapat ditingkatkan melalui CSR sehingga nilai perusahaan ikut meningkat. Namun, di sisi lain, CSR juga dianggap dapat menambah beban biaya perusahaan yang berpotensi menurunkan laba dan nilai perusahaan. Oleh karena itu, hubungan antara CSR dan nilai perusahaan masih perlu diteliti lebih lanjut agar pemahaman yang lebih komprehensif dapat diperoleh. Selain itu, penerapan CSR di Indonesia perlu disesuaikan dengan kondisi ekonomi, sosial, dan budaya lokal. Program CSR yang dijalankan umumnya lebih difokuskan pada isu kemiskinan, pendidikan, dan kesehatan agar manfaat nyata bagi masyarakat dapat diberikan. Dalam persaingan global, komitmen CSR yang baik juga dapat dijadikan faktor pembeda perusahaan karena keunggulan kompetitif dalam menarik investor, pelanggan, maupun karyawan dapat diperoleh melalui penerapan CSR yang efektif.(Nopriyanto & Perusahaan, n.d.)



Gambar 3. Nilai *Corporate Social Responsibility* Tahun 2020-2024

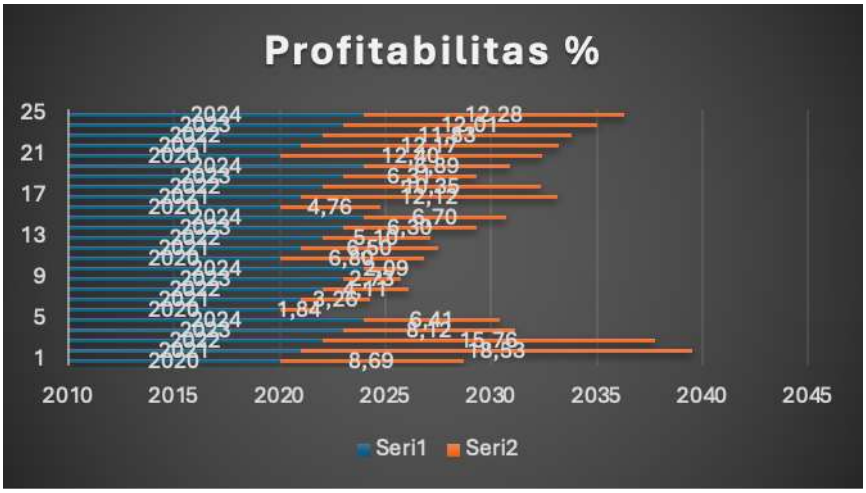
Sumber Data : Lap Keuangan IDX ISSI

Berdasarkan data *Corporate Social Responsibility* (CSR) periode 2020–2024, kecenderungan peningkatan nilai CSR dari tahun ke tahun telah ditunjukkan oleh kelima perusahaan. Pada perusahaan pertama, nilai CSR yang tinggi dan relatif stabil telah dicatat, yaitu dari 0,90 pada tahun 2020 menjadi 0,94 pada tahun 2024 meskipun penurunan kecil sempat terjadi pada tahun 2023. Peningkatan yang konsisten dari 0,60 menjadi 0,70 juga telah ditunjukkan oleh perusahaan kedua, sehingga perhatian perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan dinilai semakin meningkat. Selanjutnya, peningkatan yang stabil dari 0,85 menjadi 0,92 telah ditunjukkan oleh perusahaan ketiga, yang mencerminkan semakin baiknya komitmen terhadap pelaksanaan CSR. Nilai CSR tertinggi dimiliki oleh perusahaan keempat, yaitu meningkat dari 0,95 pada tahun 2020 hingga mencapai 1,00 pada tahun 2024, sehingga pengungkapan CSR dapat dikatakan sangat optimal. Sementara itu, peningkatan secara bertahap dari 0,88 menjadi 0,94 telah ditunjukkan oleh perusahaan kelima. Secara keseluruhan, peningkatan pengungkapan dan pelaksanaan CSR oleh perusahaan-perusahaan tersebut telah mencerminkan adanya perhatian yang lebih besar terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan, sehingga dampak positif terhadap citra perusahaan dan nilai perusahaan dapat dihasilkan.

