

Green Accounting, Corporate Social Responsibility, dan Profitabilitas Sebagai Faktor Penentu Nilai Perusahaan *Food and Beverage* Tahun 2021-2023

Robertus Steven Widjajanto¹⁾, Anna Sumaryati²⁾

^{1,2)} Universitas Dian Nuswantoro

¹⁾ 212202104414@mhs.dinus.ac.id

²⁾ anna.sumaryati@dsn.dinus.ac.id

Abstrak

Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia telah menunjukkan nilai perusahaan yang tinggi, tetapi penerapan praktik keberlanjutan dan pencapaian kinerja keuangan yang optimal menjadi tantangan tersendiri bagi kenaikan nilai perusahaan. Penelitian ini menggali lebih dalam mengenai faktor-faktor yang menentukan nilai perusahaan di tengah tantangan tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *green accounting*, tanggung jawab sosial perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman. Menggunakan *purposive sampling*, diperoleh 108 sampel melalui laporan tahunan dan keberlanjutan dari 251 perusahaan pada periode 2021-2023. Metode *Partial Least Square* digunakan untuk teknik analisis data dengan WarpPLS versi 7.0 sebagai alat analisis. Penelitian membuktikan bahwa implementasi *green accounting* dan profitabilitas memiliki dampak yang signifikan pada nilai perusahaan. *Green accounting* memiliki pengaruh sebesar 0,340 terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas memiliki pengaruh sebesar 0,682. Temuan ini menyoroti pentingnya praktik keberlanjutan dan pencapaian kinerja keuangan yang optimal dalam meningkatkan nilai perusahaan. Di sisi lain, *corporate social responsibility* tidak terbukti secara signifikan memengaruhi nilai perusahaan dalam konteks penelitian ini sebesar 0,146.

Kata kunci : Nilai Perusahaan, *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, dan Profitabilitas

Abstract

Food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange have shown high firm value, yet the implementation of sustainability practices and achieving strong financial performance are the challenges in enhancing firm value. This study explores the key factors that determine firm value amid these challenges. The research aims to analyze the impact of the green accounting application, corporate social responsibility, and profitability on firm value in the food and beverage sub sector. Using purposive sampling, 108 samples were collected through annual and sustainability report from 251 companies for the 2021-2023 period. Partial Least Square method was used for the data analysis technique with WarpPLS 7.0 version for analysis tool. This study proves that green accounting implementation and profitability have significant impact on company value. Green accounting has influence of 0.340 on firm value, furthermore profitability has influence of 0.682. These findings highlight the importance of sustainability practices and achieving strong financial performance in enhancing firm value. On the other hand, corporate social responsibility is not proven significantly affect firm value in the context of this study, with influence of 0.146.

Keywords: Firm Value, Green Accounting, Corporate Social Responsibility, and Profitability

1. PENDAHULUAN

Industri manufaktur, khususnya sub sektor *food and beverage* (F&B) menunjukkan tren pertumbuhan yang positif selama beberapa tahun. Pada kuartal III tahun 2021, subsektor ini mengalami pertumbuhan sebesar 3,49% (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2022). Angka ini meningkat pada periode yang sama di tahun 2022 menjadi 3,57%, dan terus naik hingga mencapai 5,35% pada triwulan I tahun 2023. Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa sub sektor F&B terus berkembang secara konsisten dan menjadi motor utama dalam

pertumbuhan industri nonmigas. Hal ini dikarenakan peningkatan permintaan domestik yang signifikan, yang turut memengaruhi nilai perusahaan di sub sektor ini (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2023).

Nilai perusahaan menjadi indikator penting untuk diperhatikan dalam menarik minat investor dan mendukung kontinuitas serta pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang (Kusuma & Dosinta, 2023). Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor mengenai tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang kerap kali dihubungkan dengan harga saham. Tingginya harga saham memperlihatkan valuasi perusahaan yang tinggi sehingga kepercayaan pasar terhadap perusahaan juga meningkat (Oktiara & Effriyanti, 2024).

Fenomena dalam tabel 1 menunjukkan nilai perusahaan F&B yang *listed* di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2023 menggunakan *Price to Book Value* (PBV) sebagai pengukurannya. Dapat terlihat bahwa 2 perusahaan mengalami penurunan PBV, 1 perusahaan mengalami kenaikan PBV, dan 2 perusahaan lainnya mengalami fluktuasi. Meskipun berfluktuasi, nilai perusahaan tetap tergolong tinggi karena memiliki PBV > 1 yang memperlihatkan lebih tingginya nilai pasar saham dibandingkan dengan nilai buku emiten (Dewi *et al.*, 2024). Tingginya PBV perusahaan sub sektor F&B menjadi hal yang menarik para peneliti untuk meneliti lebih lanjut berkenaan dengan faktor yang mampu memberi pengaruh pada nilai perusahaan.

