

Pengaruh Penerapan *Green Accounting*, CSR, dan *Ukuran Perusahaan* Terhadap Nilai Perusahaan

¹Sara Christine, ¹Tika Angelina Lu, ¹Siti Aisyah Nasution, ²Yunus Anugerah Hulu

¹Program Studi Akuntansi Universitas Prima Indonesia

²Program Studi Akuntansi Universitas Nias Raya

*Correspondence : sitiaisyahnasution@unprimdn.ac.id

ABSTRACT

This report provides a comprehensive analysis of the factors influencing firm value within the Indonesian pharmaceutical industry, specifically examining the roles of Green Accounting, Corporate Social Responsibility (CSR), and Firm Size in the post-COVID-19 landscape. The research problem addresses the imperative for pharmaceutical companies to operate effectively and efficiently in a highly competitive environment to enhance performance and reputation, ultimately increasing firm value for the benefit of both shareholders and the wider community. A quantitative research design was employed, utilizing secondary data extracted from the annual reports of 11 pharmaceutical companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2019-2022, yielding a total of 44 observations. Data analysis was conducted using Statistical Product and Service Solutions (SPSS), incorporating Multiple Linear Regression, Classical Assumption Tests, Coefficient of Determination, Partial (t-test), and Simultaneous (F-test) Hypothesis Testing. The empirical findings reveal a nuanced interplay among the variables. Green Accounting, when assessed individually, was found to have no statistically significant effect on Firm Value (measured by Price to Book Value - PBV). In contrast, both Corporate Social Responsibility and Firm Size demonstrated a statistically significant positive partial effect on Firm Value (PBV). Crucially, the collective impact of Green Accounting, Corporate Social Responsibility, and Firm Size exhibited a significant simultaneous effect on Firm Value (PBV). These results underscore the strategic importance of integrated approaches to sustainability and corporate governance in determining firm value within this dynamic industry context.

Keywords: Green Accounting, CSR, Company Size, and Company Value

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di dunia farmasi sekarang begitu pesat walaupun Indonesia telah selesai dengan pandemi Covid-19, namun masyarakat wajib antisipasi dikarenakan peluang untuk terpapar masih bisa terjadi. Untuk itu, kondisi ini menjadi peluang bagi industri farmasi dalam hal peningkatan permintaan masyarakat terhadap obat-obatan dan peralatan kesehatan. Dalam industri farmasi yang sangat

kompetitif, manajemen perusahaan dihadapkan pada tuntutan untuk menjalankan operasional dengan efektif dan efisien guna meningkatkan kinerja dan reputasi perusahaan (Rachmi et al., 2021). Apabila kinerja dan reputasi perusahaan meningkat, maka hal ini akan memengaruhi nilai perusahaan. Berdirinya sebuah perusahaan melibatkan beragam tujuan, salah satunya untuk memaksimalkan kekayaan pemilik perusahaan atau pemegang saham. Tujuan tersebut tidak hanya memberikan manfaat langsung kepada pemilik perusahaan dan pemegang saham, tetapi juga berdampak positif pada masyarakat luas. Cara mencapai tujuan tersebut adalah dengan meningkatkan nilai perusahaan (Zhafira dan Andayani, 2018). Nilai perusahaan mencerminkan penilaian investor terhadap kinerja perusahaan dalam mengendalikan sumber daya yang dimiliki. Semakin banyak investor yang membeli saham, harga saham akan meningkat, dan dengan demikian nilai perusahaan juga akan naik. Dalam meningkatkan nilai perusahaan, bukan hanya harga saham dan investor yang memengaruhi, tetapi juga penerapan biaya lingkungan. Hal ini berkaitan dengan keberlangsungan lingkungan perusahaan dan bumi. Biaya lingkungan biasanya berhubungan dengan penerapan *green accounting*.

