

PENGARUH *GREEN ACCOUNTING*, *GREEN INNOVATION*, DAN *ENVIRONMENTAL PERFORMANCE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**THE EFFECT OF GREEN ACCOUNTING, GREEN INNOVATION, AND ENVIRONMENTAL PERFORMANCE ON FIRM VALUE**

Callista Reva *
Julianti Sjarief †

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green accounting*, *green innovation*, dan *environmental performance* terhadap nilai perusahaan. Populasi penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2022-2024. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan, laporan tahunan, dan laporan keberlanjutan. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan menghasilkan 95 data sampel. Metode analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif dan regresi linear berganda. Pengolahan data menggunakan program IBM *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) Statistics 26*. Dengan tingkat signifikansi 5%, hasil penelitian menunjukkan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh pada nilai perusahaan, sedangkan *green innovation* dan *environmental performance* berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

Kata Kunci: akuntansi hijau, inovasi hijau, kinerja lingkungan, nilai perusahaan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of green accounting, green innovation, and environmental performance on firm value. The population of this research is companies in the consumer non-cyclical sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2022 to 2024. The data used are secondary data that were taken from financial, annual, and sustainability reports. The sample selection in this study used a purposive sampling method and resulted in 95 data samples. The data analysis methods used were descriptive statistics and multiple linear regression. Data processing was conducted using the IBM Statistical Package for the Social Sciences Statistics (SPSS) 26. With a significance level of 5%, the results of the study indicate that green accounting has no effect on firm value, whereas green innovation and environmental performance have a positive effect on firm value.

Keywords: green accounting, green innovation, environmental performance, firm value.

* Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Indonesia, email: callistareva@gmail.com

† Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Indonesia, email: julianti.sjarief@atmajaya.ac.id

Penulis Korespondensi: Callista Reva

Sitasi: Reva, C. & Sjarief, J. (2026). Pengaruh *Green Accounting*, *Green Innovation*, dan *Environmental Performance* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 20(1), halaman.

Artikel masuk: 10 Februari 2026; Artikel diterima: 22 April 2026

1. PENDAHULUAN

Paradigma investasi global tengah mengalami pergeseran fundamental. Investor modern tidak lagi hanya berfokus pada metrik keuangan tradisional, seperti profitabilitas jangka pendek. Kini faktor-faktor nonkeuangan yang terangkum dalam kerangka *environmental, social, and governance* (ESG) telah menjadi bagian penting dari analisis risiko dan menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi. Pergeseran ini terkonfirmasi di Indonesia: ekosistem keuangan berkelanjutan tumbuh pesat didukung regulasi, seperti POJK No. 51/POJK.03/2017. Pertumbuhan ini terlihat dari berbagai indikator kunci. Hingga Juni 2024 Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat instrumen investasi berbasis ESG telah berkembang signifikan, mencakup 5 indeks saham (seperti SRI-KEHATI dan IDX ESG Leaders) dengan total 73 emiten, serta 62 produk reksadana (Bareksa, 2024). Penelitian oleh Kusno, Hartanto, dan Trilaksono (2024) menunjukkan bahwa portofolio saham perusahaan Indonesia dengan skor ESG tinggi cenderung berkinerja lebih unggul (*outperform*) dibandingkan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Hal ini memberikan bukti nyata bahwa pasar domestik mulai memberikan apresiasi finansial terhadap praktik bisnis yang berkelanjutan.

Praktik bisnis yang bertanggung jawab dengan menerapkan ESG mulai dihargai secara finansial dan menjadi sangat relevan karena setiap perusahaan memiliki tujuan memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan tolok ukur utama keberhasilan manajemen, yang merefleksikan persepsi investor terhadap prospek perusahaan pada masa depan, serta kemampuannya menciptakan manfaat bagi pemegang saham. ESG adalah konsep yang memperhatikan bagaimana perusahaan menyeimbangkan keuntungan bisnis dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan, serta memperhatikan tata kelola yang baik, yang salah satu dimensi ESG adalah lingkungan (*environmental*). Seiring dengan meningkatnya kesadaran global, investor kini memandang perusahaan dengan kinerja lingkungan yang buruk sebagai investasi berisiko. Akibatnya, perusahaan yang mendapatkan citra negatif sebagai polutan berisiko kehilangan kepercayaan investor, yang dapat berdampak langsung pada penurunan harga saham dan nilai

perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada sektor *Consumer Non – Cyclical* karena sektor ini memiliki intensitas sumber daya dan dampak lingkungan yang tinggi (misalnya limbah kemasan) sehingga isu keberlanjutan sangat kritis untuk dikaji dan kedekatan produknya dengan konsumen akhir membuat reputasi lingkungan menjadi faktor kompetitif yang krusial dan dapat secara langsung memengaruhi nilai perusahaan, sedangkan penelitian terdahulu banyak dilakukan pada sektor lain, seperti energi dan pertambangan. Terkait dengan lingkungan, ada tiga faktor yang diduga berpengaruh pada nilai perusahaan, yaitu *green accounting*, *green innovation*, dan *environmental performance*.