Tabel 1. Nilai Perusahaan Sub Sektor F&B Periode 2021-2023

No	Nama Perusahaan	Nilai Perusahaan (PBV)		
		2021	2022	2023
1.	Campina Ice Cream Industry Tbk. (CAMP)	1,66858	1,91280	2,48338
2.	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk. (GOOD)	6,39181	5,78001	4,05865
3.	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. (ICBP)	1,85401	2,02911	1,98578
4.	Japfa Comfeed Indonesia Tbk. (JPFA)	1,53935	1,11213	0,97672
5.	Mayora Indah Tbk. (MYOR)	4,01511	4,35513	3,64303

Sumber: data sekunder yang diolah, 2025

Penyebab pertama yang diduga mampu memengaruhi nilai perusahaan ialah *green accounting* (GA). Penerapan GA mencerminkan bahwa perusahaan berkomitmen memperhatikan ekosistem di luar perusahaan untuk meningkatkan kinerja lingkungan (Murdianingrum *et al.*, 2024). Dalam penelitian ini, GA diukur dengan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) yang menitikberatkan pada prinsip-prinsip tata kelola yang baik (Ekawati, 2023). Hasil penelitian Hariadi & Nurwanda, (2024), Saputro & Mujiyati, (2023), dan Hasibuan *et al.*, (2023) mengungkapkan GA berdampak positif signifikan pada nilai perusahaan karena GA dibutuhkan dalam efektivitas perlindungan lingkungan yang bertujuan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan. Sedangkan penelitian Susilawati *et al.*, (2024), Rahmadina *et al.*, (2023), dan Majid & Bawono, (2023) menyatakan GA tidak mempengaruhi nilai perusahaan karena tidak semua perusahaan tergabung dalam PROPER yang bukan satu-satunya komponen dalam meningkatkan nilai perusahaan berdasarkan nilai pasar.

Faktor kedua yang diduga mampu untuk membuat nilai perusahaan terpengaruh yakni *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR ialah kegiatan sosial yang diterapkan perusahaan dengan tujuan mengurangi ketimpangan sosial di daerah sekitar dan membangun perekonomian agar lebih berkelanjutan kebaikan (Hermawan *et al.*, 2023). Dalam penelitian ini, pengungkapan CSR diprosikan dengan *Global Reporting Initiative* (GRI) *Standard*. Hasil penelitian Murdianingrum *et al.*, (2024), Fina *et al.*, (2024), dan Monica & Sulfitri, (2023) mengemukakan CSR memengaruhi nilai perusahaan secara positif signifikan karena pengungkapan CSR dapat memberikan pandangan dan sentimen yang baik untuk masyarakat sekitar. Sebaliknya, penelitian Kumala & Priantilianingtiasari, (2024), Oktiara & Effriyanti, (2024), dan Dewi *et al.*, (2024) memaparkan CSR tidak memengaruhi nilai perusahaan karena CSR tidak menjamin keuntungan investasi bagi para pemodal.

Penyebab ketiga yang diduga mampu membuat nilai perusahaan terpengaruh yakni profitabilitas. Profitabilitas memvisualisasikan kesanggupan perusahaan memperoleh laba dengan memanfaatkan sumber daya yang ada (Muflihah & Pamungkas, 2024). Dalam penelitian ini, profitabilitas dievaluasi memakai rasio *Return On Assets* (ROA). Hasil penelitian Astuti *et al.*, (2023), Ekawati, (2023), dan Fina *et al.*, (2024) memaparkan profitabilitas berdampak signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini diakibatkan oleh tingginya profitabilitas yang memberi sinyal positif kepada para investor untuk mengambil keputusan investasi pada perusahaan sehingga permintaan saham turun meningkat. Bertentangan dengan Dewi *et al.*, (2024), Muflihah & Pamungkas, (2024), dan Patima *et al.*, (2024) yang menyatakan profitabilitas tidak memengaruhi

nilai perusahaan karena investor cenderung memperhatikan analisis teknikal yang melihat harga saham berdasarkan grafik dibanding dengan analisis fundamental dari laporan keuangan.

Berdasarkan pemaparan tersebut, diketahui bahwa penelitian terdahulu tidak konsisten. Oleh sebab itu, penulis ingin melakukan pengkajian ulang melalui penelitian dengan tujuan untuk membuktikan apakah GA, CSR, dan profitabilitas mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Adapun perbedaan penelitian ini berada pada objek dan tahun penelitian di mana penelitian terdahulu berfokus pada sektor energi tahun 2019-2022 sedangkan penelitian ini berfokus pada sub sektor F&B tahun 2021-2023.

2. KAJIAN PUSTAKA

Teori Legitimasi

Teori legitimasi menjelaskan organisasi perlu menjalin hubungan yang harmonis dengan lingkungan sosialnya agar dapat memperoleh pengakuan dari masyarakat. Pada dasarnya, organisasi berusaha menyelaraskan operasionalnya dengan nilai dan norma sosial yang berlaku untuk menjaga legitimasi publik (Patima *et al.*, 2024). Dalam konteks ini, perusahaan dituntut untuk menunjukkan bahwa aktivitas operasional sejalan dengan harapan masyarakat. Salah satu pendekatan yang diterapkan adalah mengomunikasikan tanggung jawab sosial keberlanjutan lingkungan melalui laporan yang transparan (Rahmadina *et al.*, 2023). Penerapan teori ini bertujuan untuk membangun kepercayaan publik, mengurangi risiko terhadap tekanan regulasi, dan memperluas akses terhadap sumber daya. Sudirman *et al.*, (2024) menjelaskan legitimasi yang kuat dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan menarik minat investor, sehingga berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, teori legitimasi tidak hanya menjadi dasar moral, tetapi juga strategi yang relevan dalam membangun citra perusahaan yang berkelanjutan dan dipercaya oleh publik.

