

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi kontemporer di Indonesia banyak menghadapi masalah lingkungan hidup, seperti kerusakan lingkungan. Berdasarkan situs resmi Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI), saat ini lingkungan Indonesia tidak baik. Perusahaan adalah salah satu penyebab masalah lingkungan. Perusahaan terkadang terlalu fokus pada keuntungan finansial sehingga mereka mengabaikan aspek lain, seperti lingkungan. Masih terdapat masalah yang dihadapi oleh bisnis di Indonesia, salah satunya adalah pencemaran lingkungan dari perusahaan sektor garmen dan tekstil. Kasus industri garmen dan tekstil pada tahun 2023 yang menyebabkan kerusakan lingkungan adalah PT Soedali Sejahtera (SS) yang terbukti telah melakukan pencemaran lingkungan hidup dengan membuang limbah berbahaya ke Kali Getih. PT SS memperoleh denda sebesar RP 48 miliar atas kasus tersebut (Erlina, 2024). Dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh industri garmen dan tekstil dapat memengaruhi penurunan nilai perusahaan. Kontribusi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat mencerminkan upaya dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan memiliki peranan yang sangat penting bagi perusahaan. Peningkatan harga saham sejalan dengan naiknya nilai perusahaan yang mencerminkan bertambahnya kekayaan para pemegang saham, dan tergantung pada seberapa besar nilai investor saat ini dan di masa depan. Nilai perusahaan akan terus meningkat ketika perusahaan memperhatikan aspek ekonomi, lingkungan dan

sosial. Oleh karena itu, tata kelola perusahaan harus dijalankan dengan baik untuk meningkatkan nilai perusahaan yang efektif dan efisien. Investor menilai kinerja suatu perusahaan berdasarkan kemampuan bagaimana suatu perusahaan dapat mengelola sumber dayanya untuk meningkatkan profitabilitas.

Beberapa perusahaan berupaya untuk mencapai tingkat profitabilitas yang paling tinggi, hal ini dilakukan untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Nilai perusahaan dipengaruhi oleh banyak elemen keuangan, Rasio profitabilitas menjadi salah satu alat ukur dalam menilai kinerja keuangan. Saat ini, Banyak eksekutif menilai keberhasilan bisnis yang mereka kelola berdasarkan performa keuangannya. Banyak perusahaan yang menganut paradigma berorientasi pada keuntungan. Perolehan laba yang tinggi menunjukkan bahwa suatu perusahaan memiliki kinerja keuangan yang positif. Sebaliknya, ketika perusahaan mencatatkan laba yang rendah, hal itu dipandang sebagai indikasi kurangnya keberhasilan atau lemahnya kinerja, karena profitabilitas mencerminkan hasil dari berbagai kebijakan dan keputusan yang diambil oleh manajemen.

Perusahaan harus meningkatkan transparansi informasi perusahaan untuk mengatasi perkembangan bisnis yang semakin kompleks. Selain itu, diperlukan keseimbangan informasi yang wajar dan tepat. Meskipun banyak perusahaan yang bertumbuh pesat, ketimpangan sosial dan kerusakan ekosistem tetap menjadi risiko yang tidak dapat dihindari sepenuhnya. Oleh karena itu, beberapa perusahaan telah menemukan cara untuk mengurangi dampak negatif tersebut dengan mengembangkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Menurut Fauzi et al. (2016) CSR berarti bahwa perusahaan harus memperhatikan kepentingan stakeholder dan berkolaborasi dengan mereka untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Perusahaan yang memperhatikan praktik CSR dan keterbukaan informasi dapat memperoleh banyak keuntungan, seperti: kegiatan bisnis internal untuk mendorong perbaikan operasional berkelanjutan melalui manajemen risiko dan perlindungan reputasi serta mencapai keunggulan kompetitif dalam modal, tenaga kerja, pemasok, dan pangsa pasar. Semakin banyak tanggung jawab sosial suatu perusahaan, maka semakin baik citra perusahaannya. Perusahaan yang memiliki

citra sosial yang baik akan menarik investor, dan meningkatkan penjualan serta profitabilitas perusahaan.

Penelitian Sulbahri (2021) dan Fasya (2019) menyimpulkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian tersebut bertentangan dengan temuan yang diperoleh oleh Afifah et al. (2021) dan Komalasari & Purnawati (2017) yang mengungkapkan bahwa pelaksanaan CSR tidak memengaruhi nilai perusahaan. Selain itu penelitian Benne & Moningka (2020) menerangkan bahwa profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memoderasi/memperkuat hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Melawati & Rahmawati (2022) yang menerangkan bahwa profitabilitas tidak memiliki peran dalam memoderasi hubungan antara pengungkapan CSR dan nilai perusahaan. Penelitian-penelitian tersebut membuktikan masih adanya *reseach gap*, Untuk itu, diperlukan kajian lanjutan guna menghasilkan bukti empiris yang mendalam terkait variabel CSR terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderasi khususnya di perusahaan sektor garmen dan tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Semua aktivitas perusahaan harus mempertimbangkan risiko lingkungan. Meskipun perlindungan lingkungan sangat penting, kerusakan lingkungan dapat terjadi tanpa kita sadari. Kerusakan dan pencemaran lingkungan dapat diatasi melalui pencegahan, pengendalian, dan pemulihan (Adack, 2013). Perusahaan dapat menggunakan konsep *green accounting* untuk mempertanggungjawabkan lingkungan mereka, dan perusahaan garmen dan tekstil harus melakukannya, karena ini akan berdampak positif pada nilai perusahaan. Perusahaan harus mempertimbangkan siklus kerja yang dinamis untuk mempertahankan kelangsungan usaha dan memaksimalkan keuntungan, tetapi harus memperhatikan dampak yang mungkin ditimbulkan oleh