Green accounting sendiri menjadi alat perusahaan untuk memberikan pemahaman mengenai kegiatan pengelolaan lingkungan dalam sudut pandang ekonomi (Maama & Appiah, 2019). Penerapan *green accounting* menjadi suatu kebutuhan penting bagi perusahaan, terutama di sektor industri farmasi. Perusahaan yang menerapkan *green accounting* akan mencatat dan melaporkan informasi keuangan yang berhubungan dengan praktik keberlanjutan mereka. Penerapan *green accounting* juga berfungsi sebagai alat komunikasi manajemen untuk keputusan bisnis internal yang mengacu pada penyertaan biaya lingkungan dalam praktik akuntansi perusahaan atau lembaga pemerintah. *Sustainability report* dalam hal ini diwujudkan melalui Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial dan lingkungan, di mana laporan keberlanjutan bertujuan untuk menyampaikan secara transparan komitmen serta kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial perusahaan kepada para pemangku kepentingan serta masyarakat luas. Dengan menerapkan *green accounting* dan *sustainability report*, perusahaan berusaha meminimalkan atau menghindari potensi kerugian di masa depan akibat dampak lingkungan serta memperoleh keunggulan kompetitif melalui produksi yang lebih ramah lingkungan. Selain itu, penerapan akuntansi berwawasan lingkungan dan pelaporan keberlanjutan juga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan.

Keuntungan yang tinggi dapat menjadi indikator bahwa perusahaan memiliki kinerja keuangan dan lingkungan yang baik. Hal ini berpengaruh terhadap ukuran perusahaan, karena investor cenderung lebih tertarik untuk menanamkan modal pada perusahaan yang memiliki profit besar, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kapasitas operasional perusahaan. Klasifikasi ukuran perusahaan dapat

didasarkan pada beberapa aspek, seperti total pendapatan, total aset, dan modal. Semakin besar total pendapatan, modal, serta aset yang dimiliki, semakin kuat posisi perusahaan dalam industri. Selain itu, ukuran perusahaan juga berhubungan dengan proporsi aktivitas yang dijalankan. Pertumbuhan total aset dan aset tetap perusahaan umumnya berbanding lurus dengan peningkatan ukuran perusahaan. Seiring dengan semakin besarnya perusahaan, tuntutan untuk lebih transparan dalam mengungkapkan informasi mengenai kondisi dan operasionalnya juga meningkat. Pengungkapan informasi yang baik memungkinkan para stakeholder memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi serta aktivitas bisnis perusahaan. Ukuran perusahaan menjadi faktor penting bagi stakeholder dalam menilai prospek perusahaan ke depan. Perusahaan berskala besar sering kali dianggap lebih mampu bertahan dalam persaingan bisnis karena memiliki kekuatan yang lebih besar dalam memperoleh keuntungan atau profit (Aghnitama, Aulfa, & Helrsulgondo, 2021).

Untuk lebih jelas dapat dilihat tiga Perusahaan sektor farmasi yang menjadi fenomena penelitian ini yang disajikan dalam bentuk rupiah sebagai berikut :

Kode	Tahun	Total Aset	Hutang	Penjualan	Laba bersih
DVLA	2019	1.829.212	523.882	1.813.020	221.783
	2020	1.986.71	660.425	1.829.700	221.783
	2021	2.082.91	691.499	1.900.89	146.505
	2022	2.009.139	605.51	1.917.041	149.375
INAF	2019	1.383.935	878.999	1.359.175	7.962
	2020	1.713.335	1.283.008	1.715.588	30
	2021	2.011.879	1.503.569	2.901.986	-37.571
	2022	1.534.000	1.447.652	1.144.108	-428.488
KAEF	2019	18.352.877	10.939.950	9.400.535	15.89
	2020	17.562.817	10.475.145	10.006.173	20.425
	2021	17.760.195	10.528.322	12.857.626	289.889
	2022	20.353.993	11.014.703	9.606.145	-109.783

Berdasarkan Tabel I.1 diatas, PT. DVLA menunjukan bahwa pada kurun waktu 2019- 2022 Total Aset mengalami kenaikan sebesar 20,6%. Sementara Hutang mengalami kenaikan 11,7%. PT. INAF menunjukan bahwa pada kurun waktu 2019-2022 Penjualan mengalami penurunan sebesar 22,2%. Sementara Laba Bersih mengalami Penurunan -6,8%. PT. KAEF

menunjukkan bahwa pada kurun waktu 2019-2022 Penjualan mengalami penurunan 24,7%. Sementara total asset mengalami kenaikan 20,7%.

