

## **ANALISIS PENGARUH *GREEN ACCOUNTING* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN STRATEGI BISNIS SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Cindy Flontama

Synthia Madyakusumawati

Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya

[synthia.madya@atmajaya.ac.id](mailto:synthia.madya@atmajaya.ac.id)

### **ABSTRACT**

*This study was conducted to examine the impact of green accounting and other variable of green action on firm value, with business strategy serving as a moderating variable. The data for this research was gathered from sustainability and financial reports of non-financial companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2022. The sample consisted of 18 non-financial companies, with a total of 90 data points analyzed. The research employed descriptive statistical analysis and multiple linear regression analysis using SPSS 26. The findings indicate that green innovation and green intellectual capital positively affect firm value, while green accounting does not have an impact. Additionally, the study reveals that business strategy strengthens the effect of green intellectual capital on firm value and weakens the effect of green accounting on firm value, but does not moderate the effect of green innovation on firm value.*

**Keywords:** *Firm Value, Green innovation, Green accounting, Green intellectual capital , Business Strategy, Environmental Sustainability.*

### **1. PENDAHULUAN**

Pada beberapa dekade belakangan ini, dunia telah menghadapi masalah lingkungan yang sangat serius akibat pencemaran yang dilakukan oleh aktivitas manusia baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini yang membuat negara di dunia bergotong royong dalam mewujudkan 2030 Sustainable Development Goals (SDGs) demi mencapai pembangunan berkelanjutan. Dalam mendukung SGD, negara Indonesia berkomitmen untuk menjaga konservatisme lingkungan hidup dalam general conference UNESCO ke-40 sejak tahun 2019. Namun, tingkat pencemaran lingkungan di Indonesia masih cukup tinggi dimana pada tahun 2023 Indonesia menempati posisi ke-42 negara paling tercemar berdasarkan tingkat pollution index (Pollution Index by Country 2023, 2023).

Pencemaran lingkungan dapat disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya kegiatan operasional perusahaan. Kegiatan operasional perusahaan di satu sisi membawa manfaat bagi masyarakat karena mampu untuk memenuhi kebutuhan masyarakat secara umum. Namun, tidak jarang kegiatan operasional perusahaan dilakukan dengan tidak bertanggung jawab dan hanya berfokus pada maksimalisasi laba (Maysaroh & Kusmilawaty, 2023). Hal

ini dapat dapat memberikan dampak negatif salah satunya terhadap lingkungan terutama dari limbah yang dihasilkan dan pemanfaatan sumber daya alam secara tidak efektif.

Otoritas Jasa Keuangan mewajibkan seluruh perusahaan publik untuk menyusun laporan keberlanjutan secara terpisah dari laporan tahunan yang dimulai per periode tahun 2020 sebagai salah satu wujud komitmen perusahaan terhadap bisnis keberlanjutan. Selain tuntutan dari pemerintah, tuntutan keberlanjutan lingkungan juga datang dari pihak konsumen dimana pada penelitian yang dilakukan Kantar pada tahun 2020 terdapat peningkatan konsumen sebesar 112% di Indonesia yang semakin peduli terhadap lingkungan. Meningkatnya tekanan lingkungan dari pemerintah maupun konsumen membuat perusahaan harus menerapkan strategi yang dapat memberikan kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan salah satunya yaitu menghasilkan *green innovation*.

*Green innovation* yang terdiri dari inovasi produk ramah lingkungan dan inovasi proses ramah lingkungan berfokus pada keberlanjutan lingkungan (Chen Jia Wen & Liu Lin Lin, 2019). *Green innovation* dinilai dapat menciptakan nilai bagi perusahaan, namun disamping itu perusahaan juga membutuhkan strategi yang tepat jika ingin menangkap potensi nilai yang dihasilkan dari *green innovation* tersebut (Chen Jia Wen & Liu Lin Lin, 2019). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yuniarti et al. (2022) *green innovation* memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan dikarenakan ketika perusahaan melakukan inovasi yang memiliki dampak berkesinambungan, maka akan membuat nilai perusahaan semakin baik. Namun, penelitian ini bertentangan dengan Xie Zhao Dong et al., 2022 yang menyebutkan bahwa *green innovation* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dikarenakan ada biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan sehingga membuat keuangan perusahaan menjadi kurang fleksibel.