aktivitas bisnis terhadap lingkungan perusahaan (Rosaline & Wuryani, 2020). Jumlah kasus pencemaran udara yang disebabkan oleh aktivitas pabrik menunjukkan bahwa perusahaan belum memahami pentingnya mengurangi pencemaran dan menjaga lingkungan. Implementasi green accounting berfungsi sebagai sarana bagi manajemen dalam pengambilan keputusan bisnis internal, ini berarti bahwa praktik akuntan suatu perusahaan atau otoritas melibatkan biaya lingkungan. Menurut Suratno (dalam Yuliani & Prijanto, 2022), *green accounting* adalah cara untuk memasukkan informasi tentang lingkungan hidup ke dalam laporan perusahaan. Pendapat tersebut dapat diartikan bahwa pengungkapan *green accounting* adalah cara untuk menunjukkan bahwa perusahaan bertanggung jawab atas dampak lingkungan baik yang positif maupun yang negatif, dan strategi yang memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan legitimasinya. Perusahaan yang mempertimbangkan aspek operasinya akan memiliki nilai tambah.

Penelitian Nugroho (2023) dan Yuliani & Prijanto (2022) menyimpulkan bahwa penerapan *green accounting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan temuan yang diungkapkan oleh Goldie Kelly & Deliza Henny (2023) menerangkan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu temuan Goldie Kelly & Deliza Henny (2023) menerangkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan *green accounting* terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan temuan yang diungkapkan oleh Yuliani & Prijanto (2022) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara penerapan green accounting dan nilai perusahaan. Penelitian-penelitian tersebut membuktikan masih adanya *research gap*, Oleh karena itu, diperlukan studi lanjutan guna memperoleh bukti empiris mengenai hubungan antara variabel *green accounting* dan nilai perusahaan, dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi, khususnya pada perusahaan sektor garmen dan tekstil yang terdaftar di Bursa

Efek Indonesia. Berdasarkan uraian tersebut, terdapat *research gap* atau in-konsistensi antar hasil penelitian. Hal tersebut menarik minat penulis untuk melakukan penelitian dengan judul “pengaruh *corporate social responsibility* dan *green accounting* dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri garmen dan tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2023”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasar pada uraian latar belakang sebelumnya, maka dapat dirumuskan rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor garmen dan tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor garmen dan tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Bagaimana peran moderasi profitabilitas pada pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor garmen dan tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Bagaimana peran moderasi profitabilitas pada pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor garmen dan tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasar pada latar belakang dan masalah penelitian yang telah dijelaskan, maka tujuan dari studi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor garmen dan tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Untuk mengetahui pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor garmen dan tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui peran moderasi profitabilitas pada pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor garmen dan tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk mengetahui peran moderasi profitabilitas pada pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor garmen dan tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi akademisi, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan teori dan ilmu manajemen, khususnya yang berkaitan dengan corporate social responsibility, green accounting, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, termasuk dalam konteks teori stakeholder. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi dan landasan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang membahas nilai perusahaan di masa mendatang.

- b. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan menjadi landasan bagi penelitian lain, studi ini juga dapat memperkaya literatur dan menjadi bahan pertimbangan dalam penelitian generasi akademisi berikutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi manajemen perusahaan dalam merancang strategi *corporate social responsibility* yang lebih variatif serta menerapkan *green accounting* secara tepat guna membangun citra perusahaan yang lebih positif. Selain itu, diharapkan memberikan kesadaran pentingnya untuk mempertimbangkan lingkungan sekitar dan masyarakat, Serta dapat dijadikan dasar pertimbangan bagi emiten dalam melakukan evaluasi, perbaikan, dan peningkatan kinerja manajerial di masa yang akan datang.

b. Bagi investor

Penelitian ini dapat menjadi dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi dengan mempertimbangkan aspek-aspek yang dibutuhkan selain ukuran-ukuran moneter. Selain itu, diharapkan mampu memberikan gambaran baru dan sarana informatif terkait perusahaan yang ingin diinvestasi.

1.5 Kerangka Teori/Konsep

1.5.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi erat kaitannya dengan teori pemangku kepentingan. Dari sudut pandang teori legitimasi, perusahaan akan secara sukarela melaporkan aktivitasnya jika manajemen yakin bahwa hal tersebut merupakan harapan masyarakat. Dalam teori legitimasi, perusahaan perlu menjunjung tinggi peran sosialnya dengan memenuhi tuntutan masyarakat dan menghadirkan citra masyarakat yang lebih baik, selain itu alasan utama pengungkapan informasi dalam laporan keuangan adalah kesadaran dan pengakuan masyarakat. Teori ini merupakan salah satu yang dapat memotivasi perusahaan untuk menyampaikan laporan keberlanjutan. Keunggulan dari teori ini terletak pada kemampuannya dalam menilai perilaku organisasi perusahaan serta mengarahkan upaya perlindungan lingkungan melalui penerapan norma-norma tertentu. Dengan latar belakang

tersebut, perusahaan perlu mematuhi aturan dan standar yang berlaku dalam menjalankan kegiatan usahanya. Menurut teori legitimasi, Pengungkapan kegiatan CSR secara menyeluruh menjadi penting bagi perusahaan guna membangun citra positif di mata masyarakat. Perusahaan mendapatkan legitimasi dengan menunjukkan tanggungjawab sosial dan lingkungan di laporan tahunan mereka, sehingga pemangku kepentingan dapat melihat bagaimana perusahaan bertindak. Kegiatan CSR dan penerapan *green accounting* diharapkan dapat memberikan kepercayaan dari masyarakat bahwa keberadaan perusahaan tidak merugikan lingkungan atau masyarakat.