Dari uraian diatas dan dikarenakan masih sedikitnya mahasiswa akuntansi mengambil tema seputar akuntansi lingkungan maka penulis mengambil judul: **“PENGARUH PENERAPAN GREEN ACCOUNTING, CSR, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN FARMASI DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2019-2022.”**

KAJIAN LITERATUR

Teori legitimasi

Teori Legitimasi adalah teori yang menjelaskan bahwa perusahaan akan melakukan pengungkapan mengenai tanggung jawabnya terhadap masyarakat dan lingkungan untuk meyakinkan masyarakat agar dapat diterima di masyarakat (Siladja dkk, 2023). Perusahaan menggunakan laporan tahunan sebagai media pelaporan pengungkapan tanggung jawab sosial lingkungannya termasuk mengenai pengungkapan emisi karbon, meskipun beberapa perusahaan sudah ada yang menyajikan laporan keberlanjutannya secara terpisah. Selanjutnya Hardiyanti & Sajiyo (2024) menyebutkan bahwa berdasarkan teori legitimasi Chen dan Delmas, perusahaan harus mampu memantau perubahan serta nilai-nilai masyarakat untuk mempertahankan legitimasi mereka. Oleh sebab itu, praktik tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat meningkatkan reputasi perusahaan, memperkuat hubungan dengan pelanggan dan meminimalkan risiko tuntutan hukum.

Teori sinyal

Teori sinyal atau *signaling theory* adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Teori ini memberikan penjelasan mengenai alasan perusahaan memiliki dorongan untuk menyampaikan atau memberikan informasi terkait laporan keuangan perusahaan untuk pihak eksternal. Dorongan untuk menyampaikan atau memberikan informasi terkait laporan keuangan untuk pihak eksternal dilandasi pada terdapatnya asimetri informasi antar manajemen perusahaan dan pihak eksternal (Bergh et al., 2014). Dalam hal ini laporan keuangan tahunan adalah bentuk sinyal dari pihak internal perusahaan. *Signaling theory* berkaitan dengan nilai perusahaan, jika perusahaan gagal atau tidak dapat menyampaikan sinyal yang baik tentang nilai perusahaan, maka nilai perusahaan tidak akan sesuai

dengan posisinya yang berarti nilai perusahaan bisa menurun. lebih tinggi atau lebih rendah dari nilai sebenarnya.

Green Accounting

Menurut Profesor Andreas Lako, Guru Besar Akuntansi Keberlanjutan/Sustainability Accounting Unika Soegijapranata, green accounting yaitu paradigma akuntansi baru yang merekomendasikan agar proses akuntansi tidak hanya fokus pada transaksi. Transaksi keuangan yang diperlukan dalam penyusunan laporan keuangan untuk mengungkapkan keuntungan/kerugian badan usaha (laba), tetapi juga pada transaksi peristiwa (sosial) (manusia) dan lingkungan hidup (planet) yang dikenal informasi akuntansi sosial dan lingkungan. Akuntansi ramah lingkungan memerlukan akuntansi yang bukan hanya fokus pada laba, tetapi juga pada planet dan manusia (Farhan, 2021). Perusahaan diharapkan untuk mengungkapkan biaya tindakan lingkungan selama operasi harian mereka. Pengukuran, pengelompokan, pencatatan, dan pelaporan biaya lingkungan adalah semua bagian dari proses ini. Semua ini dilakukan dalam laporan tahunan perusahaan. Bisnis dapat mengevaluasi dampak finansial dari kegiatan lingkungan mereka dengan melakukan langkah ini dan memberi investor informasi yang akurat untuk membantu mereka membuat keputusan. Studi Dewi dan Edward (2020), Maharani dan Handdayani (2021), dan Mirnawati dan Dewi (2023), menunjukkan bahwa menggunakan akuntansi hijau sangat menguntungkan nilai bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan dapat meningkat dan kepercayaan pemangku kepentingan dapat meningkat dengan menerapkan praktik akuntansi yang ramah lingkungan.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) melibatkan tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk mengakui tanggung jawab mereka tidak hanya kepada pemegang saham tetapi juga kepada semua pemangku kepentingan yang terhubung dengan perusahaan tersebut. Secara teori, CSR merupakan inti dari etika bisnis. ISO 26000 mendefinisikan tanggung jawab sosial sebagai bentuk kepedulian sosial yang dilakukan oleh perusahaan, yang saat ini memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan (Irawan & Muarifah, 2020). Menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, CSR merupakan tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk menjaga hubungan yang harmonis, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat (Riyanti & Raharjo, 2021).