Dalam menjalankan kegiatan operasional, perusahaan membutuhkan dukungan dari lingkungan sehingga sudah sewajarnya perusahaan melakukan pengelolaan kembali lingkungan hidup tersebut. Namun, pengelolaan lingkungan membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Untuk memisahkan pencatatan biaya lingkungan dari biaya lainnya, maka perusahaan dapat melakukan penerapan *green accounting*. *Green accounting* dapat diartikan sebagai praktik akuntansi yang mengidentifikasi, mengukur, menilai dan mengungkapkan biaya-biaya kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan guna mengurangi dampak kegiatan usaha terhadap lingkungan hidup dan membuat laporan biaya lingkungan hidup (Sukmadilaga et al., 2023). Melalui biaya lingkungan yang dimasukkan pada laporan keberlanjutan perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap lingkungan (Sapulette & Limba, 2021). Penelitian yang dilakukan oleh (Sukmadilaga et al., 2023), menunjukkan bahwa *green accounting* memiliki pengaruh

signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sapulette & Limba (2021) yang menyatakan bahwa *green accounting* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain menghasilkan inovasi-inovasi yang ramah lingkungan serta melakukan pengungkapan mengenai biaya pengelolaan lingkungan hidup, perusahaan juga memerlukan *intellectual capital* yang dapat membantu perusahaan untuk mencapai tujuan keberlanjutan tersebut. Dari kebutuhan tersebut kemudian memunculkan konsep baru yang menggabungkan konsep *green* (ramah lingkungan) dengan *intellectual capital* (Chandra & Augustine, 2019). *Green intellectual capital* mencerminkan aset tidak berwujud berupa pengetahuan, kebijaksanaan, pengalaman dan inovasi dibidang perlindungan lingkungan. *Green intellectual capital* dapat membantu perusahaan untuk memaksimalkan kinerja lingkungannya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Tonay & Murwaningsari (2022), *Green intellectual capital* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Agustin & Augustine (2023), dimana dari hasil penelitian tersebut ternyata *Green intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Meningkatnya kepedulian perusahaan terhadap lingkungan membuat semakin banyak perusahaan yang menerapkan praktik lingkungan hidup supaya dapat menjadi “hijau dan kompetitif” (El-Kassar & Singh, 2019). Diluar dari peraturan pemerintah untuk memperhatikan kondisi lingkungan, penerapan konsep keberlanjutan lingkungan ini sebenarnya juga merupakan salah satu strategi bisnis dari perusahaan untuk menjadi tetap kompetitif. Saat ini, tujuan perusahaan tidak lagi untuk mencari profit yang sebanyak-banyaknya, tetapi memastikan keberlanjutan perusahaan di masa mendatang melalui dukungan dari berbagai pihak pemangku kepentingan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memiliki strategi bisnis yang tepat supaya dapat menangkap nilai-nilai yang dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan maksimal. Oleh karena itu, penulis mengambil variabel ini untuk memoderasi variabel-variabel lain dalam memengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan fenomena dan research gap yang telah dipaparkan pada bagian atas, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan serta sumber daya yang dimiliki memengaruhi nilai perusahaan. Variabel independen yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *green innovation*, *green accounting*, dan *Green intellectual capital*. Dengan demikian, judul penelitian dalam penyusunan skripsi yang ingin dikembangkan oleh penulis adalah “Pengaruh *Green innovation*, *Green accounting* dan *Green intellectual capital* terhadap *Firm Value* dengan Business Strategy Sebagai Variabel Moderasi”

Dari latar belakang yang telah dideskripsikan pada bagian sebelumnya, maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini:

1. Apakah *green innovation* berpengaruh terhadap *Firm Value*?
2. Apakah *green accounting* berpengaruh terhadap *Firm Value* ?
3. Apakah *Green intellectual capital* berpengaruh terhadap *Firm Value*?
4. Apakah *business strategy* memoderasi pengaruh *Green innovation*, *Green Accounting* dan *Green intellectual capital* terhadap *Firm Value*?

Batasan masalah pada penelitian ini adalah perusahaan non keuangan yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2018-2022

## 2. TINJAUAN LITERATUR

### **Kerangka Teoretis**

#### **Signalling Theory (Teori Sinyal)**

Teori Sinyal yang pertama kali dicetuskan oleh Spence (1973) menyatakan bahwa informasi yang dipublikasi oleh suatu perusahaan mengenai kondisi didalamnya dapat menjadi suatu sinyal atau isyarat yang bermanfaat bagi penerima informasi. Signalling Theory memiliki hubungan dengan nilai perusahaan dimana baik buruknya sinyal yang diberikan oleh perusahaan dapat menentukan pandangan investor terhadap perusahaan. Ketika perusahaan tidak dapat menyampaikan informasi dengan baik atau informasi yang dipaparkan perusahaan diterima secara negatif oleh investor akan menyebabkan turunnya kepercayaan investor terhadap perusahaan. Sebaliknya, sinyal positif yang diberikan oleh perusahaan dapat berefek pada membaiknya pandangan investor terhadap perusahaan. Pengungkapan *green innovation*, *green accounting*, dan *Green intellectual capital* oleh perusahaan pada sustainability report dapat menjadi sinyal positif bagi investor.