1.5.2 Teori Stakeholder (*Stakeholders Theory*)

Teori ini berpendapat bahwa organisasi melampaui permintaan wajib serta secara sukarela menyampaikan informasi terkait kinerja lingkungan, sosial, dan intelektual guna memenuhi ekspektasi nyata maupun ekspektasi dari para pemangku kepentingan. Menurut teori ini, peran para pemangku kepentingan memiliki dampak besar terhadap keberlanjutan perusahaan. Teori pemangku kepentingan adalah kontrak antara perusahaan dan pemangku kepentingannya dan mengharuskan perusahaan untuk menyelaraskan aktivitasnya dengan kepentingan pemangku kepentingannya ketika mengambil keputusan. Perusahaan dapat melaporkan setiap keputusannya dalam laporan perusahaan dan mempertimbangkan kesesuaiannya serta dampaknya terhadap keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan. Laporan tentang aktifitas sosial perusahaan merupakan salah satu tugas yang harus dilakukan. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menginformasikan seluruh kegiatannya kepada para pemangku kepentingan, bukan hanya kepada pemegang saham. Teori ini memberikan panduan bagi manajer organisasi untuk menciptakan nilai melalui aktivitas mereka, sekaligus memperhatikan perlindungan terhadap kepentingan para stakeholder (Benne & Moninka, 2020). Menurut teori ini, stakeholder tidak

hanya membutuhkan informasi keuangan, tetapi juga informasi tentang aktivitas sosial dan lingkungan perusahaan (Sapulette & Limba, 2021).

1.5.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah representasi dari kepercayaan yang diberikan masyarakat kepada perusahaan. Nilai perusahaan merupakan nilai yang mencerminkan berapa harga yang harus dibayar oleh investor untuk suatu perusahaan. Menurut Fauziah et al. (2020) meningkatnya harga saham dapat diartikan sebagai bentuk kepercayaan publik terhadap perusahaan yang memiliki citra dan performa positif. Ketika suatu perusahaan melakukan hal-hal yang melampaui harapan masyarakat, maka masyarakat akan percaya dengan perusahaan dan nilai perusahaan meningkat. Selain itu, menurut Muhlis & Sari Gultom (2021) sangat penting karena pada penelitiannya mereka menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan faktor penting yang harus dipertimbangkan dalam menilai harga pasar saham dan berperan dalam menentukan kemampuan perusahaan dalam menarik peluang investasi.

Nathania & Widjaja (2019) mengungkapkan dalam hasil penelitiannya bahwa, meskipun nilai perusahaan menunjukkan kualitas dan tingkat keberhasilan, namun kualitas suatu perusahaan sangat diperhatikan oleh investor dalam mengambil keputusan investasi. Dengan demikian, tingginya nilai perusahaan dapat mencerminkan bahwa perusahaan memiliki struktur keuangan yang sehat dan dikelola secara efektif oleh manajemen (Benne & Moningka, 2020). Karena nilai perusahaan menunjukkan kekayaan pemegang saham, maka pemilik perusahaan menginginkan nilai perusahaan yang tinggi. Harga pasar saham mencerminkan keputusan yang dibuat oleh pemegang saham dan perusahaan tentang investasi, pembiayaan, dan manajemen aset.

Penelitian ini menggunakan rasio Tobin's Q untuk mengukur nilai perusahaan. Berdasarkan Herawaty (2008), rasio tersebut pertama kali dikembangkan oleh Profesor James

Tobin pada tahun 1967. Jika Tobin's Q lebih besar dari 1, hal ini menunjukkan bahwa investasi pada aset tersebut akan menghasilkan return, dan return tersebut akan memberikan nilai yang signifikan. Ini lebih tinggi dari penanaman modal, sehingga mendorong investasi baru. Apabila nilai Tobin's Q berada di bawah 1, maka investasi pada aset tersebut dianggap kurang menguntungkan. Oleh karena itu, Tobin's Q adalah ukuran yang lebih akurat mengenai seberapa efektif manajemen menggunakan sumber daya ekonomi yang berada dalam kendalinya.

1.5.4 *Corporate Social Responsibility*

Retno & Priantinah, (2012) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah wujud tanggung jawab perusahaan untuk mengatasi dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari kegiatan operasionalnya. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu proses penyampaian informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas ekonomi organisasi kepada para pemangku kepentingan dan masyarakat luas.

Pelaksanaan CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan ditekankan secara lebih tegas dalam ketentuan hukum, khususnya pada Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal serta Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam Pasal 15 huruf b Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal disebutkan bahwa: "Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan", Menurut penjelasan pasal dimaksud, tanggung jawab sosial perusahaan merujuk pada kewajiban perusahaan penanaman modal untuk menjalin hubungan yang harmonis dan seimbang dengan lingkungan serta menghargai nilai dan budaya masyarakat setempat.