Menurut Richardson et al., tindakan sosial dan lingkungan perusahaan dipandang sebagai kebijakan diskresi yang dilakukan untuk merespons isu strategis sekaligus menjaga kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Seiring meningkatnya tekanan dari para pemangku kepentingan, informasi mengenai aktivitas sosial dan lingkungan perlu disampaikan melalui pelaporan yang transparan agar legitimasi perusahaan dapat dibangun. Selain itu, profitabilitas dipahami sebagai rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba serta efektivitas pengelolaan sumber daya perusahaan. Tingkat profitabilitas yang tinggi dinilai dapat meningkatkan kepercayaan investor serta memberikan manfaat bagi pemilik perusahaan, manajemen, dan para pemangku kepentingan lainnya.(Rajaby et al., 2025)

Profitabilitas dipahami sebagai rasio keuangan yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada periode tertentu. Rasio ini juga digunakan sebagai indikator efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan, yang ditunjukkan melalui laba yang diperoleh dari kegiatan penjualan maupun investasi. Selain itu, profitabilitas dianggap sebagai faktor penting bagi investor potensial dalam menganalisis kinerja perusahaan serta kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dimiliki perusahaan, maka semakin baik pula kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba sehingga minat investor untuk menanamkan modal dapat meningkat.(Azizah et al., 2025)

Rasio profitabilitas juga dapat menunjukkan tingkat kemampuan dan tingkat keberhasilan perusahaan yang diperoleh dari kegiatan bisnis seperti penjualan, kas, modal, jumlah cabang dan sebagainya. Sehingga hal itu dapat memberikan manfat baik bagi pemillik perusahaan, manajemen dan pemangku kepentingan lainnya.(Faroji & Ali, 2021)



Gambar 4. Nilai profitabilitas Tahun 2020-2024

Sumber Data : Lap Keuangan IDX ISSI

Berdasarkan data Profitabilitas periode 2020–2024, diketahui bahwa tingkat profitabilitas pada kelima perusahaan menunjukkan kondisi yang berbeda-beda dan mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Nilai profitabilitas tertinggi ditunjukkan oleh perusahaan pertama pada tahun 2021 sebesar 18,53 setelah sebelumnya berada pada angka 8,69 pada tahun 2020, namun penurunan secara bertahap kembali dialami hingga mencapai 6,41 pada tahun 2024. Pada perusahaan kedua, peningkatan profitabilitas ditunjukkan dari 1,84 pada tahun 2020 menjadi 4,11 pada tahun 2022, tetapi penurunan kembali terjadi hingga mencapai 2,09 pada tahun 2024. Sementara itu, kondisi profitabilitas pada perusahaan ketiga terlihat relatif stabil meskipun penurunan sempat terjadi dari 6,80 pada tahun 2020 menjadi 5,10 pada tahun 2022 sebelum kembali meningkat menjadi 6,70 pada tahun 2024. Fluktuasi profitabilitas juga ditunjukkan oleh perusahaan keempat melalui peningkatan dari 4,76 pada tahun 2020 menjadi 12,12 pada tahun 2021, kemudian penurunan kembali dialami hingga mencapai 6,31 pada tahun 2023 sebelum meningkat menjadi 6,89 pada tahun 2024. Adapun perusahaan kelima menunjukkan tingkat profitabilitas yang paling stabil dengan nilai yang relatif tinggi, yaitu berada pada kisaran 11,83 hingga 12,40 selama periode penelitian. Secara keseluruhan, kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba mengalami perubahan dari tahun ke tahun yang dipengaruhi oleh kinerja operasional serta pengelolaan perusahaan masing-masing