Faktor pertama adalah akuntansi hijau (*green accounting*). Akuntansi hijau merujuk pada praktik perusahaan dalam mengidentifikasi, mengukur, dan melaporkan biaya serta dampak lingkungan dari aktivitas operasionalnya (Anggreni, Sisdiyani, & Badera, 2025). Dengan menyediakan data lingkungan yang terukur, perusahaan memenuhi tuntutan informasi dari beberapa pemangku kepentingan, seperti investor ESG yang membutuhkan data untuk analisis, kreditor yang menilai risiko pinjaman, dan regulator. Dalam jangka panjang, pengungkapan ini dipandang sebagai investasi untuk membangun reputasi dan legitimasi, yang diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Melvani & Arsjah, 2025). Penelitian Sudimas, Ramdany, dan Ispriyahadi (2023) menemukan bahwa ekonomi hijau berpengaruh positif pada nilai perusahaan karena transparansi tersebut menunjukkan komitmen perusahaan terhadap pembangunan keberlanjutan sehingga meningkatkan kepercayaan investor. Sebaliknya, penelitian Rahmawati, Setiono, dan Ilmiddaviq (2024) menyimpulkan bahwa ekonomi hijau tidak berpengaruh pada nilai perusahaan karena pengungkapan biaya lingkungan tidak secara otomatis memberikan keuntungan lebih besar bagi investor.

Faktor kedua adalah inovasi hijau (*green innovation*). Inovasi hijau merujuk pada langkah proaktif perusahaan untuk menciptakan produk, proses, atau teknologi baru yang ramah lingkungan dan berkelanjutan (Dewi & Rahmianingsih, 2020). Keterkaitannya dengan nilai perusahaan sangatlah kuat karena inovasi hijau merupakan pendorong utama keunggulan kompetitif di pasar

modern. Bagi investor, perusahaan yang aktif berinovasi hijau dipandang lebih tidak rentan terhadap risiko regulasi lingkungan pada masa depan dan memiliki prospek keberlanjutan yang lebih baik sehingga dinilai lebih tinggi. Setyawan dan Wijayanti (2023) menemukan inovasi hijau berpengaruh positif pada nilai perusahaan karena dianggap mampu meningkatkan kinerja dan efisiensi sekaligus mengurangi dampak lingkungan. Sebaliknya, Septiani dan Hernawati (2024) menemukan inovasi hijau tidak berpengaruh pada nilai perusahaan karena inovasi adalah investasi jangka panjang yang membutuhkan biaya R&D dan modal awal yang sangat besar sehingga manfaat finansialnya sering kali tidak dapat dirasakan secara langsung oleh pasar.

Faktor ketiga adalah kinerja lingkungan (*environmental performance*). Kinerja lingkungan merupakan hasil terukur dari sejauh mana aktivitas perusahaan berhasil mengurangi dampak kerusakan lingkungan (Sudimas *et al.*, 2023). Semakin baik kinerja lingkungan menandakan perusahaan tidak hanya patuh pada peraturan, tetapi juga peduli pada kelestarian lingkungan, sehingga dipandang memiliki risiko lebih rendah dan legitimasi sosial yang lebih kuat, yang pada akhirnya dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan. Sapulette dan Limba (2021) menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif pada nilai perusahaan karena perusahaan yang mampu meningkatkan kinerja lingkungannya hingga meraih peringkat PROPER akan mendapatkan citra positif di mata masyarakat dan investor. Sebaliknya, Ramadhan, Alkautsar, dan Basit (2025) menyatakan kinerja lingkungan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan karena kinerja lingkungan yang baik kini dianggap sebagai kewajiban dasar (*basic obligation*) oleh investor, bukan lagi keunggulan kompetitif yang unik sehingga tidak lagi dihargai secara signifikan oleh pasar.

2. TINJAUAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi memandang perusahaan sebagai bagian dari sistem sosial yang lebih luas. Menurut teori ini, untuk dapat bertahan (*survive*), perusahaan harus beroperasi selaras dengan nilai dan norma yang dianut masyarakat. Keberhasilan

bisnis tidak hanya bergantung pada kinerja ekonomi, melainkan juga pada penerimaan sosial, atau yang sering disebut *social license to operate*. Untuk memperoleh dan mempertahankan legitimasi, perusahaan harus menunjukkan komitmennya terhadap harapan publik, termasuk kepedulian terhadap isu lingkungan dan sosial. Perusahaan yang memiliki legitimasi dianggap berisiko rendah terkena tuntutan hukum, denda, atau boikot konsumen akibat kerusakan lingkungan, sehingga memberikan jaminan atas keberlangsungan perusahaan. Risiko yang rendah ini membuat investor berani menanamkan modalnya, yang kemudian akan tercermin dalam peningkatan nilai perusahaan.

Teori ini menjadi pendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan lingkungan secara sukarela. Pengungkapan ini berfungsi sebagai alat komunikasi strategis untuk menunjukkan bahwa operasi perusahaan sejalan dengan nilai-nilai kemasyarakatan. Pada akhirnya, keberhasilan memperoleh legitimasi akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Perusahaan yang proaktif dalam praktik, seperti akuntansi hijau (*green accounting*), inovasi hijau (*green innovation*), dan kinerja lingkungan (*environmental performance*), akan dianggap bertanggung jawab secara sosial.

Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*)

Teori pemangku kepentingan menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab yang lebih luas kepada semua pihak yang memengaruhi atau dipengaruhi oleh operasinya, yang disebut pemangku kepentingan. Keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang tidak hanya bergantung pada laba, tetapi juga pada kemampuannya menyeimbangkan dan memelihara hubungan baik dengan pemangku kepentingan. Implikasi dari teori ini adalah perlu transparansi yang lebih luas dari sekadar laporan keuangan. Karena berkontribusi pada keberlangsungan hidup perusahaan, pemangku kepentingan berhak mengetahui informasi mengenai aktivitas sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan.