CSR dapat didefinisikan sebagai kegiatan perusahaan yang bertujuan untuk mencapai keseimbangan ekonomi, lingkungan, dan sosial tanpa mengabaikan harapan pemegang saham. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan menyampaikan informasi sosial kepada

pemangku kepentingan juga dikenal sebagai pengungkapan pelaporan sosial perusahaan atau akuntansi sosial. Di Indonesia, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mengacu pada standar GRI (Global Reporting Initiative), yang dipilih karena menitikberatkan pada pelaporan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan. Tujuan utama penggunaan standar ini adalah untuk meningkatkan kualitas, ketepatan, dan pemanfaatan laporan keberlanjutan.

Laporan keberlanjutan adalah bentuk pelaporan yang mencerminkan tanggung jawab organisasi terhadap dampak dan pencapaian dalam aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial dari seluruh kegiatan, produk, serta jasanya. Pelaporan tersebut menggunakan pendekatan Triple Bottom Line (TBL) “*profit*,” “*people*”, dan “*planet*”, Meskipun tujuan utama perusahaan adalah memperoleh keuntungan, perusahaan juga memiliki tanggung jawab untuk memperhatikan kesejahteraan masyarakat sekitar serta berperan aktif dalam pelestarian lingkungan (Afifah et al., 2021).

1.5.5 *Green Accounting*

Menurut Mirnawati & Dewi (2023) Penggunaan *green accounting* menjadi salah satu alternatif untuk mengintegrasikan nilai sumber daya alam dan jasa lingkungan ke dalam sistem keuangan, guna mendorong pendapatan dan memastikan pembangunan yang berkelanjutan. Demikian pula Wati et al. (2021) menyatakan bahwa *green accounting* adalah sistem akuntansi yang bercirikan atau berfokus pada studi akuntansi yang memasukkan biaya lingkungan. Menurut Hanifa Zulhaimi (2015), Dalam penelitiannya, dijelaskan bahwa penerapan *green accounting* oleh perusahaan memberikan manfaat bagi lingkungan, terutama melalui pencantuman akun biaya lingkungan dalam laporan keuangan, pengalokasian dana, serta partisipasi aktif dalam perlindungan lingkungan.

Penerapan *green accounting* oleh perusahaan mencerminkan bentuk kesadaran dan kepedulian terhadap kondisi bumi yang semakin menua akibat aktivitas manusia (Chasbiandani et al., 2019). Di sisi lain, menurut Lestari & Alim (2022) Penekanan terhadap pertumbuhan sektor manufaktur di masa mendatang diperkirakan akan membawa dampak positif sekaligus negatif terhadap lingkungan. Hal ini mencerminkan perkembangan dalam disiplin akuntansi, yang sebelumnya terbatas pada penyampaian informasi keuangan perusahaan, namun kini telah berkembang untuk merespons berbagai isu lingkungan. Seiring dengan perubahan tersebut, lahirlah sebuah konsep baru dalam dunia akuntansi yang dikenal dengan istilah “*green accounting*” atau akuntansi hijau.

1.5.6 Profitabilitas

Menurut Meilinda Murnita & Dwiana Putra (2018) profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba, atau pencapaian yang berdampak pada peningkatan laba bersih selama periode waktu tertentu. Manajemen mengukur profitabilitas perusahaan sebagai salah satu indikator kinerja dalam mengelola kekayaan perusahaan. Rasio profitabilitas adalah ukuran kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan berdasarkan asset, modal, saham, dan tingkat penjualan. Rasio profitabilitas dapat diartikan sebagai seberapa efektif manajemen dalam menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Selain tingkat risiko yang timbul dari investasi, investor akan memperhatikan tingkat profitabilitas perusahaan.

Penelitian ini menggunakan Return On Asset (ROA) sebagai indikator untuk mengukur rasio profitabilitas perusahaan. Menurut Kasmir dalam (Priatna, 2016) ROA (Return On Asset) merupakan rasio yang mengukur tingkat pengembalian atas total aset yang dimiliki perusahaan. Rasio ini dianggap sebagai indikator profitabilitas yang lebih representatif karena mencerminkan efisiensi manajemen dalam memanfaatkan aset untuk menghasilkan pendapatan.

1.6 Keterkaitan Antar Variabel

1.6.1 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai

Perusahaan

Meskipun keterbukaan informasi CSR dan pentingnya keterbukaan informasi sebenarnya mempunyai beberapa maksud dan tujuan, namun tindakan perusahaan dalam mengungkapkan aktivitas CSR melalui laporan keuangan atau laporan keberlanjutan mencerminkan upaya nyata dalam menunjukkan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat dan kelestarian alam. Mengembangkan citra dan kehadiran perusahaan yang baik, dan bertujuan untuk memaksimalkan dan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian Sulbahri (2021) dan Fasya (2019) menemukan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H1: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

1.6.2 Pengaruh Penerapan *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan

Green Accounting merupakan bagian dari akuntansi yang berfokus pada penyajian informasi mengenai akun-akun yang menunjukkan pinjaman atau dana yang digunakan perusahaan dalam rangka mendukung kelestarian lingkungan, namun *green accounting* lebih dari itu, juga mencakup akun-akun tentang aspek sosial dan aktivitas keuangan yang bermanfaat bagi masyarakat dan kelompok kepentingan. Dengan demikian, reputasi positif perusahaan berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan. Penelitian Nugroho (2023) dan Yuliani & Prijanto (2022) menyimpulkan bahwa penerapan *green accounting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H2: *Green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