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi data panel yang menggabungkan data cross section dan time series selama periode 2020–2024. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh melalui laporan tahunan (*annual report*), laporan keuangan, laporan keberlanjutan (sustainability report), serta publikasi Bursa Efek Indonesia (BEI), Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI), dan penilaian Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). Populasi penelitian mencakup 37 perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam ISSI, khususnya pada sektor industri dasar dan kimia serta barang konsumsi. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria, yaitu perusahaan terdaftar secara konsisten di ISSI selama periode pengamatan, menerbitkan laporan tahunan atau laporan keberlanjutan secara lengkap, memiliki data variabel penelitian yang dibutuhkan, memperoleh penilaian PROPER, serta tidak mengalami delisting selama periode penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh enam perusahaan sebagai sampel, yaitu ANTM, INTP, AMFG, AALI, KLBF, dan INDF, sehingga menghasilkan 30 observasi selama lima tahun pengamatan.

Pengukuran variabel penelitian terdiri atas *Green Accounting* (X_1) yang diproksikan melalui pengungkapan biaya dan aktivitas lingkungan perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X2) yang diukur berdasarkan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan mengacu pada pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI), *profitabilitas* (X_3) yang diproksikan menggunakan *Return on Assets* (ROA), serta nilai perusahaan (Y) yang diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Seluruh data dikumpulkan melalui teknik dokumentasi dan dianalisis menggunakan regresi data panel dengan bantuan perangkat lunak statistik. Analisis dilakukan melalui tiga pendekatan estimasi, yaitu *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM), untuk memperoleh model regresi yang paling sesuai dengan karakteristik data penelitian.

Pemilihan model regresi terbaik dilakukan melalui *Uji Chow* untuk menentukan model antara CEM dan FEM, Uji Hausman untuk memilih antara FEM dan REM, serta *Uji Lagrange Multiplier* (LM) untuk menentukan model antara CEM dan REM. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial, uji F untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan.

Melalui tahapan analisis tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *Green Accounting* , CSR, dan *profitabilita*s terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di ISSI dalam perspektif akuntansi syariah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Green Accounting* (GA), *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan Return on Assets (ROA) terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan Price to Book Value (PBV). Penelitian menggunakan data panel yang berasal dari 5 perusahaan selama periode 2020-2024 sehingga diperoleh total 25 observasi.

Pengolahan data dilakukan menggunakan aplikasi *EViews* melalui pendekatan regresi data panel. Dalam penelitian ini dilakukan beberapa pengujian model regresi panel yaitu Common Effect Model (CEM), Fixed Effect Model (FEM), dan Random Effect Model (REM). Selanjutnya dilakukan pemilihan model terbaik melalui Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji Lagrange Multiplier (LM).

Analisis Regresi Data Panel

Common Effect Model (CEM)

Hasil pengujian menggunakan Common Effect Model (CEM) menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji CEM

Variabel	Coefficient	Prob.
C	-3.251352	0.0119
GA	-22.50974	0.0000
CSR	26.67816	0.0000
ROA	0.161923	0.0003

Berdasarkan hasil pengujian CEM diperoleh nilai probabilitas *Green Accounting* sebesar 0,0000 < 0,05 yang menunjukkan bahwa *Green Accounting* berpengaruh signifikan terhadap *Price to Book Value* (PBV). Nilai koefisien sebesar -22,50974 menunjukkan arah hubungan negatif, artinya peningkatan *Green Accounting* cenderung menurunkan nilai perusahaan. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memperoleh nilai *probabilitas* sebesar 0,0000 < 0,05 sehingga CSR berpengaruh signifikan terhadap PBV. Nilai koefisien sebesar 26,67816 menunjukkan hubungan positif, yang berarti semakin tinggi pengungkapan CSR maka nilai perusahaan akan meningkat.

Variabel Return on Assets (ROA) memperoleh nilai probabilitas sebesar 0,0003 < 0,05 sehingga ROA berpengaruh signifikan terhadap PBV. Koefisien sebesar 0,161923 menunjukkan bahwa peningkatan *profitabilitas* perusahaan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Nilai Adjusted R-Squared sebesar 0,757469 menunjukkan bahwa variabel *Green Accounting* , CSR, dan ROA mampu menjelaskan variasi PBV sebesar 75,74%, sedangkan sisanya sebesar 24,26% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian. Nilai Prob (F-statistic) sebesar 0,000000 < 0,05 menunjukkan bahwa *Green Accounting* , CSR, dan ROA secara simultan berpengaruh signifikan terhadap PBV.