Teori Sinyal

Teori sinyal menjelaskan bagaimana suatu entitas, seperti perusahaan, menggunakan sinyal tertentu untuk menyampaikan informasi kepada para pemangku kepentingan. Sinyal ini dapat berupa laporan keuangan, strategi promosi, atau tindakan manajerial lainnya yang mencerminkan kondisi dan prospek perusahaan. Menurut Dewi & Hernawati, (2023), sinyal yang efektif dapat memperkuat kepercayaan investor. Astuti *et al.*, (2023) juga menyatakan bahwa sinyal menjadi dasar bagi investor dalam pengambilan keputusan. Dalam konteks ini, profitabilitas sering dijadikan sinyal utama karena mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin kuat sinyal positif yang diterima pasar, sehingga dapat meningkatkan valuasi perusahaan. Pernyataan ini selaras dengan pandangan Ihtiarasari & Durya, (2022) yang menyatakan bahwa sinyal juga bisa menunjukkan keunggulan kompetitif entitas dibanding pesaingnya, termasuk melalui kinerja keuangan yang baik.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan cerminan tingkat keberhasilan suatu entitas dalam menjalankan aktivitas usahanya secara efektif. Saat sebuah perusahaan menerbitkan sahamnya untuk publik, nilai perusahaan menjadi indikator yang digunakan para investor dalam mempertimbangkan keputusan investasinya. Hal ini disebabkan oleh pandangan bahwa nilai perusahaan mencerminkan harga pasar yang dinilai mampu memberikan nilai tambah bagi perusahaan serta mengoptimalkan kesejahteraan para pemegang saham (Majid & Bawono, 2023). Dalam konteks ini, nilai perusahaan juga mencerminkan kepercayaan investor terhadap prospek keberlanjutan perusahaan. Nilai perusahaan dalam konteks penelitian ini diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV) yang membandingkan harga saham dengan nilai buku perusahaan (Oktiara & Effriyanti, 2024). Rasio ini memberikan gambaran sejauh mana pasar menilai perusahaan dibandingkan dengan nilai akuntansi aset bersih yang dimilikinya (Kumala & Priantilianingtiasari, 2024)

Green Accounting (GA)

GA adalah prosedur pelaporan dan pengungkapan transaksi keuangan, sosial, dan lingkungan. Tujuannya supaya pengguna laporan tahunan dan keberlanjutan mampu mengambil keputusan berdasarkan informasi transparan mengenai kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan, yang pada gilirannya mampu mempengaruhi citra organisasi di mata publik (Sugiyarti *et al.*, 2023). Implementasi *green accounting* (GA) dilakukan dengan mengungkapkan upaya perusahaan dalam penggunaan sumber daya alam yang berkelanjutan dan pengurangan dampak negatif terhadap lingkungan. (Wijayanti & Dondooan, 2022). Hal ini berguna untuk mematuhi regulasi pemerintah sehingga dipandang mampu berkontribusi pada kinerja lingkungan (Monica & Sulfitri, 2023). Dalam penelitian ini, GA diukur dengan PROPER yang terbagi menjadi lima yaitu: (1) Emas, bagi perusahaan yang memperlihatkan keistimewaan dalam proses bisnisnya dengan cara

yang bertanggung jawab; (2) Hijau, bagi perusahaan yang menerapkan manajemen lingkungan secara efektif dan memenuhi kewajiban sosial sesuai ketentuan UU; (3) Biru, bagi perusahaan yang telah mengambil langkah-langkah sebagaimana ditetapkan dalam UU; (4) Merah, bagi perusahaan yang sudah mengupayakan pengelolaannya tetapi tidak mematuhi peraturan UU; dan (5) Hitam, bagi perusahaan yang dengan sengaja menyebabkan pencemaran dan tidak mematuhi undang-undang atau peraturan lainnya (Rahmadina *et al.*, 2023).

Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR mengacu pada bentuk tanggung jawab organisasi dalam permasalahan lingkungan akibat kegiatan operasionalnya, terutama yang berhubungan dengan penggunaan sumber daya alam (Astuti *et al.*, 2023). Pengungkapan CSR berguna untuk meningkatkan akuntabilitas berdasarkan anggapan adanya kontrak sosial antara organisasi dengan masyarakat (Murdianingrum *et al.*, 2024). Dalam penelitian ini, CSR diproksikan dengan *GRI-Standard* yang merupakan sistem standar pelaporan keberlanjutan. *GRI-Standard* memfasilitasi dalam pengungkapan dampak signifikan dari aktivitas perusahaan pada aspek ekonomi, lingkungan, dan masyarakat, serta metode perusahaan dalam manajemen dampak yang dihasilkan. Hal tersebut menaikkan tingkat transparansi mengenai efek dari aktivitas organisasi dan akuntabilitas perusahaan (*Global Sustainability Standards Board*, 2023).

Profitabilitas

Profitabilitas ialah rasio yang memberikan penilaian terhadap kemampuan suatu entitas dalam menghasilkan *profit*. Rasio ini mengilustrasikan taraf produktivitas perusahaan dalam pemerolehan keuntungan melalui pemanfaatan sumber daya yang tersedia (Patima *et al.*, 2024). Profitabilitas yang tinggi memudahkan perusahaan untuk memperoleh tambahan modal, karena dianggap sebagai indikasi bahwa alokasi dana di perusahaan tersebut lebih terjamin dan berpotensi menghasilkan imbal hasil yang baik (Fina *et al.*, 2024). Profitabilitas mampu dihitung dengan rasio *Return On Assets* (ROA) yang menunjukkan seberapa efektif perusahaan dalam menggunakan aset untuk menghasilkan keuntungan bersih. Semakin tinggi rasio ROA, semakin efektif perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimiliki untuk menciptakan laba (Kumala & Priantilianingtiasari, 2024).