Ukuran perusahaan

Ukuran suatu perusahaan adalah skala di mana Anda dapat mengetahui seberapa besar atau kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dihitung dengan logaritma natural atas total aktiva perusahaan; perusahaan dengan aktiva yang sangat besar cenderung menimbulkan biaya yang sangat besar karena

aktiva tersebut digunakan untuk menjalankan bisnis. Selain itu perusahaan yang besar pun akan lebih mudah memperoleh dana dari pihak kreditur, etika ukuran perusahaan semakin besar akan mempermudah perusahaan dalam mendapatkan modal dari penanam modal. Rumus perhitungan ukuran perusahaan (Rantika et al., 2022)

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder yakni laporan tahunan perusahaan (Sugiyono, 2014). Populasi penelitian ini terdiri dari 11 dari perusahaan Farmasi yang terdaftar selama periode 2019- 2022. Populasi tersebut diperoleh sampel sebanyak 44 amatan yang memenuhi kriteria. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan data sekunder yang diambil dari laporan tahunan perusahaan Farmasi selama periode 2019-2022. Penelitian ini dikembangkan berdasarkan data laporan keuangan, dengan menggunakan *green accounting*, CSR, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan sebagai variabel penelitian.

Dalam menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan perhitungan statistik, yaitu SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) bantuan teknologi komputer, dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda (*Multiple Regresision Analystist*). yang melalui tahapan berikut:

Uji asumsi klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel dalam model regresi variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. (Ghozali 2016)

2. Uji Multikolonieritas

Ghozali (2016) “Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen)”. Beberapa cara untuk melihat nilai korelasi antar variabel independen melihat indeks dan *eigenvalue* dan melihat *tolerance* dan *variance inflating* (VIF)

3. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016) Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu dengan periode t dengan kesalahan pengganggu pada t-1 (sebelumnya). Cara atau teknik yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala autokorelasi yaitu dengan uji Durbin Waston, uji *Lagrange multiplier*, dan uji *Run Test*

4. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2016) “Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada heteroskedastitas dilakukan dengan beberapa cara, antara lain Uji Glejser, Uji Park, Uji Spearman.

Analisis Regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda adalah model regresi linier dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau predictor terhadap variabel terikat. Analisis linier berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar berpengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016).

Persamaan regresi linier berganda biasanya dinyatakan dalam bentuk formula sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Y = Nilai perusahaan (PBV)

a = Konstanta

b_1 – b_3 = Koefisien regresi variabel X_1 – X_3

X_1 = *Green accounting*

X_2 = *Corporate social responsibility (CSR)*

X_3 = Ukuran perusahaan

e = *Error*

Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan nilai nol sampai satu . (Ghozali, 2016).

Uji hipotesis t (Parsial)

Uji t dikenal dengan uji parsial, pada dasarnya digunakan untuk mengetahui tingkat membandingkan t hitung dengan t table atau dengan melihat signifikan pada masing-masing t hitung. Kriteria yang menjadi pedoman uji t adalah sebagai berikut:

H_0 diterima jika $T_{hitung} \leq T_{tabel}$ dan signifikan $> 0,05$

H_1 diterima jika $T_{hitung} \leq T_{tabel}$ atau $T_{hitung} >$ dan signifikan $< 0,05$

Uji Hipotesis F (simultan)

Menurut Ghozali (2018:98) “ Uji F dilakukan untuk melihat apakah model yang dianalisis memiliki tingkat kelayakan model yang tinggi yaitu variabel-variabel yang digunakan mampu menjelaskan fenomena yang dianalisis”. Uji F menunjukkan apakah dari variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, ada beberapa kriteria sebagai berikut:

1. Taraf signifikan = 0,05
2. H_0 akan ditolak jika $F_{hitung} > F_{Tabel}$ artinya variabel independen secara simulative memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3. H_a akan diterima jika $F_{Hitung} < F_{Tabel}$, artinya variabel independen secara simulatif tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN

Analisis Statistik Deskriptif Penelitian

Analisis Statistik Deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai minimum, maksimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. Untuk memberikan gambaran analisis deskriptif berikut akan dijelaskan pada tabel 3.1 berikut ini:

Tabel 3.1 Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Green_Accounting	44	.00	1.00	.7273	.45051
CSR	44	.04	.63	.3066	.17646
Ukuran_Perusahaan	44	25.97	30.94	28.6975	1.27886
PBV	44	.75	7.50	2.8618	1.84882
Valid N (listwise)	44				