Fixed Effect Model (FEM)

Hasil pengujian menggunakan Fixed Effect Model (FEM) menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 2. **Hasil Uji FEM**

Variabel	Coefficient	Prob.
C	2.053804	0.1301
GA	-0.572818	0.7865
CSR	-0.485620	0.8197
ROA	0.056183	0.0020

Berdasarkan hasil pengujian FEM diperoleh bahwa variabel *Green Accounting* memiliki nilai *probabilitas* sebesar 0,7865 > 0,05 sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap PBV. Variabel CSR memiliki nilai probabilitas sebesar 0,8197 > 0,05 sehingga CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap PBV. Variabel ROA memperoleh nilai *probabilitas* sebesar 0,0020 < 0,05 sehingga ROA berpengaruh signifikan terhadap PBV. Nilai Adjusted R-Squared sebesar 0,982117 menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian mampu menjelaskan variasi PBV sebesar 98,21%.

***Random Effect Model* (REM)**

Hasil pengujian menggunakan *Random Effect Model* (REM) menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. **Hasil Uji REM**

Variabel	Coefficient	Prob.
C	0.685493	0.4681
GA	-3.548414	0.0641
CSR	3.883376	0.0619
ROA	0.077051	0.0000

Berdasarkan hasil pengujian REM diperoleh bahwa variabel *Green Accounting* memiliki nilai probabilitas sebesar 0,0641 > 0,05 sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap PBV.

Variabel CSR memperoleh nilai probabilitas sebesar 0,0619 > 0,05 sehingga CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap PBV. Variabel ROA memperoleh nilai probabilitas sebesar 0,0000 < 0,05 sehingga ROA berpengaruh signifikan terhadap PBV. Nilai Adjusted R-Squared sebesar 0,246478 menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan PBV sebesar 24,64%.

Pemilihan Model Regresi Data Panel

Uji Chow

Uji Chow digunakan untuk menentukan model terbaik antara *Common Effect Model* (CEM) dan *Fixed Effect Model* (FEM).

Tabel 4. Hasil Uji Chow

Pengujian	Probabilitas	Keterangan
Cross-section Chi-square	0.0000	FEM diterima

Berdasarkan hasil Uji Chow diperoleh nilai probabilitas *Cross-section Chi-square* sebesar 0,0000 < 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian model yang lebih tepat digunakan adalah *Fixed Effect Model* (FEM).

Uji Hausman

Uji Hausman digunakan untuk menentukan model terbaik antara *Fixed Effect Model* (FEM) dan *Random Effect Model* (REM).

Tabel 5. Hasil Uji Hausman

Pengujian	Probabilitas	Keterangan
Cross-section random	0.0000	FEM diterima

Berdasarkan hasil Uji Hausman diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,0000 < 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian model terbaik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Fixed Effect Model* (FEM).

Uji *Lagrange Multiplier* (LM)

Uji *Lagrange Multiplier* digunakan untuk menentukan model terbaik antara *Common Effect Model* (CEM) dan *Random Effect Model* (REM).

Tabel 6. Hasil Uji LM

Pengujian	Probabilitas	Keterangan
Breusch-Pagan	0.3127	CEM diterima

Berdasarkan hasil Uji *Lagrange Multiplier* diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,3127 > 0,05 sehingga H_0 diterima. Dengan demikian model yang lebih tepat antara CEM dan REM adalah *Common Effect Model* (CEM). Namun berdasarkan hasil keseluruhan pengujian model, yaitu *Uji Chow* dan *Uji Hausman*, model terbaik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Fixed Effect Model* (FEM).