Pengembangan Hipotesis

Penerapan GA tercermin dari penghargaan perusahaan melalui program prestisius pemerintah, yakni PROPER. Penghargaan yang diterima biasanya dibanggakan dalam laporan tahunan atau keberlanjutan karena berperan mempengaruhi pandangan investor pada kinerja lingkungan perusahaan (Ekawati, 2023). Sesuai dengan teori legitimasi, perusahaan akan cenderung menunjukkan aktivitas sosial dan lingkungan mereka dengan harapan memperoleh legitimasi dari pihak eksternal yang berpengaruh, yang pada gilirannya akan membantu menjaga kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Ketika perusahaan berhasil menunjukkan komitmennya dalam meningkatkan kinerja lingkungan dan mematuhi berbagai peraturan yang ada, hal tersebut dapat menarik minat lebih banyak calon investor yang cenderung memilih perusahaan dengan reputasi yang baik. Hal ini akan memberikan kontribusi positif pada peningkatan valuasi perusahaan, yang terlihat melalui harga saham yang lebih tinggi dan *demand* pasar yang meningkat terhadap saham perusahaan. (Patima *et al.*, 2024). Hal ini selaras dengan penelitian Ekawati, (2023) yang mengemukakan jika nilai perusahaan dapat terpengaruh oleh GA. Sesuai deskripsi yang telah dijelaskan, hipotesis yang diusulkan ialah:

H₁: *Green Accounting* memiliki dampak pada nilai perusahaan

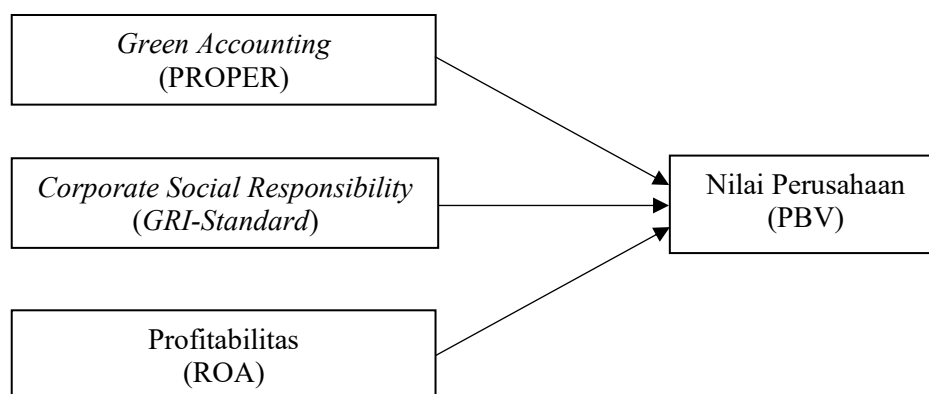
CSR merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan untuk mengoreksi kesenjangan sosial dan dampak negatif terhadap lingkungan yang timbul akibat aktivitas operasional perusahaan (Susilawati *et al.*, 2024). Pengungkapan informasi perusahaan menggunakan *GRI-Standard* menunjukkan komitmen perusahaan terhadap keselarasan dengan nilai-nilai lingkungan dan sosial yang berlaku. Sesuai dengan teori legitimasi, perusahaan dapat memperoleh kepercayaan publik yang lebih besar serta memastikan bahwa operasional mereka tidak merusak tetapi justru mendukung kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan. Hal ini juga memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk menjaga dan mendapatkan legitimasi dari para investor yang dapat memengaruhi investasi perusahaan yang secara langsung berkaitan dengan nilai perusahaan. Dengan begitu pengungkapan CSR yang lebih tinggi berpotensi untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan menarik perhatian investor dan pelanggan untuk berinvestasi di perusahaan yang mendukung praktik keberlanjutan (Patima *et al.*, 2024). Hal ini selaras dengan penelitian Susilawati *et al.*, (2024) yang menyatakan CSR mampu berpengaruh pada nilai perusahaan. Sesuai penjelasan yang ada, hipotesis yang dirumuskan yaitu:

H₂: *Corporate Social Responsibility* berdampak pada nilai perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk meraih keuntungan dari aktivitas bisnisnya. Tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan mencerminkan seberapa baik pengelolaan sumber daya dan seberapa efisien perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Fina *et al.*, 2024). Profitabilitas diproksikan dengan *Return On Assets* (ROA). Semakin besar hasil pengembalian aset mengakibatkan laba dari setiap modal tertanam atas aktiva turut semakin tinggi (Kumala & Priantilianingtiasari, 2024). Sesuai dengan teori sinyal di mana profitabilitas yang tinggi akan menjadi sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dan mampu menghadapi tantangan pasar. Hal ini mendorong investor untuk menilai perusahaan dengan valuasi tinggi, karena mereka menganggap perusahaan berisiko rendah dan memiliki potensi pengembalian yang tinggi. Dalam hal ini, investor cenderung akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan dengan kinerja yang baik, yang pada gilirannya mampu meningkatkan valuasi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dengan nilai tinggi cenderung memiliki profitabilitas yang juga tinggi (Ekawati, 2023). Sejalan dengan penelitian Fina *et al.*, (2024) yang mengungkapkan bahwa profitabilitas mampu memberikan dampak bagi nilai perusahaan. Dari penjelasan yang ada, hipotesis yang dirumuskan yaitu:

H₃: Profitabilitas memiliki dampak terhadap nilai perusahaan

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

3. METODOLOGI PENELITIAN

Populasi penelitian ini mencakup semua perusahaan sub sektor F&B yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2021-2023 sebanyak 251 perusahaan. Dalam riset ini, data sekunder yang digunakan mencakup *annual and sustainability report* perusahaan yang dipublikasi dan dapat diunduh melalui www.idx.co.id atau *website* perusahaan sampel serta buku PROPER yang dikelola oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). Metode *sampling* yang dipakai ialah *purposive sampling* yang kriterianya: a) Perusahaan sub sektor F&B yang melakukan publikasi laporan tahunan di BEI pada tahun 2021 - 2023; b) Perusahaan sub sektor F&B yang terlibat dalam peringkat PROPER; c) Perusahaan sub sektor F&B yang tidak mengalami kerugian selama periode penelitian; dan d) Perusahaan sub sektor F&B yang mempunyai kelengkapan data dari semua variabel penelitian.