Pengungkapan terkait lingkungan menjadi alat yang berfungsi sebagai mekanisme perusahaan untuk secara transparan mengomunikasikan komitmen dan kinerjanya di bidang lingkungan, sehingga dapat memenuhi tuntutan

informasi dari beberapa pemangku kepentingan. Peningkatan nilai perusahaan terjadi karena perusahaan mampu menyeimbangkan kepentingan para pemangku kepentingan. Ketika memerhatikan kepentingan-kepentingan pemangku kepentingan, misalnya dengan menerapkan akuntansi hijau, inovasi hijau, dan kinerja lingkungan, perusahaan akan mampu menjalankan bisnisnya dalam jangka panjang.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai persepsi investor terhadap perusahaan yang direfleksikan melalui harga saham. Nilai suatu perusahaan tidak hanya didasarkan pada situasi keuangan saat ini, tetapi juga pada seberapa besar perusahaan tersebut diharapkan tumbuh dan tetap beroperasi pada masa depan.

Akuntansi Hijau

Akuntansi hijau dapat diartikan sebagai suatu proses pengakuan, pencatatan, pengukuran, serta pelaporan atas transaksi dan peristiwa yang bertujuan menghasilkan informasi keuangan yang berkaitan dengan aspek lingkungan dan sosial. Fokus pendekatan ini tidak terbatas pada biaya lingkungan semata, tetapi turut memperhitungkan manfaat lingkungan yang diciptakan. Contohnya, konservasi sumber daya, efisiensi penggunaan energi, atau penguatan citra merek melalui produk-produk yang ramah lingkungan.

Inovasi Hijau

Inovasi hijau merupakan bentuk inovasi yang berfokus pada upaya mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, menghemat energi serta sumber daya alam, dan mendorong tercapainya pembangunan berkelanjutan. Inovasi hijau mencakup proses penciptaan, penerapan, dan pemanfaatan produk, layanan, atau metode bisnis baru yang mampu menekan risiko dan polusi lingkungan sepanjang siklus hidupnya.

Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan menggambarkan sejauh mana perusahaan mampu mengelola dampak lingkungan secara efektif melalui kebijakan, sistem, dan praktik manajemen yang terukur. Kinerja lingkungan menunjukkan sejauh mana

perusahaan mematuhi peraturan lingkungan dan secara sukarela melampaui peraturan hukum dengan berinvestasi dalam teknologi ramah lingkungan.

Pengaruh Akuntansi Hijau terhadap Nilai Perusahaan

Praktik akuntansi hijau mencerminkan tanggung jawab lingkungan yang dinilai penting oleh investor. Akuntansi hijau dapat diukur dengan pengungkapan biaya lingkungan (*environmental cost*) atau *Environmental Accounting and Reporting Score* (EARS) yang terdiri atas sepuluh komponen. Ketika pelaporan biaya lingkungan dilakukan secara transparan, perusahaan memperoleh legitimasi sosial dan memiliki daya tarik lebih di mata investor yang menaruh perhatian pada isu keberlanjutan, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Studi mengungkapkan bahwa akuntansi hijau memberikan kontribusi positif terhadap nilai perusahaan. Akuntansi hijau bukan hanya alat pengelolaan lingkungan, melainkan juga strategi bisnis untuk membangun reputasi, mendorong pertumbuhan jangka panjang, dan menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan, sehingga akan memperkuat reputasi perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan. Penemuan yang serupa juga diungkapkan oleh Sudimas *et al.* (2023) yang menjelaskan bahwa transparansi dalam pelaporan biaya lingkungan memberi sinyal positif atas komitmen perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan yang akan meningkatkan kepercayaan investor dan membangun citra positif di mata masyarakat, yang pada gilirannya berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Senada dengan hal tersebut, Septiana dan Sundari (2024) juga menyatakan bahwa akuntansi hijau memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan. Hal itu karena akuntansi hijau mendorong operasional yang lebih bertanggung jawab dan mampu menciptakan keunggulan kompetitif jangka panjang bagi perusahaan. Perusahaan menjadi terdorong untuk lebih bertanggung jawab terhadap operasionalnya yang berdampak pada lingkungan karena biaya lingkungannya akan diungkapkan secara transparan, misalnya biaya yang dikeluarkan untuk mengatasi limbah atau menanam pohon dapat dilihat di *Sustainability Report* pada bagian biaya lingkungan