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan model terbaik yaitu Fixed Effect Model (FEM).

a) Pengaruh *Green Accounting* terhadap PBV

   Variabel *Green Accounting* memiliki nilai probabilitas sebesar 0,7865 > 0,05 sehingga H_1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa *Green Accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

b) Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap PBV

   Variabel CSR memiliki nilai probabilitas sebesar 0,8197 > 0,05 sehingga H_2 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

c) Pengaruh *Return on Assets* terhadap PBV

   Variabel ROA memiliki nilai probabilitas sebesar 0,0020 < 0,05 sehingga H_3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uji Simultan (Uji F)

Nilai Prob (F-statistic) pada model FEM sebesar 0,000000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa *Green Accounting* , CSR, dan ROA secara simultan berpengaruh signifikan terhadap PBV.

Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai Adjusted R-Squared pada model FEM sebesar 0,982117. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel *Green Accounting* , CSR, dan ROA dalam menjelaskan variasi PBV sebesar 98,21%, sedangkan sisanya sebesar 1,79% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat terjadi karena penerapan *Green Accounting* pada perusahaan belum menjadi faktor utama yang dipertimbangkan investor dalam pengambilan keputusan investasi. Investor cenderung lebih memperhatikan kondisi keuangan perusahaan dibandingkan aktivitas lingkungan perusahaan. Selain itu, penerapan *Green Accounting* juga

membutuhkan biaya yang relatif besar sehingga dalam jangka pendek belum mampu meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *Green Accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.(Mujahidi et al., 2025)

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR belum mampu meningkatkan kepercayaan investor secara signifikan. Sebagian investor masih menganggap pengungkapan CSR hanya sebagai bentuk kepatuhan perusahaan terhadap regulasi sehingga belum menjadi pertimbangan utama dalam meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.(SUNARFIANA, 2018)

Pengaruh *Return on Assets* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba maka akan meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi dianggap memiliki kinerja yang baik sehingga mampu meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori sinyal (signaling theory) yang menyatakan bahwa informasi laba perusahaan menjadi sinyal positif bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi.(Kumala & Ahya, 2020)

Perspektif islam memandang pengaruh *Green Accounting* , *Corporate Social Responsibility (*CSR) terhadap nilai perusahaan dalam perspektif akuntansi syariah

Dalam perspektif akuntansi syariah, penerapan *Green Accounting* dipandang sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan dalam menjaga amanah Allah SWT terhadap lingkungan. Keuntungan tidak hanya diharuskan untuk diperoleh oleh perusahaan, tetapi keseimbangan alam juga diwajibkan untuk dijaga serta kerusakan lingkungan akibat aktivitas operasional harus dihindari. Konsep *Green Accounting* dimaknai sebagai penerapan prinsip khalifah fil ardh, yaitu manusia diposisikan sebagai pemimpin sekaligus penjaga bumi yang berkewajiban memelihara kelestarian lingkungan. Prinsip tersebut diperkuat melalui firman Allah SWT dalam QS. Al-A'raf ayat 56 yang berbunyi:

وَلَا تُفْسِدُوْا فِى الْاَرْضِ بَعْدَ اِصْلَاحِهَا وَادْعُوْهُ خَوْفًا وَّطَمَعًاۗ اِنَّ رَحْمَتَ اللّٰهِ قَرِيْبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِيْنَ

Artinya : "Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi setelah (Allah) memperbaikinya."

Ayat tersebut menegaskan bahwa segala bentuk aktivitas yang menyebabkan kerusakan

lingkungan dilarang dalam Islam. Selain itu, sabda Rasulullah SAW: "Tidaklah seorang muslim menanam pohon atau tanaman, lalu dimakan oleh burung, manusia, atau hewan, kecuali menjadi sedekah baginya" (HR. Bukhari), menunjukkan bahwa pelestarian lingkungan dipandang sebagai bentuk amal kebaikan dalam Islam. Namun demikian, berdasarkan hasil penelitian, pengaruh *Green Accounting* terhadap nilai perusahaan tidak ditemukan secara signifikan. Kondisi tersebut diduga disebabkan oleh perhatian investor yang masih lebih difokuskan pada aspek keuangan dibandingkan aspek lingkungan dalam pengambilan keputusan investasi.