Berdasarkan metode *purposive sampling* yang diterapkan, perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian ini sebanyak 108 perusahaan. Adapun analisis data penelitian menggunakan *Partial Least Square* yang diolah menggunakan *software* WarpPLS versi 7.0. Untuk menguji instrumen penelitian dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas konstruk, di antaranya: a) Validitas konvergen, menggunakan *loading factor* > 0,70 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) > 0,50; b) Validitas diskriminan, dengan melihat nilai akar kuadrat AVE > korelasi antar konstruk laten; dan c) Reliabilitas, memakai nilai *composite reliability* > 0,70 (Ghozali, 2020). Pengujian *inner model* dilakukan dengan memperhatikan: a) *Average Path Coefficient*, menggunakan *p-value* ≤ 0,05; b) *Average Block VIF*, dengan nilai ≤ 3,3 tetapi ≤ 5 masih dapat diterima; dan c) *Average R-Square*, memakai *p-value* ≤ 0,05; d) Signifikansi, menggunakan *p-value* ≤ 0,05 (Ghozali, 2020). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari Nilai Perusahaan (Y), *Green Accounting* (X1), *Corporate Social Responsibility* (X2), dan Profitabilitas (X3) seperti yang tertera pada tabel 2.

Tabel 2. Definisi Operasional dan Alat Ukur Variabel Penelitian

Variabel	Pengukuran
Nilai Perusahaan (Susilawati <i>et al.</i> , 2024)	$PBV = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$
<i>Green Accounting</i> (Susilawati <i>et al.</i> , 2024)	PROPER dengan 5 kategori warna: 1. Emas = <i>score</i> 5 2. Hijau = <i>score</i> 4 3. Biru = <i>score</i> 4 4. Merah = <i>score</i> 2 5. Hitam = <i>score</i> 1
<i>Corporate Social Responsibility</i> (Patima <i>et al.</i> , 2024)	$CSRIj = \frac{\text{Jumlah item diungkapkan}}{\text{Jumlah item dalam GRI Standard}} \times 100\%$ di mana: - Item yang diungkapkan diberi kode 1, sedangkan item yang tidak diungkapkan diberi kode 0 - Jumlah item dalam GRI Standard dengan 117 pengungkapan
Profitabilitas (Dewi <i>et al.</i> , 2024)	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Konvergen *Loading Factor*

Tabel 3. Uji Validitas Konvergen *Loading Factor*

Konstruk	Indikator	<i>Loading Factor</i>	Keterangan
PROPER	X1.1	0,814	Valid
	X1.2	0,912	Valid
	X1.3	0,722	Valid
GRI-St	X2.1	0,780	Valid
	X2.2	0,781	Valid
	X2.3	0,714	Valid
ROA	X3.1	0,734	Valid
	X3.2	0,704	Valid
	X3.3	0,746	Valid
PBV	Y1.1	0,981	Valid
	Y1.2	0,989	Valid
	Y1.3	0,962	Valid

Sumber: data diolah, WarpPLS 7.0 (2025)

Hasil uji validitas konvergen diperoleh semua konstruk yang digunakan dalam penelitian ini valid karena memenuhi persyaratan memiliki loading factor > 0,70.

Uji Validitas Konvergen EVA

Tabel 4. Uji Validitas Konvergen EVA

Konstruk	Average Variance Extracted	Keterangan
PROPER	0,762	Valid
GRI-St	0,721	Valid
ROA	0,816	Valid
PBV	0,955	Valid

Sumber: data diolah, WarpPLS 7.0 (2025)

Berdasarkan pengujian validitas konvergen didapatkan hasil nilai AVE dari masing-masing konstruk > 0,70. Oleh sebab itu, validitas konvergen untuk semua konstruk telah terpenuhi.

Uji Validitas Diskriminan

Tabel 5. Uji Validitas Diskriminan

Konstruk	1	2	3	4
PROPER	0,820	0,082	0,329	0,439
GRI-St	0,082	0,637	0,179	0,012
ROA	0,329	0,179	0,696	0,545
PBV	0,439	0,012	0,545	0,977

Sumber: data diolah, WarpPLS 7.0 (2025)

Hasil pengujian validitas diskriminan diperoleh nilai akar kuadrat AVE untuk setiap konstruk lebih besar dibandingkan dengan konstruk lain seperti pada tabel 5. Maka dari itu, validitas diskriminan untuk semua konstruk sudah terpenuhi.

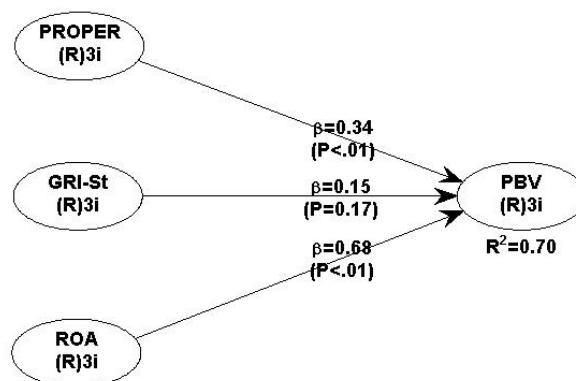
Uji Reliabilitas

Tabel 6. Uji Reliabilitas

Konstruk	Composite Reliable	Keterangan
PROPER	0,859	Reliabel
GRI-St	0,751	Reliabel
ROA	0,737	Reliabel
PBV	0,985	Reliabel

Sumber: data diolah, WarpPLS 7.0 (2025)

Hasil pengujian reliabilitas instrumen penelitian diperoleh nilai composite reliability dari masing-masing konstruk > 0,70 sehingga instrumen penelitian terbukti reliabel.