H₁: Akuntansi hijau berpengaruh positif pada nilai perusahaan

Pengaruh Inovasi Hijau terhadap Nilai Perusahaan

Inovasi hijau membantu perusahaan meningkatkan produktivitas melalui teknologi ramah lingkungan yang efektif dan efisien, menekan biaya, dan menarik minat investor karena prospek keberlanjutannya. Contoh penerapan inovasi hijau mencakup inovasi pada produk yang bersifat *biodegradable* dan penerapan teknologi produksi yang hemat energi, serta sistem pengolahan limbah yang ramah lingkungan, misalnya dengan menerapkan *closed-loop water system*, yaitu air yang digunakan dalam proses produksi diolah kembali dan digunakan lagi, bukan langsung dibuang sebagai limbah. Inovasi berbasis lingkungan memberikan perusahaan keunggulan kompetitif karena mampu memenuhi tuntutan pasar dan preferensi konsumen yang semakin peduli terhadap keberlanjutan sehingga dapat memperkuat posisi bisnis yang akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Dewi dan Rahmianingsih (2020) mengemukakan bahwa inovasi hijau berpengaruh positif pada nilai perusahaan karena inovasi lingkungan tidak hanya berfokus pada minimalisasi dampak ekologis, tetapi juga mendorong efisiensi biaya melalui peningkatan produktivitas sumber daya dan teknologi yang ramah lingkungan sehingga dapat memenuhi ekspektasi pemangku kepentingan dan mendapatkan penerimaan sosial serta menjamin prospek keberlangsungan jangka panjang dan direspons positif oleh pasar. Setyawan dan Wijayanti (2023) juga menyatakan bahwa inovasi hijau berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Aspek lingkungan penting karena dianggap sebagai cerminan manajemen risiko dan jaminan keberlangsungan usaha sehingga integrasi antara produktivitas, inovasi, dan tanggung jawab lingkungan diharapkan dapat dinilai positif oleh investor sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini dipertegas oleh Tarigan dan Dewi (2025) yang menyatakan bahwa penerapan inovasi hijau berpengaruh pada peningkatan nilai perusahaan. Perusahaan yang proaktif menerapkan teknologi ramah lingkungan, efisiensi sumber daya, dan pengurangan limbah akan meningkatkan citra perusahaan dan menciptakan keunggulan kompetitif. Perusahaan tersebut dianggap lebih tanggap terhadap tuntutan pasar

sehingga mampu membangun loyalitas konsumen dan kepercayaan investor yang pada akhirnya meningkatkan kinerja keuangan serta nilai perusahaan.

H₂: Inovasi hijau berpengaruh positif pada nilai perusahaan

Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

Kinerja lingkungan mencerminkan sejauh mana perusahaan mengelola dampak operasionalnya terhadap lingkungan berdasarkan kebijakan, sasaran, dan target yang ditetapkan dalam sistem manajemen lingkungan. Ketika perusahaan memenuhi kewajiban pengungkapan lingkungan dan mematuhi regulasi publik, diharapkan persepsi investor terhadap perusahaan akan lebih positif. Penelitian Sapulette dan Limba (2021) menunjukkan bahwa kinerja lingkungan mampu meningkatkan nilai perusahaan karena perusahaan yang peduli terhadap kelestarian lingkungan dan meminimalkan kerusakan akan cenderung memiliki citra positif baik di mata masyarakat maupun investor. Gunawan dan Berliyanda (2024) juga menyatakan bahwa cara pandang investor kini telah bergeser tidak lagi hanya mengejar profit, tetapi juga sangat peduli pada isu keberlanjutan sehingga perusahaan dengan praktik lingkungan yang unggul, yang sering kali dibuktikan dengan perolehan penghargaan, akan lebih mudah menarik modal dari luar. Pengelolaan lingkungan yang baik juga akan mendatangkan dukungan dan legitimasi sosial yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan berkontribusi positif pada nilai perusahaan dalam jangka panjang. Penelitian Anggreni *et al.* (2025) juga menunjukkan bahwa kinerja lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan kinerja lingkungan dalam *sustainability report* dipandang sebagai bentuk transparansi dan tanggung jawab perusahaan sehingga memperkuat dukungan *stakeholder* dan *shareholder* terhadap perusahaan, yang pada akhirnya berdampak pada keberlanjutan dan peningkatan nilai perusahaan.

H₃: Kinerja lingkungan berpengaruh positif pada nilai perusahaan

3. METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang tercatat di BEI periode 2022-2024 berjumlah 112 perusahaan. Penelitian ini menggunakan data sekunder dengan pemilihan sampel secara *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan ialah menerima peringkat PROPER secara berturut-turut dan menerbitkan laporan keuangan, laporan tahunan, dan laporan keberlanjutan secara berturut-turut selama 2022-2024. Sampel penelitian yang diperoleh untuk digunakan berjumlah 95 data.

Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan IBM *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) *Statistics 26*.

Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diukur dengan Tobin's Q sebagaimana digunakan dalam penelitian sebelumnya oleh Sapulette dan Limba (2021) dengan rumus :

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{Total Market Value} + \text{Total Liabilities}}{\text{Total Assets}}$$

Keterangan:

$$\text{Total Market Value} = \text{Closing Price} \times \text{Outstanding Shares}$$

Ketika nilai Tobin's Q lebih besar dari 1 berarti nilai pasar perusahaan lebih besar daripada nilai bukunya. Sebaliknya, apabila Tobin's Q kurang dari 1, nilai pasar lebih rendah daripada nilai bukunya. Semakin tinggi nilai Tobin's Q, semakin baik prospek pertumbuhan perusahaan.

Variabel Independen

Akuntansi Hijau

Variabel akuntansi hijau dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan biaya lingkungan yang dilihat dengan variabel *dummy*, mengikuti penelitian yang

dilakukan oleh Sudimas *et al.* (2023) dan Anggreni *et al.* (2025). Perusahaan yang mengungkapkan biaya lingkungan dalam laporan keberlanjutannya diberi skor 1, sedangkan yang tidak melakukan pengungkapan diberi skor 0.