1.6.3 Peran Moderasi Profitabilitas pada Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas suatu perusahaan adalah kemampuannya menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan selama suatu periode akuntansi. Bagi investor, tingkat profitabilitas perusahaan merupakan salah satu faktor utama yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan investasi, karena tingginya dividen yang dibagikan dapat mengurangi kebutuhan akan biaya modal tambahan. Di sisi lain, manajemen mempunyai kekuasaan yang lebih besar dan bahkan dapat meningkatkan kepemilikan sahamnya untuk mendapatkan imbal hasil yang lebih tinggi. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tercermin melalui pencapaian dalam aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial. Ketika kinerja perusahaan dalam ketiga aspek tersebut membaik, hal ini cenderung meningkatkan nilai perusahaan karena mendorong minat investor untuk menanamkan modalnya. Hal ini sejalan dengan penelitian Benne & Moninka (2020) menerangkan bahwa profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memoderasi/memperkuat hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

H3: Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan

1.6.4 Peran Moderasi Profitabilitas Pada Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diinterpretasikan sebagai representasi dari nilai pasarnya. Nilai ini memiliki peranan strategis karena mencerminkan sejauh mana kekayaan pemegang saham mengalami peningkatan. Salah satu aspek utama dari nilai perusahaan adalah profitabilitas. Hal ini dikarenakan tingkat profitabilitas menjadi tolak ukur yang mempengaruhi nilai perusahaan. *green accounting* merupakan solusi penyelesaian permasalahan lingkungan hidup. *green accounting*

merupakan konsep akuntansi yang tidak hanya berfokus pada transaksi dan objek keuangan saja, namun juga dapat mengintegrasikan fenomena sosial dan lingkungan. Hal ini sejalan dengan penelitian Goldie Kelly & Deliza Henny (2023) Menjelaskan bahwa profitabilitas berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara penerapan *green accounting* dan nilai perusahaan, yang diukur menggunakan *Return on Asset* (ROA).

H4: Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara penerapan *green accounting* terhadap nilai perusahaan

1.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk memperoleh bahan pembandingan dan acuan untuk menemukan inspirasi baru pada penelitian selanjutnya.

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Berikut penelitian terdahulu mengenai *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Muhlis & Sari Gultom (2021), Puspitasari & Ermayanti (2019), Afifah et al. (2021), Sulbahri (2021), Fasya (2019), Komalasari & Purnawati (2017), Benne & Moningka (2020).

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

No	Nama Peneliti	Metode	Hasil Penelitian
1	Muhlis, Karlina 2021	Variabel: <i>Corporate social responsibility</i> , Nilai perusahaan Sampel: 3 perusahaan tambang Analisis data: uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, uji determinasi	- Pengungkapan CSR menunjukkan bahwa secara parsial indikator lingkungan dan sosial berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan indikator ekonomi secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

No	Nama Peneliti	Metode	Hasil Penelitian
2	Elsa Puspitasari, Dwi Ermayanti 2019	Variabel: <i>Corporate social responsibility</i> , Nilai perusahaan, <i>Good corporate governance</i> Sampel: 32 data dari 4 perusahaan perbankan BUMN yang <i>go public</i> Analisis data: analisis lajur dibantu dengan <i>software WarpPLS</i>	- <i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
3	Nur Afifah 2021	Variabel: <i>Corporate social responsibility</i> , Reputasi, Nilai perusahaan Sampel: perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018 dan mengungkapkan informasi sosial Analisis data: analisis statistika deskriptif, uji multikolineritas, uji heteroskedastisitas, uji hipotesis, uji mediasi	- <i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan - Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
4	Azalia Fasya 2019	Variabel: <i>Corporate social responsibility</i> , Nilai perusahaan, Profitabilitas Sampel: 55 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017 Analisis data: Uji statistic deskriptif, uji asumsi klasik, uji hipotesis	- CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan - <i>Return On Asset (ROA)</i> berpenaruh positif terhadap nilai perusahaan - <i>Return On Asset (ROA)</i> memperkuat pengaruh positif antara <i>Corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan
5	Denisa Komalasari, Ni Ketut Purnawati 2017	Variabel: <i>Corporate social responsibility</i> , nilai perusahaan, profitabilitas Sampel: 18 perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi	- <i>Corporate social responsibility</i> memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada - Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh

No	Nama Peneliti	Metode	Hasil Penelitian
		Analisis data: Uji regresi linier berganda, uji interaksi, uji asumsi klasik, uji t, uji moderasi	corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan

2. Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan

Berikut penelitian terdahulu mengenai *green accounting* terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Nugroho (2023), Yuliani & Prijanto (2022), Kelly & Henny (2023).

Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan

No	Nama Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
	Amelia Wahyu Erwanto 2024	Variabel: <i>Green accounting</i> , <i>Corporate social responsibility</i> , nilai perusahaan, profitabilitas Sampel: 12 perusahaan manufaktur sektor dasar dan kinia yg terdaftar di BEI sampai tanggal tahun 2020-2022. Analisis data: Uji regresi linier berganda. Uji asumsi klasik.	- <i>Green accounting</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan - CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
1	Wawan Cahyo Nugroho 2023	Variabel: <i>Green accounting</i> , nilai perusahaan, profitabilitas Sampel: 22 perusahaan pertambangan yg terdaftar di BEI sampai tanggal 31 Desember 2021 Analisis data: Uji regresi linier berganda, analisis sobel, uji asumsi klasik	- <i>Green accounting</i> berpengaruh signifikan positif terhadap profitabilitas dan nilai Perusahaan - Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai Perusahaan - Profitabilitas mampu memediasi hubungan <i>green accounting</i> terhadap nilai perusahaan
2	Elvina Yuliani dan Budi Prijanto	Variabel: <i>Green accounting</i> , nilai perusahaan, profitabilitas	- Penerapan <i>green accounting</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan

No	Nama Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
	2022	Sampel: 12 perusahaan sektor tambang yang terdaftar di BEI tahun 2010-2021 Analisis data: Analisis statistic deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi moderasi, uji hipotesis, uji determinasi	- Profitabilitas tidak mampu memoderasi (memperlemah) hubungan antara penerapan <i>green accounting</i> terhadap nilai perusahaan
3	Sandra Goldie dan Deliza Henny 2023	Variabel: <i>Green accounting</i> , kinerja lingkungan, nilai perusahaan, profitabilitas Sampel: 17 perusahaan sektor makanan dan minuman yang ada di BEI tahun 2019-2021 Analisis data: analisis deskriptif, uji normalitas, uji koefisien determinasi, uji hipotesis, analisis regresi moderasi	- <i>Green accounting</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara penerapan <i>green accounting</i> dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan

3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi

Berikut penelitian terdahulu mengenai *corporate social responsibility* dan *green accounting* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi yang dilakukan oleh Erlangga et al. (2021), Sholichah & Puspawati (2023), Melawati & Rahmawati (2022), Gunawan & Dwi Mulyani (2023).

Tabel 1. 3 Penelitian Terdahulu Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi

No	Nama Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
1	Hiemelda, Susi 2023	Variabel: Green accounting dan corporate social responsibility, nilai perusahaan,	- Penerapan green accounting tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

No	Nama Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
		profitabilitas, ukuran perusahaan Sampel: 60 perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2021 Analisis data: Uji statistik deskriptif, uji cow, uji hausman, uji hipotesis analisis koefisien determinasi	- Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan - Profitabilitas memperkuat pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan - Profitabilitas tidak mampu memperkuat pengaruh positif green accounting terhadap nilai perusahaan
2	Elva, Dewita 2023	Variabel: <i>Green accounting</i> dan <i>corporate social responsibility</i> , nilai perusahaan, profitabilitas Sampel: 59 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019-2021 Analisis data: Uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji sobel, uji f dan r^2	- Penerapan <i>green accounting</i> berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan - <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh dan signifikan terhadap nilai Perusahaan - Profitabilitas mampu menjadi mediasi antara pengaruh penerapan <i>green accounting</i> terhadap nilai Perusahaan - Profitabilitas belum mampu menjadi mediasi antara pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap nilai perusahaan
3	Hana Gracia, Mia Ika 2022	Variabel: Green Accounting dan Corporate Social Responsibility, Nilai Perusahaan, Profitabilitas Sampel: 16 perusahaan sektor <i>basic materials</i> yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020	- Penerapan green accounting tidak berpengaruh dan signifikan terhadap profitabilitas - Corporate Social Responsibility berpengaruh negatif terhadap profitabilitas

No	Nama Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
		Analisis data: Uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi), analisis regresi berganda, uji koefisien determinasi, uji f, uji t, analisis jalur, uji sobel	- Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Green accounting tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Profitabilitas tidak dapat mempengaruhi hubungan green accounting terhadap nilai Perusahaan - Profitabilitas tidak dapat mempengaruhi hubungan antara Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan
4	Catur Muhammad Erlangga, Achmad Fauzi, Ati Sumiati 2021	Variabel: <i>Green accounting</i> dan <i>corporate social responsibility disclosure</i> , nilai perusahaan, profitabilitas Sampel: 70 perusahaan manufaktur yang listing di BEI tahun 2019 Analisis data: Analisis regresi sederhana dan berganda, uji sobel, analisis koefisien korelasi ganda dan determinasi, uji hipotesis	- Penerapan <i>green accounting</i> berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan - <i>Corporate social responsibility disclosure</i> berpengaruh dan signifikan terhadap nilai Perusahaan - Profitabilitas belum mampu menjadi mediasi antara pengaruh penerapan <i>green accounting</i> terhadap nilai Perusahaan - Profitabilitas belum mampu menjadi mediasi antara pengaruh <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> terhadap nilai perusahaan

1.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang akan menjawab rumusan masalah berdasarkan teori yang relevan dan hasilnya belum berdasarkan fakta empiris di lapangan. Hipotesis pada penelitian ini yaitu:

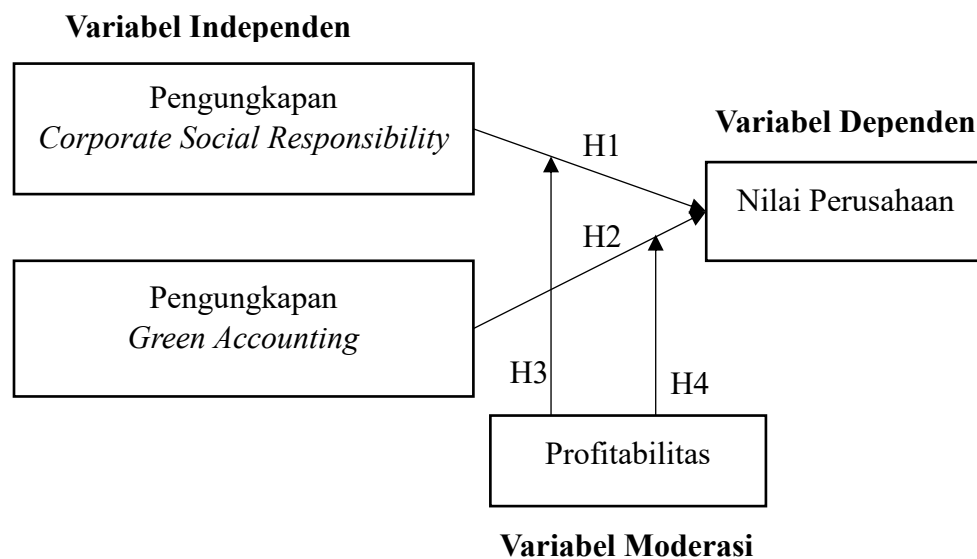
H1 = *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H2 = *Green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H3 = Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan

H4 = Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara penerapan *green accounting* terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka terbentuk kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

1.9 Definisi Konsep

1.9.1 *Corporate Social Responsibility*

Retno & Priantinah, (2012) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah wujud tanggung jawab perusahaan sektor industri garmen dan tekstil untuk mengatasi dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari kegiatan operasionalnya. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu proses penyampaian informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas ekonomi organisasi kepada para pemangku kepentingan dan masyarakat luas.

1.9.2 *Green Accounting*

Menurut Wati et al. (2021) menyatakan bahwa *green accounting* adalah sistem akuntansi yang bercirikan atau berfokus pada studi akuntansi yang memasukkan biaya lingkungan. Penerapan *green accounting* dalam industri garmen dan tekstil dapat meningkatkan efektivitas pengelolaan lingkungan, yang secara tidak langsung turut mendorong perbaikan kinerja keuangan perusahaan.

1.9.3 Profitabilitas

Murnita & Putra (2018) mendefinisikan profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan sektor industri garmen dan tekstil untuk mendapatkan laba, atau pencapaian yang berdampak pada peningkatan laba bersih selama periode waktu tertentu. Manajemen mengukur profitabilitas sebagai salah satu indikator kinerja dalam mengelola kekayaan perusahaan sektor industri garmen dan tekstil.

1.9.4 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan representasi dari kepercayaan yang diberikan masyarakat kepada perusahaan sektor industri garmen dan tekstil. Nilai perusahaan adalah nilai yang mencerminkan berapa harga yang harus dibayar oleh investor untuk perusahaan sektor industri garmen dan tekstil. Menurut Muhlis & Sari Gultom (2021) nilai perusahaan merupakan faktor penting yang harus dipertimbangkan dalam menilai harga pasar saham dan berperan dalam menentukan kemampuan perusahaan dalam menarik peluang investasi.

1.10 Definisi Operasional

1.10.1 *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat dilakukan melalui berbagai metode tergantung pada kondisi yang perlu diingat dan dipatuhi. Tanggung jawab sosial perusahaan mungkin akan diungkapkan oleh perusahaan. Dalam penelitian ini tanggung jawab sosial perusahaan diukur menggunakan proksi indeks GRI G4 yang dihitung menggunakan rumus. Perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawab sosialnya sesuai dengan indikator yang ditetapkan dalam GRI-G4 akan memperoleh skor 1 pada masing-masing indikator. Sebaliknya, apabila tidak sesuai, maka perusahaan tidak memperoleh skor pada indikator tersebut. Indeks Pedoman GRI G4 sendiri terdiri dari 91 pedoman yang mencakup berbagai aspek mulai dari ekonomi hingga lingkungan. Rumus penghitungan CSR adalah sebagai berikut.

$$CSRDI = \sum X_{ij} / n_j$$

Keterangan:

CSRDI: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan

X_{ij} : jumlah item pengungkapan CSR yang disampaikan oleh perusahaan

n_j : total jumlah item pengungkapan CSR yang menjadi acuan penilaian untuk perusahaan

Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan mencakup enam kategori berdasarkan pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI), yakni aspek ekonomi, lingkungan hidup, ketenagakerjaan, hak asasi manusia, sosial, serta kinerja produk.

1.10.2 Green Accounting

Dalam penelitian ini, kinerja lingkungan digunakan sebagai indikator dalam mengukur penerapan akuntansi hijau (*green accounting*). Penelitian ini menggunakan metode pengukuran dummy, mengacu pada pendekatan yang dikembangkan oleh Lubis et al., (2024) yaitu: jika suatu bisnis mencantumkan biaya lingkungan, biaya daur ulang pada laporan tahunan, maka akan memperoleh skor 1, apabila tidak akan memperoleh skor 0.

1.10.3 Profitabilitas

Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berkaitan dengan total aset, penjualan, serta modal yang dimiliki. Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur menggunakan rasio *Return On Asset* (ROA), yaitu rasio yang menggambarkan tingkat pengembalian atas total aset yang digunakan oleh perusahaan. ROA menunjukkan seberapa baik manajemen menggunakan aktiva untuk menghasilkan pendapatan. Rumus ROA yaitu:

$$\text{ROA} = \text{Laba bersih (setelah pajak)} / \text{Total asset}$$

1.10.4 Nilai Perusahaan

Beberapa rasio yang umum digunakan untuk mengukur nilai pasar suatu perusahaan antara lain *Price to Earnings Ratio* (PER), *Market to Book Ratio*, Tobin's Q, *Price to Cash Flow Ratio*, dan *Market to Sales Ratio*.