Uji Inner Model

Gambar 2. Koefisien Determinasi

Sumber: Data diolah, WarpPLS 7.0

Pengujian inner model menilai kinerja variabel independent dalam menjelaskan varians variabel dependen. *Average Path Coefficient* (APC) sebesar 0,038 menunjukkan bahwa APC signifikan karena berada di bawah 0,05. Pada gambar 2, referensi memperlihatkan nilai *Average R-Square* (ARS) sebesar 0,70. Ini memperlihatkan variabel bebas yaitu GA, CSR, dan profitabilitas berkontribusi sejumlah 70% terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Namun, variabel lainnya yang tidak tercakup dalam model penelitian ini memengaruhi sebesar 30%. Sementara itu, *Average Block VIF* (AVIF) sebesar 1,366 juga signifikan karena nilai yang diterima adalah di bawah 5 dan yang direkomendasikan adalah di bawah 3,3.

Uji Signifikansi Pengaruh

Tabel 7. Uji Signifikansi Pengaruh

Pengaruh	<i>Path Coefficient</i>	<i>P-Value</i>	Keterangan
H1	0,340	0,009	Signifikan Positif
H2	0,146	0,169	Tidak Signifikan
H3	0,682	< 0,001	Signifikan Positif

Sumber: data diolah, WarpPLS 7.0 (2025)

1. Penelitian ini mengungkapkan bahwa *path coefficient green accounting* (GA) dengan nilai perusahaan adalah 0,340 dengan nilai p sebesar 0,009. Temuan ini mengindikasikan adanya pengaruh signifikan positif GA pada nilai perusahaan sehingga H1 diterima.
2. Dalam penelitian ini, *path coefficient corporate social responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan sebesar 0,146 dengan nilai p sejumlah 0,169. Hasilnya menunjukkan bahwa tidak terdapat dampak signifikan CSR terhadap nilai perusahaan. Akibatnya, H2 ditolak.
3. Melalui penelitian ini terungkap bahwa *path coefficient* profitabilitas dengan nilai perusahaan adalah 0,682 dengan nilai $p < 0,001$ sehingga mengindikasikan pengaruh signifikan positif antara profitabilitas dengan nilai perusahaan. Maka dari itu, H3 diterima.

Green Accounting Sebagai Faktor Penentu Nilai Perusahaan

Green Accounting (GA) terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien jalur sebesar 0,340 dan nilai $p = 0,009$, sehingga hipotesis pertama (H1) dinyatakan diterima. Ini memperlihatkan bahwa penerapan akuntansi lingkungan yang efektif dapat berkontribusi langsung terhadap peningkatan nilai perusahaan. Peringkat PROPER bukan hanya sekadar indikator kinerja lingkungan perusahaan, tetapi juga berfungsi sebagai alat strategis dalam membangun legitimasi perusahaan di mata publik dan para pemangku kepentingan. Melalui pendekatan teori legitimasi, dapat dipahami bahwa keberhasilan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan, seperti pengurangan emisi atau penggunaan sumber daya terbarukan, menunjukkan bahwa perusahaan telah selaras dengan nilai sosial yang dianut oleh masyarakat. Keselarasan inilah yang pada akhirnya membantu memperkuat persepsi positif pasar terhadap perusahaan.

Pasar umumnya merespons positif terhadap berbagai upaya perusahaan yang mendukung keberlanjutan, seperti penggunaan biogas sebagai sumber energi yang ramah lingkungan atau pengembangan rumput laut sebagai bahan baku yang dapat diperbaharui. Menurut Patima et al., (2024), inisiatif-inisiatif tersebut tidak hanya sejalan dengan ketentuan dalam Undang-Undang No. 18 Tahun 2008 mengenai pengelolaan sampah, tetapi juga berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pemangku kepentingan. Selain itu, upaya tersebut juga mampu menarik minat investor yang semakin mempertimbangkan aspek lingkungan dan sosial serta tata kelola dalam proses pembuatan keputusan investasinya. Komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan ini pada akhirnya membangun reputasi yang positif dan meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan. (Patima et al., 2024). Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Astuti et al., (2023), Monica & Sulfitri, (2023), dan Patima et al., (2024) yang mengungkapkan GA memengaruhi nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility Sebagai Faktor Penentu Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) dengan *path coefficient* 0,146 dan nilai p sejumlah 0,169 menunjukkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang menyebabkan hipotesis kedua (H2) ditolak. Hal ini dapat dipahami dengan melihat faktor yang memengaruhi tingkat pengungkapan informasi CSR. Salah satu faktor utama rendahnya tingkat keterbukaan dan pengungkapan informasi perusahaan terkait keberlanjutan disebabkan oleh biaya pengungkapan yang tinggi. Biaya ini sering kali menjadi hambatan bagi perusahaan untuk mengungkapkan informasi secara transparan dan terperinci mengenai aktivitas CSR mereka. Pengungkapan yang tidak memadai atau terlalu umum mungkin tidak memberikan nilai tambah yang signifikan bagi investor, terutama bagi mereka yang mencari informasi yang lebih mendalam untuk menilai risiko dan peluang investasi dengan lebih baik.