Inovasi Hijau

Dalam penelitian ini variabel inovasi hijau diukur menggunakan metode analisis konten yang mengacu pada penelitian Septiani dan Hernawati (2024) dengan indikator yang digunakan meliputi [1] penerapan teknologi baru dalam proses produksi untuk mengurangi konsumsi energi, air, dan limbah, [2] penggunaan bahan yang ramah lingkungan dalam proses produksi, [3] pemanfaatan kemasan berkelanjutan, seperti kertas atau plastik daur ulang, serta [4] kemampuan mendaur ulang atau merekondisi baik bahan maupun komponen produksi. Masing-masing indikator diberi skor 1 jika perusahaan mengungkapkannya, dan 0 jika tidak mengungkapkannya. Setelah dilakukan *scoring*, nilai akuntansi hijau diperoleh dengan menggunakan rumus berikut:

$$GI = \frac{\text{Total Nilai Pengungkapan Indikator GI}}{\text{Jumlah Indikator GI}} \times 100\%$$

Kinerja Lingkungan

Penelitian ini menggunakan hasil pemeringkatan PROPER dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) sebagai alat ukur kinerja lingkungan dengan memberikan skor sesuai dengan warna peringkat PROPER yang diperoleh masing-masing perusahaan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Gunawan dan Berliyanda (2024). PROPER menilai kinerja perusahaan melalui sistem peringkat lima warna (Tabel 1).

Tabel 1

Peringkat Proper

Warna	Penilaian	Skor
Emas	Sangat-sangat baik	5
Hijau	Sangat baik	4
Biru	Baik	3
Merah	Buruk	2
Hitam	Sangat buruk	1

Sumber: Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. (n.d.)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Variabel Nilai Perusahaan yang diproksikan dengan Tobin's Q menunjukkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 1.7409 dengan standar deviasi 1.13003. Nilai maksimum variabel ini adalah 6.27, yang dicapai oleh PT Multi Bintang Indonesia Tbk. (MLBI) pada tahun 2022, sementara nilai minimum sebesar 0.46 berasal dari PT Mustika Ratu Tbk. (MRAT) pada tahun 2024.

Variabel akuntansi hijau (*green accounting/GA*), yang diukur menggunakan variabel *dummy* berdasarkan pengungkapan biaya lingkungan, memiliki *mean* 0.64 dan standar deviasi 0.482. Nilai maksimum 1 diperoleh oleh 61 data sampel, seperti PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk. (GOOD) tahun 2022, PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk. (CPIN) tahun 2024. Sebaliknya, nilai minimum 0 ditemukan pada 34 data sampel, yaitu PT Delta Djakarta Tbk. (DLTA) tahun 2022, PT Tunas Baru Lampung Tbk. (TBLA) tahun 2024.

Variabel inovasi hijau (*green innovation/GI*), yang diukur melalui analisis konten, tercatat memiliki nilai rata-rata 0.8342 dengan standar deviasi 0.13939. Nilai maksimum sebesar 1.00 ditemukan pada 36 data sampel, di antaranya PT Akasha Wira International Tbk. (ADES) tahun 2022 dan PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk. (ULTJ) tahun 2024. Adapun nilai minimum sebesar 0.50 diperoleh oleh PT Sekar Laut Tbk. (SKLT) tahun 2023 dan 2024, PT Mustika Ratu Tbk. (MRAT) tahun 2023, serta PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk. (GOOD) tahun 2022.

Variabel kinerja lingkungan (*environmental performance/EP*), yang diukur berdasarkan peringkat PROPER, menunjukkan nilai rata-rata 3.00 setara dengan peringkat biru, dengan standar deviasi 0.146. Nilai maksimum adalah 4 (peringkat hijau) yang diraih oleh PT H.M. Sampoerna Tbk. (HMSP) pada tahun 2023. Sementara itu, nilai minimum adalah 2 (peringkat merah) yang diperoleh PT Mustika Ratu Tbk. (MRAT) pada tahun 2024.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0.200 lebih besar daripada tingkat signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu 0,05 (5%). Hal ini menunjukkan bahwa data telah berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Glejser menunjukkan bahwa setiap variabel independen, yaitu GA (0.972), GI (0.260), EP (0.370), memiliki nilai *sig.* lebih besar dari 0.05 sehingga disimpulkan seluruh variabel independen tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Autokorelasi

Hasil Uji Durbin-Watson (DW) menunjukkan nilai 1.819, yang kemudian dibandingkan dengan nilai pada tabel Durbin-Watson untuk $n = 94$, $k = 3$, dan tingkat signifikansi 5%, yaitu $dL = 1.5991$ dan $dU = 1.7306$. Nilai $(4 - dU)$ adalah 2.2694. Dari nilai-nilai tersebut disimpulkan $dU < DW < (4-dU)$, yang menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami autokorelasi.

4. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dilihat melalui nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dari hasil olah data, seluruh variabel independen memiliki nilai *tolerance* > 0.10 dan nilai VIF < 10 . Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi bebas dari gejala multikolinearitas.

Hasil Uji Kelayakan Model

1. Uji Statistik F

Tabel 3

Hasil Uji Statistik F

	ANOVA				
	<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Regression</i>	1.046	3	.349	8.504	.000
<i>Residual</i>	3.689	90	.041		
Total	4.735	93			

Sumber: Olah data penulis

Hasil uji statistik F pada Tabel 3 menunjukkan nilai Sig. 0.000, di bawah tingkat signifikansi 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel GA, GI, dan EP secara bersama-sama memiliki pengaruh pada nilai perusahaan.