Sumber: Data Pengolahan SPSS Versi 26, 2023

Berdasarkan Tabel 3.1 diketahui bahwa memiliki nilai minimum *Green_Accounting* sebesar 0 dan nilai maksimum 1. Nilai rata-rata sebesar 0.73 sedangkan nilai standar deviasi sebesar 0.450. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai minimum sebesar -0,04 dan nilai maksimum 0,63. Nilai rata-rata sebesar 0,30 sedangkan nilai standar deviasi sebesar 0,176. Variabel Ukuran Perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 25,97 dan nilai maksimum 30,94. Nilai rata-rata sebesar 28,69 sedangkan nilai standar deviasi sebesar 1.278. Variabel Nilai Perusahaan (PBV) memiliki nilai minimum sebesar 0,75 dan nilai maksimum 7.50. Nilai rata-rata sebesar 2,86 sedangkan nilai standar deviasi sebesar 1.848.

Tabel 1

Uji Normalitas Pendekatan Kolmogorov-Smirnov (K-S)

		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	Normal Parameters ^{a,b}
	Std. Deviation	
Most Extreme Differences	Absolute	Most Extreme Differences

	Positive	
	Negative	
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{e,d}

Sumber: data olahan

Hasil uji normalitas dengan menggunakan one-sample kolmogorov-smirnov test menunjukkan P-value = 0.200 lebih besar dari 0.05. Dengan demikian, kita dapat menyimpulkan bahwa residual yang tidak terstandarisasi berdistribusi normal pada tingkat signifikansi 5%. Artinya, data residual tidak menunjukkan penyimpangan signifikan dari distribusi normal.

Tabel 2
Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Green_accounting	.826	1.210
CSR	.487	2.055
Ukuran_Perusahaan	.559	1.790

Sumber: data olahan

Berdasarkan Tabel 2 maka dapat diketahui bahwa nilai Tolerance variabel independen lebih dari 0.1 dan untuk nilai VIF tidak lebih dari 10, sehingga dalam model regresi ini tidak mengandung gejala multikolinieritas.

Tabel 3
Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37.373	119.515		.313	.756
	Green_accounting	52.766	102.608	.087	.514	.610
	CSR	.537	2.794	.042	.192	.849
	Ukuran_Perusahaan	.385	.523	.152	.737	.465

Sumber: data olahan

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas dengan metode *beurchs pagan godfrey* pada Tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi setiap variabel independen terhadap variabel absolute residualnya di atas 0,05, yang artinya dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi gejala heterokedastisitas atau lolos uji heterokedastisitas.

Tabel 4
Hasil Uji Autokerasli Run Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-2.54325
Cases < Test Value	22
Cases >= Test Value	22
Total Cases	44
Number of Runs	18
Z	-1.373
Asymp. Sig. (2-tailed)	.170

Sumber: data olahan

Berdasarkan Tabel 4 melalui Uji Run test diketahui bahwa nilai sig.pada baris *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,170 yang mana > dari 0,05, sehingga disimpulkan model regresi tidak terdapat adanya autokorelasi.

Tabel 5
Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	47.709	54.075		.882	.383
	Green_accounting	23.507	46.426	.068	.506	.615
	CSR	-2.863	1.264	-.396	-2.265	.029
	Ukuran_Perusahaan	1.192	.237	.821	5.038	.000

Sumber: data olahan

Berdasarkan hasil regresi pada tabel 5 maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y : 47.709 + 23.507X_1 - 2.863 X_2 + 1.192 X_3.$$

Artinya: nilai konstanta sebesar 47,709 menyatakan bahwa jika variabel independen yaitu *green accounting*, CSR, dan ukuran_perusahaan dianggap konstan, maka akan meningkatkan PBV sebesar 47,709. Kemudian *green accounting* sebesar 23,507 menyatakan bahwa setiap penambahan satu-satuan *green accounting* maka akan meningkatkan PBV sebesar 23,507 sedangkan yang terjadi csr sebesar -2,863 menyatakan bahwa setiap penambahan satu-satuan CSR maka akan menurunkan PBV sebesar -2,863. Pada ukuran perusahaan sebesar 1,192 menyatakan bahwa setiap penambahan satu-satuan ukuran perusahaan maka akan meningkatkan PBV sebesar 1.192.