Selain itu, seperti yang dijelaskan oleh Kumala & Priantilianingtiasari, (2024), penerapan CSR tidak selalu menjamin keuntungan investasi di mata pemodal. Banyak investor yang cenderung lebih memfokuskan perhatian mereka pada kinerja keuangan utama dan kapasitas produksi perusahaan daripada informasi terkait lingkungan atau sosial yang diungkapkan dalam laporan CSR. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun CSR

memiliki peran penting dalam aspek tanggung jawab sosial perusahaan, namun pengaruh langsungnya pada nilai perusahaan, terutama dalam konteks investasi, tidak selalu terwujud secara signifikan. (Patima *et al.*, 2024). Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Hariadi & Nurwanda, (2024), Kumala & Priantilianingtiasari, (2024), dan Patima *et al.*, (2024) yang juga menunjukkan bahwa CSR tidak memengaruhi nilai perusahaan.

Profitabilitas Sebagai Faktor Penentu Nilai Perusahaan

Nilai koefisien jalur profitabilitas sebesar 0,682 dengan *p-value* < 0,001 menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis ketiga (H3) diterima. Dalam penelitian ini, *Return on Assets* (ROA) menjadi indikator penting yang mencerminkan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan *profit*. ROA yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan dapat mengelola aset yang dimilikinya dengan baik dan menghasilkan keuntungan yang optimal. Hal ini memberikan sinyal positif kepada para investor mengenai kemampuan manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan secara efektif dan efisien. Sebagai akibatnya, perusahaan dengan ROA tinggi akan cenderung dapat membagikan dividen dalam jumlah yang lebih besar, yang tentunya akan menguntungkan para investor. ROA juga berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan pasar, dimana kinerja keuangan yang baik yang tercermin melalui ROA dapat meningkatkan persepsi positif investor terhadap potensi keuntungan di masa depan. Jika investor menerima sinyal positif ini, mereka akan cenderung meningkatkan minat akan saham perusahaan, yang pada gilirannya akan mendorong kenaikan harga saham serta peningkatan valuasi perusahaan.

Sebagaimana dijelaskan oleh Kumala & Priantilianingtiasari, (2024), investor pada umumnya mengharapkan tingkat pengembalian yang tinggi dari investasinya. Oleh karena itu, profitabilitas yang tinggi menjadi faktor yang sangat diperhatikan karena dapat menunjukkan potensi keuntungan yang besar bagi pemegang saham. Seiring dengan hal tersebut, tingginya profitabilitas perusahaan akan memunculkan reaksi positif dari pasar, yang akan berujung pada peningkatan permintaan saham dan pada akhirnya meningkatkan harga saham serta nilai perusahaan itu sendiri. Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Astuti *et al.*, (2023), Ekawati, (2023), dan Kumala & Priantilianingtiasari, (2024) yang juga mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

5. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, terungkap bahwa *green accounting* dan profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan F&B. Perusahaan F&B yang tergabung dan meraih peringkat PROPER yang tinggi serta memiliki kinerja keuangan yang baik cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi. Hasil ini menyatakan bahwa peningkatan upaya perusahaan dalam peringkat PROPER dan profitabilitas menjadi langkah strategis dalam mengoptimalkan nilai perusahaan F&B. Meskipun *corporate social responsibility* tidak terbukti memiliki pengaruh pada nilai perusahaan, perusahaan perlu meninjau kembali strategi dan pendekatan pelaporan keberlanjutan, agar lebih relevan dan berdampak bagi para pemangku kepentingan serta memiliki nilai tambah yang dapat dirasakan langsung oleh pasar. Temuan ini memiliki implikasi praktis yang dapat membantu perusahaan, khususnya perusahaan F&B untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan memperhatikan kinerja lingkungan dan memaksimalkan profitabilitas. Adapun penelitian ini juga bermanfaat bagi investor sebagai informasi untuk dapat menanamkan modalnya pada perusahaan F&B yang memiliki peringkat PROPER yang baik dan profitabilitas yang tinggi supaya tingkat pengembalian dari aset juga semakin besar. Penelitian ini juga mengisi kesenjangan penelitian sebelumnya yang lebih berfokus pada sektor energi. Keterbatasan penelitian ini adalah rendahnya keterbukaan perusahaan mengenai pengungkapan informasi sehingga data yang didapatkan menjadi rendah dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Agar pemahaman mengenai nilai perusahaan menjadi lebih menyeluruh, disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat memperluas objek dan periode penelitian agar hasil penelitian tidak terbatas pada satu sub sektor saja. Sebagai tambahan, diharapkan untuk penelitian selanjutnya agar menambah variabel lain seperti *Carbon Emission Disclosure* dan biaya lingkungan yang juga berkaitan dengan praktik keberlanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, N. K. N., Pradnyani, N. L. P. S. P., & Wasita, P. A. A. (2023). Pengaruh Penerapan Green Accounting, Pofitabilitas, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal Research of Accounting (JARAC)*, 4(2), 133–145. <https://eprints.umm.ac.id/77376/>
- Dewi, R. A., & Hernawati, R. I. (2023). Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, dan Perputaran Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 249–263.
- Dewi, S., Purnomo, A. D., Hartono, Maesaroh, & Sari, D. P. (2024). The Effect Of Green Accounting, Financial Performance And CSR On Firm Value With Firm Size As An Intervening Variable. *Nomico Journal*, 1(5), 69–86. <https://doi.org/10.56403/lejea.v2i1.119>
- Ekawati, A. S. (2023). Pengaruh Penerapan Green Accounting Melalui Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Media Akuntansi Dan Perpajakan Indonesia*, 5(1), 57–82.
- Fina, Maulidia, R., & Mustika, I. G. (2024). Pengaruh Green Accounting, Carbon Emission Disclosure, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan (JAK)*, 12(2), 239–249. <https://journal.staittd.ac.id/index.php/ai/article/view/55>
- Ghozali, I. (2020). *Partial Least Squares Konsep, Metode, dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 7.0* (4th ed.). Universitas Diponegoro.
- Global Sustainability Standards Board. (2023). *GRI Standards Standar Terkonsolidasi*. <https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-bahasa-indonesia-translations/>
- Hariadi, S., & 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), 714–723. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1053>
- Hasibuan, A. W., Erwin, K., & Adnans, A. A. (2023). Effects of Implementation of Green Accounting and Good Corporate Governance on Firm Value, Moderated by Corporate Social Responsibility (A Study on the Mining Companies Listed on IDX in the Period 2017-2021). *International Journal of Research and Review*, 10(3), 430–440. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20230350>
- Hermawan, S., Sari, Y. A., Biduri, S., Rahayu, D., & Rahayu, R. A. (2023). Corporate Social Responsibility, Firm Value, and Profitability: Evidence From Pharmaceutical Companies in Indonesia and Malaysia. *International Journal of Professional Business Review*, 8(2), 1–24. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i2.625>
- Ihtiarasari, Y., & Durya, N. P. M. A. (2022). Pengaruh Struktur Modal , Kebijakan Dividen , dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *Inovatif: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital Dan Kewirausahaan*, 1(3), 243–252.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2022). *Kemenperin: Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,57% di Kuartal III-2022*. <https://kemenperin.go.id/artikel/23696/Kemenperin:-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tumbuh-3>
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2023). *Kemenperin: Kontribusi Meningkat, Investasi dan Ekspor Industri Mamin Semakin Lezat*. <https://kemenperin.go.id/artikel/24627/Kontribusi-Meningkat,-Investasi-dan-Ekspor-Industri-Mamin-Semakin-Lezat>
- Kumala, N., & Priantilianingtiasari, R. (2024). Pengaruh Green Accounting, CSR dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2022. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 863–882.
- Kusuma, D. A., & Dosinta, N. F. (2023). Effects of Green Accounting, Corporate Social Responsibility on Firm Value. *IRJEMS International Research Journal of Economics and Management Studies*, 2(4), 290–299. <https://doi.org/10.56472/25835238/IRJEMS-V2I4P133>
- Majid, A., & Bawono, A. D. B. (2023). Disclosure of Carbon Emissions as Moderating Variables and Effects of Green Accounting, and Corporate Social Responsibility on Firm Value (Empirical Study of Mining Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2020). *International Journal of Latest Research in Humanities and Social Science (IJLRHSS)*, 6(4), 314–323. <http://www.ijlrhss.com/paper/volume-6-issue-4/37-HSS-1881.pdf>