2. Koefisien Determinasi

Tabel 4

Hasil Koefisien Determinasi

<i>Model Summary</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.470	.221	.195	.20246

Sumber: Olah data penulis

Tabel 4 menunjukkan nilai *Adjusted R²* sebesar 0.195, yang berarti variabel independen (GA, GI, dan EP) secara bersamaan dapat menjelaskan variabel dependen (nilai perusahaan) sebesar 0.195 atau 19.5%. Sementara itu, sisanya sebesar 80.5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Tabel 4

Hasil Uji Statistik t

	<i>Coefficients</i>				
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
(Constant)	-.905	.212		-4.258	.000
LAG_GA	.049	.051	.091	.959	.340
LAG_GI	.692	.168	.401	4.123	.000
LAG_EP	.491	.130	.361	3.777	.000

Sumber: Olah data penulis

Pembahasan

Pengaruh Akuntansi Hijau terhadap Nilai Perusahaan

Variabel akuntansi hijau yang diukur dengan menggunakan biaya lingkungan yang dilihat dengan variabel *dummy* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.340 dan nilai ini lebih besar dari 0.05, yang menunjukkan bahwa akuntansi hijau tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Misalnya, PT Uni-Charm Indonesia Tbk. (UCID) pada tahun 2024 melakukan pengungkapan biaya lingkungan sehingga memperoleh nilai 1.71 (melebihi nilai rata-rata 0.64), tetapi nilai perusahaan yang

diperoleh hanya sebesar 0.6872 (kurang dari nilai rata-rata 1.7409). Selain itu, pada tahun 2022, PT Mayora Indah Tbk. (MYOR) tidak mengungkapkan biaya lingkungannya, maka memperoleh nilai 0 (di bawah nilai rata-rata 0.64), tetapi nilai perusahaannya menunjukkan angka sebesar 2.9331 (lebih besar daripada rata-rata 1.7409). Investor cenderung memandang biaya lingkungan yang dilaporkan dalam akuntansi hijau sebagai komponen beban yang mengurangi laba perusahaan dalam jangka pendek. Ketika perusahaan mengeluarkan biaya untuk pengelolaan lingkungan, arus kas yang tersedia untuk pembagian dividen atau ekspansi bisnis lainnya menjadi berkurang. Selain itu, informasi yang disajikan sering kali belum cukup detail untuk meyakinkan investor mengenai efisiensi biaya atau manfaat ekonomis yang konkret dari pengeluaran tersebut. Meskipun Otoritas Jasa Keuangan telah mewajibkan penerbitan Laporan Keberlanjutan melalui POJK No. 51/POJK.03/2017, regulasi tersebut belum mengatur secara spesifik mengenai standar pengungkapan biaya lingkungan. Investor cenderung menilai informasi tersebut sekadar formalitas atau pencitraan sehingga tidak dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan investasi dan tidak berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa studi terdahulu, seperti dikemukakan oleh Rahmawati *et al.* (2024). Mereka menyimpulkan bahwa di mata investor, implementasi akuntansi hijau tidak menjamin dan tidak menghasilkan keuntungan finansial secara langsung, sehingga tidak terlihat dampaknya pada nilai perusahaan dalam jangka pendek. Temuan ini juga didukung oleh Melvani dan Arsjah (2025) yang menegaskan bahwa meskipun mencerminkan komitmen perusahaan, praktik akuntansi hijau tidak berpengaruh pada nilai perusahaan yang dapat disebabkan oleh investor yang cenderung berorientasi pada profitabilitas jangka pendek dan rendahnya pemahaman pasar mengenai manfaat jangka panjang dari aktivitas lingkungan tersebut. Selain itu, Gunawan dan Berliyanda (2024) menyatakan bahwa praktik akuntansi hijau di Indonesia pada dasarnya masih jarang diterapkan dan belum sepenuhnya memenuhi standar pelaporan Global Reporting Initiative (GRI). Banyak

perusahaan masih enggan mengimplementasikannya karena pertimbangan biaya-manfaat dan belum ada regulasi yang mewajibkan.