Koefisien Determinasi

Tabel 3.8. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.638 ^a	.407	.362	117.32562

a. Predictors: (Constant), Ukuran_Perusahaan, Green_accounting, CSR

b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data Pengolahan SPSS Versi 22, 2023

Hasil koefisien determinasi diperoleh nilai R Square sebesar 0,434 yang mana nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Ukuran_Perusahaan* dianggap dapat menjelaskan atau mempengaruhi Nilai Perusahaan (PBV) sebesar 40,7%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 6

Uji F

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	377641.992	3	125880.664	9.145	.000 ^b
	Residual	550612.013	40	13765.300		
	Total	928254.005	43			

Sumber: data olahan

Dapat diketahui bahwa jumlah sampel (n) sebanyak 44 data dan jumlah parameter (k) sebanyak 4, sehingga diperoleh $df_1 = 4 - 1 = 3$; $df_2 = n - k = 44 - 4 = 40$, maka $\alpha = 0,05$, diperoleh F-tabel = 2,840. Hipotesis pengujian F-statistik secara rinci dapat diuraikan nilai F-hitung diperoleh sebesar 5,220; sedangkan nilai F-tabel untuk jumlah sampel 40 sebesar 2,840. Sehingga dapat disimpulkan bahwa F-hitung $9,145 > F\text{-tabel } 2,840$ dan nilai signifikan diperoleh $0,000 < 0,05$ maka *green accounting*, *corporate social responsibility* (CSR) dan *ukuran_perusahaan* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) pada sektor perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Tabel 7

Uji Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-47.709	54.075		-.882	.383
	<i>Green_accounting</i>	23.507	46.426	.068	.506	.615
	CSR	-2.863	1.264	-.396	-2.265	.029
	Ukuran_Perusahaan	1.192	.237	.821	5.038	.000

Sumber: data olahan

Pada uji parsial yang ditampilkan pada Tabel 7 menunjukkan *green accounting* sebesar 0,506 sedangkan nilai t-tabel sebesar 1,683; sehingga dapat dikatakan bahwa $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ dan nilai signifikan diperoleh $0,615 > 0,05$, maka *green accounting* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Hal ini menandakan bahwa penerapan biaya lingkungan pada laporan keuangan tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Pada metode pencatatan yang disebut “akuntansi hijau” memperhitungkan faktor ekonomi, sosial, dan lingkungan. Untuk memastikan bahwa akuntansi yang dibuat dan diberikan kepada pemangku kepentingan memiliki informasi yang komprehensif, akurat, dan relevan, prosedur akuntansi untuk ketiganya harus dikaitkan secara metodis. Kepercayaan investor terhadap perusahaan akan kuat sebagai hasil dari penerapan akuntansi hijau yang baik secara umum. Hal ini akan meningkatkan reputasi masyarakat dan meningkatkan nilai perusahaan. Namun dalam penilaian indeks proper yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup, tidak semua perusahaan ternyata masuk dalam kategori penilaian. Sehingga *green accounting* bukan menjadi komponen satu-satunya dalam meningkatkan nilai perusahaan berdasarkan nilai pasar. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Aurillia Salsabila & Jacobus Widiatmoko, 2022), (Bintang & Prijanto, 2022) dan (Kumala & Ruly, 2024) yang menyatakan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh secara langsung terhadap nilai perusahaan.

Kemudian pada *corporate social responsibility* (CSR) sebesar 2.265 sedangkan nilai t-tabel sebesar 1.683; sehingga dapat dikatakan bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dan nilai signifikan diperoleh $0,029 < 0,05$; maka *corporate social responsibility* (CSR) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Hal ini berarti perusahaan yang aktif dalam kegiatan CSR dapat memperoleh manfaat jangka panjang dalam hal reputasi, hubungan dengan stakeholder, serta potensi peningkatan kinerja finansial. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertimbangkan CSR sebagai bagian integral dari strategi jangka panjang mereka untuk menciptakan nilai tambah bagi semua pemangku kepentingan. Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Liani et al., 2024), Gunawan & Paramitha (2024) yang menyatakan bahwa CSR Memiliki pengaruh secara langsung terhadap nilai perusahaan.