- Monica, S., & Sulfitri, V. (2023). Pengaruh Green Accounting, Corporate Social Responsibility, dan Financial Distress Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Consumer Goods yang Terdaftar di BEI Tahun 2019-2021. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3035–3048. <https://e-journal.trisakti.ac.id/index.php/jet/article/view/17999%0Ahttps://e-journal.trisakti.ac.id/index.php/jet/article/download/17999/10181>
- Muflihah, W., & Pamungkas, L. D. (2024). Pengaruh Implementasi Green Accounting dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Basic Material yang Terdaftar di BEI Periode 2021-2023). *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan, Dan Tata Kelola Perusahaan (JAKPT)*, 2(1), 239–249.
- Murdianingrum, S. L., Zuhrohtun, Mulyanto, I. H., Susanto, H., Maradidya, A., & Maheresmi, H. (2024). Exploring The Impact of Green Accounting and Corporate Social Responsibility Disclosure on Firm Value Through Profitability In Mining Companies In Indonesia. *Asian Journal of Social and Humanities*, 2(5), 1133–1147. <https://doi.org/10.59888/ajosh.v2i5.245>
- Oktiera, K., & Effriyanti. (2024). Pengaruh Green Accounting, Corporate Social Responsibility (CSR), dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Energi di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022). *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(2), 1125–1136. <https://doi.org/10.57235/mantap.v2i2.3609>
- Patima, Helmi, S. M., & Rusmita, S. (2024). Effect of Environmental Accounting on Firm Value with Profitability as an Intervening Variable (An Empirical Study of Basic Materials Sector Firms Listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2021-2023 Period). *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 8(9), 230–244. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v4i4.1359>
- Rahmadina, S., Sholihah, R. A., & Zainon, S. (2023). The Effect of Carbon Emission Disclosure, Environmental Performance, and Green Accounting on Firm Value at Manufacturing Companies Listed on The Indonesia Stock Exchange. *Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)*, 3, 213–224.
- Saputro, M., & Mujiyati. (2023). Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility dan Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan. *Economics and Digital Review*, 4(2), 48–56.
- Sudirman, A., Astriani, D., & Septiawati, R. (2024). Pengaruh Penerapan Green Accounting dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus: Perusahaan Sektor Energy yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 – 2022). *COSTING: Journal of Economic, Business, and Accounting*, 6.
- Sugiyarti, L., Pujiyanto, Sutandijo, Asmilia, N., & Hanah, S. (2023). Pengaruh Penerapan Green Accounting Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Firm Value Dengan Kinerja Perusahaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13(2), 150–164.
- Susilawati, S., Arifiyanti, D., Samukri, Suryaningsih, M., & Kuraesin, A. D. (2024). Green Accounting, CSR Disclosure, Firm Value, and Profitability Mediation. *Икономически Изследвания Economic Studies*, 33(1), 14–26. https://doi.org/10.1300/J123v53n01_15
- Wijayanti, A., & Dondoan, G. A. (2022). Pengaruh Penerapan Green Accounting Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Firm Value Dengan Kinerja Perusahaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi Manajerial*, 7(1), 1–24. <https://doi.org/10.52447/jam.v7i1.5977>