Pengaruh Inovasi Hijau terhadap Nilai Perusahaan

Variabel inovasi hijau yang diukur dengan menggunakan metode analisis konten menunjukkan nilai signifikansi 0.000. Nilai ini lebih kecil daripada 0.05. Arah pengaruhnya bersifat positif yang terlihat dari nilai positif dari koefisien regresi untuk variabel inovasi hijau di angka 0.692. Hal tersebut mengindikasikan bahwa inovasi hijau terbukti berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Misalnya, pada tahun 2024, PT Unilever Indonesia Tbk. (UNVR) mengungkapkan semua indikator inovasi hijau sehingga memperoleh nilai 1.00 (melampaui rerata 0.8342) dengan nilai perusahaan sebesar 5.3477 (melampaui rerata 1.7409). Selanjutnya, pada tahun 2023, PT Mustika Ratu Tbk. (MRAT) menunjukkan nilai inovasi hijau sebesar 0.50 (di bawah rata-rata 0.8342) dan nilai perusahaan 0.6160 (di bawah rata-rata 1.7409). Inovasi hijau dapat menciptakan keunggulan kompetitif. Meskipun membutuhkan investasi awal yang besar, inovasi pada produk, proses, atau kemasan merupakan langkah nyata yang sulit ditiru oleh pesaing. Bagi investor, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak sekadar mematuhi aturan, tetapi sedang membangun efisiensi jangka panjang. Melalui inovasi proses yang hemat energi dan minim limbah, perusahaan berhasil menurunkan biaya operasional, yang secara langsung berdampak pada peningkatan margin laba dan arus kas masa depan. yang terefleksi pada kenaikan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan pengaruh positif inovasi hijau terhadap nilai perusahaan. Dewi dan Rahmianingsih (2020) mengemukakan bahwa inovasi hijau berpengaruh positif pada nilai perusahaan karena kemampuannya menciptakan efisiensi biaya operasional melalui optimalisasi teknologi dan sumber daya. Selain itu, komitmen terhadap inovasi lingkungan direspons positif oleh pasar sebagai bentuk keunggulan kompetitif yang menjamin keberlanjutan bisnis jangka panjang sehingga mendorong peningkatan kepercayaan investor. Setyawan dan Wijayanti (2023) menjelaskan bahwa selain aspek ekonomi, pemangku kepentingan kini menuntut kinerja lingkungan yang baik sebagai indikator manajemen risiko dan

going concern. Sinergi antara inovasi dan tanggung jawab lingkungan inilah yang membangun kepercayaan investor dan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini dipertegas oleh Tarigan dan Dewi (2025), yang menyatakan bahwa efisiensi sumber daya dalam inovasi hijau dapat memperkuat citra perusahaan. Respons inilah yang membangun kepercayaan investor dan konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan kinerja keuangan dan nilai perusahaan.

Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

Kinerja lingkungan yang diukur menggunakan hasil pemeringkatan PROPER dari KLHK mencatat angka signifikansi sebesar 0.000 (di bawah 0.05), yang mengindikasikan bahwa variabel akuntansi hijau berpengaruh pada nilai perusahaan. Pengaruhnya bersifat positif karena nilai koefisien regresi kinerja lingkungan adalah positif sebesar 0.491. Sebagai contoh, PT H.M. Sampoerna Tbk. (HMSP) pada tahun 2023 memperoleh peringkat PROPER “Hijau” (nilai 4, di atas rata-rata 3) dan nilai perusahaan sebesar 2.3420 (di atas rata-rata 1.7409). Selain itu, pada tahun 2024, PT Mustika Ratu Tbk. (MRAT) memperoleh peringkat PROPER “Merah” (nilai 2, di bawah rata-rata 3) dengan nilai perusahaan sebesar 0.4591 (kurang dari nilai rata-rata 1.7409). Pencapaian peringkat PROPER yang tinggi akan memperkuat legitimasi dan *social license to operate* perusahaan yang pada akhirnya dapat melindungi dari kritik publik sekaligus meningkatkan citra positifnya. Peringkat kinerja lingkungan yang unggul dapat memenuhi harapan pihak-pihak yang berkepentingan. Pemerintah puas karena perusahaan menunjukkan kepatuhan yang tinggi, konsumen merasa lebih percaya pada merek perusahaan, investor melihatnya sebagai sinyal risiko yang lebih rendah, dan masyarakat diuntungkan dengan dampak polusi yang minim. Dukungan luas dari beberapa pemangku kepentingan ini kemudian dihargai oleh pasar dengan peningkatan nilai perusahaan.

Temuan ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya, yaitu Sapulette dan Limba (2021), Gunawan dan Berliyanda (2024), dan Anggreni *et al.* (2025), yang juga mengonfirmasi bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Penelitian-penelitian tersebut menjelaskan bahwa perusahaan yang peduli terhadap kelestarian dan memiliki kinerja lingkungan

yang unggul cenderung membangun citra positif dan reputasi yang kuat. Anggreni *et al.* (2025) dan Gunawan dan Berliyanda (2024) juga menekankan bahwa cara pandang investor telah bergeser untuk lebih peduli pada isu keberlanjutan, sehingga transparansi kinerja lingkungan sangat dihargai. Pada akhirnya, reputasi yang baik, legitimasi sosial, dan kepercayaan pemangku kepentingan inilah yang berkontribusi menarik modal dan meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan sebagai berikut. *Pertama*, akuntansi hijau tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Tidak adanya standar pelaporan dan sifat pengungkapan yang sukarela membuat investor tidak menjadikan informasi ini sebagai pertimbangan utama dalam keputusan investasi. *Kedua*, inovasi hijau berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Perusahaan proaktif menjadi lebih efisien dalam biaya energi/limbah dan mengurangi risiko regulasi pada masa depan. Kombinasi antara peningkatan efisiensi operasional dan reputasi yang lebih baik inilah yang berkontribusi positif pada peningkatan nilai perusahaan di mata pasar. *Ketiga*, kinerja lingkungan memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Pasar memberikan apresiasi terhadap komitmen lingkungan yang divalidasi melalui peringkat PROPER. Peringkat yang baik akan memperkuat legitimasi perusahaan sekaligus memenuhi ekspektasi berbagai pemangku kepentingan, seperti investor, konsumen, dan pemerintah. Dukungan luas dari pemangku kepentingan ini pada akhirnya dihargai oleh pasar melalui valuasi perusahaan yang lebih tinggi.