Rasio Tobin's Q dipandang sebagai salah satu indikator yang paling informatif dalam menjelaskan berbagai fenomena terkait aktivitas perusahaan. Rasio ini mampu menggambarkan

perbedaan cross-sectional dalam keputusan investasi dan diversifikasi, serta menjelaskan hubungan antara kepemilikan saham manajerial dan nilai perusahaan. Selain itu, Tobin's Q juga digunakan untuk menganalisis keterkaitan antara kinerja operasional dan profitabilitas, aktivitas akuisisi, kebijakan pembiayaan, pembagian dividen, serta sistem kompensasi. Melawati & Rahmawati (2022) menyatakan bahwa nilai perusahaan dapat diukur melalui pendekatan Tobin's Q. Penelitian ini menggunakan pendekatan Tobin's Q sebagai alat ukur untuk menilai nilai perusahaan. Rumus Tobins'Q yaitu:

$$Tobins'Q = (MVE + D)/Total Asset$$

Keterangan:

Tobins'Q: Nilai Perusahaan

Debt: Hutang

MVE: Market Value of all outstanding shares

TA: Total Aset

1.11 Metode Penelitian

Sugiyono (2016) menyatakan bahwa metode penelitian adalah suatu pendekatan ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data yang memiliki tujuan dan manfaat tertentu. Metode penelitian digunakan untuk menyampaikan gambaran mengenai langkah-langkah yang harus ditempuh peneliti untuk memecahkan suatu permasalahan yang ada dan memudahkan peneliti untuk menarik kesimpulan.

1.11.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016) data kuantitatif merupakan data yang disajikan dalam bentuk angka atau data kualitatif yang telah dikonversi ke dalam bentuk angka melalui proses penskoran. Sumber data dalam penelitian kuantitatif ini berasal dari data sekunder yang diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI).

1.11.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh perusahaan yang bergerak di sektor industri garmen dan tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode pengamatan tahun 2019-2023. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. (Sugiyono 2016). Pada penelitian ini kriteria yang digunakan yaitu

- 1) Pelaku sektor industri garmen dan tekstil yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia dan mempublikasikan laporan tahunan periode 2019-2023,
- 2) Mengungkapkan *corporate social responsibility* dan memasukkan biaya lingkungan pada laporan keuangan.

Penelitian ini menggunakan 10 perusahaan sektor garmen dan tekstil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai sampel, dengan periode observasi tahun 2019–2023 yang sudah melakukan *corporate social responsibility* dan memasukkan biaya lingkungan pada laporan keuangan. Berikut daftar nama-nama perusahaan tersebut.

Tabel 1. 4 Daftar Perusahaan Sampel

No	Kode	Nama Perusahaan
1	CNTX	Century Textile Industry Tbk
2	ERTX	Eratex Djaja Tbk
3	ESTI	Ever Shine Textile Tbk
4	INDR	Indo-Rama Synthetic Tbk
5	MYTX	Asia Pacific Investama Tbk
6	PBRX	Pan Brothers Tbk
7	RICY	Ricky Putra Globalindo Tbk
8	TFCO	Tifico Fiber Indonesia Tbk
9	TRIS	Trisula International Tbk
10	ZONE	Mega Perintis Tbk

1.11.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik dokumentasi. Data dokumenter yang dimaksud yaitu berupa *annual report*. Pengumpulan laporan tahunan dilakukan melalui laman resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Namun, apabila data yang dibutuhkan tidak tersedia secara lengkap di situs tersebut, maka peneliti melengkapi data melalui website resmi perusahaan terkait. Selain itu, penelitian ini juga dilakukan melalui tinjauan literatur yang diperoleh dari jurnal, artikel, penelitian terdahulu, dan laporan yang mendukung permasalahan yang akan diteliti.

1.11.4 Teknik Analisis Data

1.11.4.1 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono, analisis statistik deskriptif merupakan teknik yang digunakan untuk menguraikan atau menggambarkan data secara umum melalui perhitungan nilai maksimum, nilai minimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi. Teknik ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik data yang telah dikumpulkan tanpa menarik kesimpulan atau generalisasi yang berlaku secara luas.

1.11.4.2 Analisis Regresi Moderasi (*Moderate Regression Analysis*)

Teknik analisis regresi moderasi digunakan untuk menguji apakah variabel moderasi memiliki peran dalam memperkuat atau memperlemah pengaruh antara variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah uji interaksi, yaitu bentuk khusus dari regresi linier di mana model persamaan mencakup unsur interaksi berupa perkalian antara dua variabel atau lebih. Adapun bentuk umum persamaan regresi moderasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 \dots \dots \dots (1)$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_3 M + \beta_4 X_1 * M \dots \dots (3)$$

$$Y = \alpha + \beta_2 X_2 \dots \dots \dots (2)$$

$$Y = \alpha + \beta_2 X_2 + \beta_3 M + \beta_4 X_2 * M \dots \dots (4)$$

Keterangan

Y = Nilai perusahaan α = Konstanta β = Koefisien regresi

X1 = CSR X2 = *Green accounting* M = Profitabilitas

1.11.4.3 Uji Hipotesis Parsial (Uji-t)

Uji-t digunakan untuk mengetahui pengaruh parsial dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi. Berikut ini merupakan ketentuan yang dijadikan acuan dalam pengujian:

Jika nilai signifikansi (p-value) > 0,05, maka H_0 diterima,

Jika nilai signifikansi (p-value) < 0,05, maka H_1 diterima.

1.11.4.4 Uji Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen secara bersama-sama dalam menjelaskan variabel dependen.