Corporate Social Responsibility (CSR) dalam perspektif akuntansi syariah dipahami sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Dalam Islam, tanggung jawab perusahaan tidak hanya dibatasi kepada pemegang saham, tetapi juga diarahkan kepada masyarakat luas sebagai implementasi prinsip keadilan dan kemaslahatan. Pelaksanaan CSR dipandang mencerminkan nilai tolong-menolong dan kepedulian sosial yang dianjurkan dalam ajaran Islam. Hal tersebut ditegaskan dalam firman Allah SWT pada QS. Al-Maidah ayat 2: "Dan tolong-menolonglah kamu dalam kebajikan dan takwa." Ayat tersebut menunjukkan bahwa manfaat bagi masyarakat melalui kegiatan sosial, bantuan kemanusiaan, pendidikan, kesehatan, dan pelestarian lingkungan perlu diberikan oleh perusahaan. Selain itu, sabda Rasulullah SAW: "Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya" (HR. Ahmad), menegaskan bahwa perusahaan yang memberikan manfaat kepada masyarakat dipandang memiliki nilai yang baik dalam Islam. Akan tetapi, berdasarkan hasil penelitian, pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan tidak ditemukan secara signifikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan CSR masih dianggap oleh sebagian investor hanya sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi sehingga belum dijadikan pertimbangan utama dalam peningkatan nilai perusahaan.

Profitabilitas dalam perspektif akuntansi syariah dipahami sebagai kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan melalui cara yang halal, jujur, dan sesuai dengan prinsip syariah. Keuntungan diperbolehkan untuk diperoleh selama unsur riba, gharar, maisir, maupun tindakan yang merugikan pihak lain tidak terkandung di dalamnya. Tingkat profitabilitas yang tinggi dipandang mencerminkan efektivitas pengelolaan aset dan sumber daya perusahaan sehingga kepercayaan investor dapat ditingkatkan. Hal tersebut sejalan dengan firman Allah SWT dalam (QS. Al-Baqarah ayat 275):

وَاَحَلَّ اللّٰهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبٰوا

Artinya : "Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba."

Ayat tersebut menjelaskan bahwa keuntungan dalam kegiatan bisnis diperbolehkan selama

diperoleh melalui cara yang halal. Selain itu, Rasulullah SAW bersabda: “Pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi, orang-orang siddiq, dan para syuhada” (HR. Tirmidzi). Hadis tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan dalam memperoleh keuntungan harus disertai dengan kejujuran dan tanggung jawab. Berdasarkan hasil penelitian, profitabilitas ditemukan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, maka semakin tinggi pula kepercayaan investor sehingga nilai perusahaan dapat meningkat.

Secara keseluruhan, dalam perspektif akuntansi syariah, nilai perusahaan tidak hanya diukur berdasarkan laba dan harga saham semata, tetapi juga dinilai dari sejauh mana prinsip-prinsip syariah diterapkan, lingkungan dijaga, tanggung jawab sosial dijalankan, serta kemaslahatan bagi masyarakat diwujudkan. Perusahaan yang mampu menerapkan *Green Accounting* , CSR, dan profitabilitas sesuai prinsip Islam diyakini akan memperoleh keberkahan usaha sekaligus meningkatkan kepercayaan investor dan masyarakat. Dengan demikian, penerapan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas perusahaan dipandang sebagai salah satu faktor penting dalam menciptakan nilai perusahaan yang berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) diharapkan dapat meningkatkan penerapan *Green Accounting* secara lebih optimal dan transparan agar komitmen perusahaan terhadap lingkungan dapat diketahui oleh investor dan masyarakat. Perusahaan juga diharapkan mampu mengintegrasikan pengelolaan lingkungan ke dalam strategi bisnis jangka panjang sehingga dapat memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan perusahaan. Perusahaan juga disarankan untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) agar tidak hanya dipandang sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi, tetapi benar-benar mampu memberikan manfaat nyata bagi masyarakat dan lingkungan. Dengan pengungkapan CSR yang lebih baik, citra perusahaan dan kepercayaan investor diharapkan dapat meningkat.