Terakhir, ukuran_perusahaan sebesar 5,038 sedangkan nilai t-tabel sebesar 1,683; sehingga dapat dikatakan bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dan nilai signifikan diperoleh $0,000 < 0,05$ maka ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Hal tersebut menandakan semakin tinggi atau rendahnya ukuran perusahaan yang diperoleh dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dimana, ukuran perusahaan mencerminkan besarnya aset dan skala operasionalnya terhadap nilai perusahaan. Perusahaan besar cenderung lebih mudah mendapatkan akses ke pasar modal untuk mendapatkan dana tambahan yang mendukung ekspansi dan inovasi. Selain itu, skala operasional yang besar memungkinkan efisiensi biaya dan pengelolaan yang lebih baik, yang pada akhirnya dapat meningkatkan profitabilitas dan nilai pasar perusahaan. Namun, perusahaan besar juga lebih diperhatikan oleh regulator dan investor, yang menuntut tingkat transparansi dan tata kelola yang tinggi. Oleh karena itu, manajemen risiko dan pengawasan yang ketat menjadi krusial dalam mempertahankan nilai perusahaan dalam jangka panjang. kebijakan, keputusan, atau faktor yang diuji memiliki dampak yang konstruktif terhadap kinerja finansial dan reputasi perusahaan. Hal ini menciptakan keuntungan kompetitif, meningkatkan daya tarik di mata investor, dan mendorong pertumbuhan jangka panjang perusahaan.hal ini sejalan dengan penelitian (Fabian & Wijaya, 2022).

PEMBAHASAN

Pengaruh Green Accounting terhadap nilai perusahaan

Hipotesis pertama dalam penelitian ini menyebutkan bahwa green accounting berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai signifikasi sebesar 0,615 menyatakan lebih besar dari syarat nilai signifikasi sebesar 0,05. Nilai tersebut dapat dikatakan bahwa variabel independen green accounting tidak memiliki positif akantetapi signifikan terhadap variabel dependen maka hipotesis pertama ditolak. Hal ini disebabkan karena belum semua perusahaan di sektor farmasi menyadari pentingnya pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan apalagi dalam penelitian ini yang menajdi objek penelitian sektor farmasi sangat berkaitan dengan Kesehatan. Biaya lingkungan merupakan pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk bertanggung jawab terhadap lingkungan sehingga, akan menunjukkan berapa besar nominal yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk lingkungan. Pengeluaran ini selain untuk menunjukkan seberapa besar tanggungjawab perusahaan juga untuk membangun citra perusahaan terhadap masyarakat. Asumsinya semakin baik citra perusahaan dimata masyarakat maka, akan meningkatkan nilai dari perusahaan tersebut. Hal ini juga dijelaskan oleh teori legitimasi bahwa perusahaan wajib untuk bertanggungjawab terhadap lingkungannya. Sehingga, hal ini mampu dibuktikan bahwa green accotuning mampumempengaruhi citra perusahaan. Akan tetapi, belum

semua pihak merasa bahwa perusahaan dengan tanggung jawab yang baik merupakan perusahaan yang nilai perusahaannya juga bagus. Ada banyak factor lain yang menyebabkan nilai perusahaan meningkat yang dianggap oleh masyarakat lebih mampu menyebabkan peningkatan signifikan. Sehingga penelitian ini konsisten dengan penelitian (Erlangga, C. M., Fauzi, A., & Sumiati, 2021), yang menemukan bahwa penerapan akuntansi hijau tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Namun, penemuan ini tidak konsisten dengan temuan (Sugiyarti, L., Asmilia, N., & Hanah, 2021) dimana dijelaskan bahwa Green accounting tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan nilai beta $-0,396$ dan signifikansi $0,029$. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelaksanaan CSR dipersepsikan negatif oleh investor karena mencerminkan kurangnya komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan, reputasi, dan kepercayaan publik. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Delvia, S., & Helmy, 2024) serta (Ardiansyah, R. D., & Widoretno, 2024) yang menyatakan bahwa keterlibatan aktif perusahaan dalam aktivitas sosial dan lingkungan mampu meningkatkan citra perusahaan dan mendorong kenaikan nilai pasar. (Lestari & Khomsiyah, 2023) juga mendukung temuan ini dengan menyebutkan bahwa pengungkapan CSR yang konsisten dapat meningkatkan loyalitas stakeholder. Namun, hasil ini tidak sejalan dengan penelitian (Hadiwibowo, I., Limarty, D., & Azis, 2023) dan (Prasetyaningsih, B. I., Sutoyo, 2024) yang menyimpulkan bahwa CSR belum berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan akibat masih rendahnya kualitas implementasi dan keterbatasan transparansi informasi.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan nilai beta $0,821$ dan signifikansi $0,000$. Ini mengindikasikan bahwa Ukuran perusahaan digunakan sebagai faktor penentu nilai perusahaan. Selain itu, ukuran perusahaan mendeskripsikan total aset perusahaan. Perusahaan sektor farmasi dipercaya dapat memberikan kontribusi bagi pemegang sahamnya. Hal ini