Keterbatasan dan Saran Penelitian

Pertama, periode penelitian yang hanya tiga tahun terlalu singkat untuk melihat dampak jangka panjang strategi lingkungan terhadap nilai perusahaan sehingga diharapkan memperpanjang periode pengamatan (misalnya lima tahun) untuk dapat menganalisis dampak jangka panjang. *Kedua*, nilai *Adjusted R-Square* yang rendah (19,5%) diharapkan menambah atau menggunakan variabel independen lain (misalnya profitabilitas, *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate*

Governance). *Ketiga*, temuan penelitian yang menunjukkan bahwa akuntansi hijau tidak berpengaruh pada nilai perusahaan kemungkinan disebabkan oleh keterbatasan penggunaan proksi variabel *dummy*. Pemilihan proksi ini pada awalnya didasarkan pada pengungkapan biaya lingkungan di Indonesia masih bersifat sukarela dan belum terdapat standar untuk menyajikan biaya lingkungan secara seragam sehingga penggunaan variabel *dummy* digunakan untuk membedakan perusahaan yang mengungkapkan biaya lingkungan dan yang tidak, sekaligus menghindari bias akibat ketidakterediaan biaya lingkungan pada seluruh sampel. Namun, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa variabel *dummy* belum mampu menangkap kualitas dan kedalaman implementasi akuntansi hijau. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan metode pengukuran yang lebih komprehensif, seperti EARS atau analisis konten laporan keberlanjutan guna memperoleh gambaran yang lebih representatif.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggreni, S. M., Sisdiyani, E. A., & Badera, I. D. N. (2025). Enhancing firm value through green accounting and environmental performance: The mediating effect of profitability. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 17(1), 50–64. <https://doi.org/10.15294/jda.v17i1.10242>
- Bareksa. (2024, 14 June). OJK: Tren investasi ESG di 2024 catat 5 indeks dengan 73 emiten, 62 reksadana dan 4 EBUS. <https://www.bareksa.com/berita/saham/2024-06-14/ojk-tren-investasi-esg-di-2024-catat-5-indeks-dengan-73-emiten-62-reksadana-dan-4-ebus>
- Dewi, R. R., & Rahmianingsih, A. (2020). Meningkatkan nilai perusahaan melalui green innovation dan eco-efisiensi. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 12(2), 225–243. <https://doi.org/10.35313/ekspansi.v12i2.2241>
- Gunawan, B., & Berliyanda, K. L. (2024). Pengaruh green accounting, pengungkapan emisi karbon, dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 33–50. <https://doi.org/10.18196/rabin.v8i1.22027>
- Kusno, J. I., Hartanto, F. T., & Trilaksono, T. (2024). ESG scores' impact on portfolio performance, An evidence from Indonesia. *International Research Journal of Business Studies*, 17(02), 199–212. <https://doi.org/10.21632/irjbs>
- Melvani, G. P., & Arsjah, R. J. (2025). Pengaruh green accounting, intellectual capital dan pengungkapan lingkungan terhadap nilai perusahaan. *Journal of*

Accounting and Finance Management, 5(6).
<https://doi.org/10.38035/jafm.v5i6>

- Pramestya, M. V., & Sjarief, J. (2024). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan penerapan green accounting terhadap nilai perusahaan. *Prosiding Working Papers Series In Management*, 16(2), 149–166. <https://doi.org/https://doi.org/10.25170/wpm.v16i2.6202>
- Rahmawati, D. D., Setiono, H., & Ilmiddaviq, M. B. (2024). Pengaruh green accounting, corporate social responsibility, dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah dan Akuntansi*, 1(5), 45–59. <https://doi.org/10.61132/jiesa.v1i5.428>
- Ramadhan, R., Alkautsar, M., & Basit, A. A. (2025). Pengaruh pengungkapan emisi karbon, inovasi hijau dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan (Studi empiris pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2019-2023). *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 7(2), 389–400. <https://doi.org/10.36985/126evc55>
- Sapulette, G. S., & Limba, F. B. (2021). Pengaruh penerapan green accounting dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020. *Kupna Jurnal*, 2. http://ppid.menlhk.go.id/siaran_pers/browse/2337
- Septiana, A., & Sundari, B. (2024). Pengaruh penerapan green accounting dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022. *FINANCIAL: Jurnal Akuntansi*, 10(2), 210–220. <https://financial.ac.id/index.php/financial>
- Septiani, R., & Hernawati, E. (2024). Do green innovation, carbon emission disks affect company value with environmental performance as a moderator? *KnE Social Sciences*, 273–291. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i20.16520>
- Setyawan, G. D., & Wijayanti, R. (2023). The moderation role of financial performance in the relationship between green innovation and firm value (Empirical study of manufacturing companies in 2020-2021). *Medan International Conference Economics and Business*, 1.
- Sudimas, M. R., Ramdany, R., & Ispriyahadi, H. (2023). Does financial performance mediate the impact of green accounting and environmental performance on firm value? *Journal of Governance Risk Management Compliance and Sustainability*, 3(1), 58–73. <https://doi.org/10.31098/jgrcs.v3i1.1487>
- Tarigan, L. M. B., & Dewi, S. (2025). Pengaruh integrated reporting dan green innovation terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023. *Journal of Accounting and Finance Management*, 6(1). <https://doi.org/10.38035/jafm.v6i1>