Selain itu, perusahaan perlu mempertahankan dan meningkatkan profitabilitas melalui pengelolaan aset dan operasional yang efektif serta efisien. Tingkat profitabilitas yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan investor dan memperkuat nilai perusahaan di pasar modal syariah. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah jumlah sampel penelitian, memperpanjang periode penelitian, serta menggunakan variabel lain yang dapat memengaruhi nilai perusahaan,

seperti Good Corporate Governance (GCG), ukuran perusahaan, leverage, maupun kinerja lingkungan. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat menggunakan indikator pengukuran yang lebih luas agar hasil penelitian menjadi lebih akurat dan komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Andrianingsih, R. E., Nusantoro, J., & Darmayanti, E. F. (2022). Pengaruh Coorporate Social Responsibility Disclosure Dan Institutional Ownership Terhadap Firm Value PT Sinar Pematang Mulia 11 Bandar Mataram Lampung Tengah. *Expensive: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, *1*(2), 178 - 184. https://doi.org/10.24127/exclusive.v1i2.3009

Azizah, N., Hamzah, B., & Murdifin, I. (2025). *Pengaruh Profitabilitas dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Industri Makanan dan Minuman yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI)*. *8*(1), 325–339.

Faqih, M., Tarof, A., & Rahmawati, M. I. (n.d.). *PENGARUH PROFITABILITAS , LEVERAGE , DAN UKURAN PERUSAHAAN*.

Faroji, R., & Ali, O. (2021). *PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019)*. *1*.

Guna, D., Tugas, M., Melengkapi, D., Memperoleh, S., & Hanun, S. L. (2025). *Program studi akuntansi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam universitas islam negeri salatiga 2025*.

Kumala, D., & Ahya, I. N. (2020). *PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP RETURN SYARIAH INDONESIA SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI PERIODE 2013-2017 EFFECT OF PROFITABILITY ON SHARE RETURN WITH COMPANY VALUE AS A MEDIATION VARIABLES IN INDONESIA SHARES INDEX IN THE CONSUMPTION GOODS INDUSTRY SECTOR 2013-2017*. *06*(02), 2013–2017.

Mujahidi, K., Krisnina, B., Putri, M., & Hastuti, E. W. (2025). *GREEN ACCOUNTING : THE CONCEPT OF ENVIRONMENTAL ECONOMICS AND ITS IMPLEMENTATION IN SUSTAINABLE*. *7*, 1–10.

Nopriyanto, A., & Perusahaan, N. (n.d.). *ARTIKEL ANALISIS PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)*. *5*(2), 1–12.

Nur Rokhmah, L., Suyanto, S., & Padwa Sari, G. (2025). Pengaruh Financial Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur. *Expensive: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, *4*(2), 150-160. https://doi.org/10.24127/exclusive.v4i2.9869

Oktawidya Tirta , C., Zanaria, Y., & Padwa Sari, G. (2025). Analisis Komposisi Giro, Tabungan dan Deposito Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Expensive: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, *4*(1), 107-118. https://doi.org/10.24127/exclusive.v4i1.8517

Rajaby, S., Trenggono, E., & Trisnaningsih, S. (2025). *Green Accounting , Corporate Social Responsibility , Carbon Emission Disclosure , Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan : Analisis Perusahaan Manufaktur 2021-2023*. *17*(2).

Riene, J. A., Dharma, U. B., Lingkungan, K., Modal, S., & Value, F. (2025). *Pengaruh Green Accounting , Kinerja Lingkungan Dan Struktur Modal Terhadap Firm Value Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di*. *1*, 1–15.

Safitriani, D., Studi, P., Syariah, A., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Islam, U., & Salatiga, N. (2025). *No Title*. *Ic*.

SUNARFIANA. (2018). *ANALISIS PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP KINERJA KEUANGAN (Studi Kasus pada PT. Semen Tonasa)*.