dapat menarik minat investor untuk memiliki saham perusahaan. Semakin banyak investor yang berminat memiliki saham, maka harga saham perusahaan dapat semakin tinggi. Kenaikan harga saham di pasar modal mengindikasikan bahwa nilai perusahaan semakin meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh (Chusnitah & Retnani, 2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Oktaviarni, 2019) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN [Times New Roman 11 bold]

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. *Green Accounting* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI periode 2019-2022.
2. *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI periode 2019-2022.
3. Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI periode 2019-2022.
4. *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada sektor Perusahaan Farmasi yang terdaftar di BEI periode 2019-2022.

Saran

Setelah menyelesaikan penelitian ini, penulis memberikan saran berupa:

1. Bagi para peneliti selanjutnya diharapkan untuk menggunakan variabel lain guna melengkapi kekurangan dari penelitian ini serta menambah referensi tentang judul ini.
2. Bagi para investor diharapkan memperhatikan laporan keuangan sebelum memilih perusahaan guna meminimalisir kerugian yang mungkin terjadi.
3. Bagi perusahaan diharapkan penelitian ini dapat berguna sebagai acuan ke depannya dan berdampak positif karena hal tersebut dapat membantu menjaga citra dan nama baik perusahaan di mata investor.

REFERENSI

- Ardiansyah, R. D., & Widoretno, A. A. (2024). No Title. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah. Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah, 6*(2), 2547–2562.
<https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i12.4205>
- Aurillia Salsabila, & Jacobus Widiatmoko. (2022). Pengaruh Green Accounting terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2021. *Jurnal Mirai Manajemen, 7*(1), 410–424.
- Bintang, A. R., & Prijanto, B. (2022). Pengaruh penerapan green accounting terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating pada perusahaan sub sektor tambang batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan, 5*(5), 2275–2284.
<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i5.2347>
- Chusnitah, N., & Retnani, E. (2017). PENGARUH STRUKTUR MODAL, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN Nur Maghfirotu Chusnitah. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi, 6*(November), 1–21.
- Delvia, S., & Helmy, H. (. (2024). ngaruh Penerapan Green Accounting Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan. *Eksplorasi, Jurnal (JEA),*

Akuntansi, 6(4), 1372–1389.

<https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.24036/Jea.V6i4>.

Erlangga, C. M., Fauzi, A., & Sumiati, A. (. (2021). Penerapan Green Accounting dan Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas.

Akuntabilitas, 14(1), 61–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.15408/akt.v14i1.20749>

Fabian, C., & Wijaya, H. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 15(2), 319–328.

<https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v15i2.769>

Hadiwibowo, I., Limarty, D., & Azis, M. T. (. (2023). Pengungkapan Emisi Karbon Green Accounting Dan Kinerja Lingkungan Pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 9, 82–95.

Kumala, N., & Ruly, P. (2024). 863 | Volume 5 Nomor 3 2024. *Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 863–882.

Lestari, A. D., & Khomsiyah, K. (2023). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Penerapan Green Accounting, 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>

Liani, Y., Wardhani, R. S., & Sumiyat. (2024). *Bisma : Jurnal Bisnis dan Manajemen PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN LEVERAGE TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN TRANSPORTASI Pendahuluan*. 18(1), 19–26.

Octalisa Gunawan, V., & Paramitha, M. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Komite Audit Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2019-2021). *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 8(1), 101–110. <https://doi.org/10.25139/jaap.v8i1.8061>

Oktaviarni, F. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 16(1), 1–21. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v16i1.4041>

Prasetyaningsih, B. I., Sutoyo, & S. (2024). The Influence Of Green Accounting And Carbon Emission Disclosure On Company Value. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(1), 83–90. <https://doi.org/https://doi.org/10.37641/Jimkes.V13i1.3037>

Sugiyarti, L., Asmilia, N., & Hanah, S. (n. d. . (2021). *NILAI PERUSAHAAN: ARUS KAS OPERASIONAL, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND GREEN ACCOUNTING*.