#### **Legitimacy Theory (Teori Legitimasi)**

Teori legitimasi pertama kali dicetuskan oleh Dowling & Pfeffer (1975). Teori ini menyatakan bahwa dalam interaksi suatu perusahaan dengan masyarakat harus terdapat sistem nilai entitas yang sejalan dengan sistem nilai sosial dimana entitas tersebut menjadi bagian di dalamnya. Ketika sistem nilai tersebut tidak sejalan atau terdapat perbedaan, maka akan timbul ancaman legitimasi terhadap entitas tersebut (Ajayi & Theophilus, 2020). Dalam teori ini dijelaskan bahwa hal penting yang perlu diperhatikan perusahaan dalam beroperasi adalah menjaga agar nilai-nilai perusahaan tetap sejalan dengan nilai masyarakat di lingkungan sekitarnya (Pratama & Devijayanti, 2022). Hal terkait legitimasi

ini menjadi perhatian bagi para investor terutama yang berinvestasi dalam waktu jangka panjang (Pratama & Devijayanti, 2022).

### ***Resource-Based Theory***

*Resource-Based Theory* yang pertama kali dicetuskan oleh Wernerfelt (1984) menjelaskan bahwa efisiensi dan efektivitas perusahaan dapat ditingkatkan melalui sumber daya yang dimilikinya (Aguzman, 2021). *Resource-Based Theory* menyatakan bahwa perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif melalui sumber daya yang dimilikinya untuk dapat berkelanjutan terus menerus (Aguzman, 2021). Pada zaman sekarang, perusahaan harus bersaing untuk menghasilkan sesuatu yang memiliki keunikan serta dapat menciptakan kebutuhan bagi konsumen. Keunggulan kompetitif keberlanjutan perusahaan dapat dimaksimalkan dengan adanya *Green intellectual capital* yang langka, tidak dapat ditiru, berharga, tidak tergantikan dan tidak dapat diperdagangkan (Barney, 2001).

### ***Firm Value (Nilai Perusahaan)***

*Firm Value* (nilai perusahaan) merupakan suatu nilai yang dapat mencerminkan kondisi perusahaan sehingga tinggi rendahnya nilai perusahaan akan mencerminkan baik buruknya kondisi perusahaan (Anggita et al., 2022). Selain itu, nilai perusahaan juga dapat diartikan sebagai harga yang bersedia dibayar oleh investor apabila perusahaan tersebut dijual. Bagi perusahaan publik, nilai perusahaan biasanya tercermin dari harga saham perusahaan. Yuniarti et al. (2022) menyatakan bahwa nilai perusahaan dapat dihitung menggunakan rasio Tobin's Q. Melalui rasio Tobin's Q, nilai perusahaan diukur berdasarkan kinerja pasar perusahaan karena mencakup aspek fundamental dan penilaian pihak eksternal dalam menilai perusahaan berdasarkan keputusan investasi, pendanaan, dan pengelolaan aset.

### ***Green innovation***

*Green innovation* merupakan suatu teknik, sistem, maupun proses produksi yang baru atau termodifikasi yang dilakukan perusahaan demi mengurangi pencemaran atau kerusakan lingkungan (Rennings and Rammer, 2003 dalam Agustia, et al., 2019). *Green innovation* memiliki konsep yang hampir mirip dengan konsep inovasi pada umumnya yaitu memiliki tujuan untuk mengembangkan pembaharuan produk untuk meningkatkan efisiensi maupun produktivitas. *Green innovation* berbeda dengan inovasi pada umumnya dalam hal *green innovation* tidak hanya meningkatkan kinerja ekonomi perusahaan tetapi juga kinerja lingkungan perusahaan (Agustia et al., 2019). *Green innovation* dapat mengurangi dampak

negatif yang ditimbulkan oleh perusahaan dalam kegiatan operasional dan meningkatkan keunggulan kompetitif.

### ***Green accounting***

Menurut Riyadh et al. (2020), *green accounting* merupakan praktik akuntansi yang mengungkapkan biaya yang dikeluarkan perusahaan terkait pengelolaan dan pelestarian lingkungan. Melalui penerapan *green accounting*, perusahaan akan lebih mempertimbangkan manfaat yang didapatkan dari biaya yang dikeluarkan. Dengan demikian, dapat lebih meningkatkan kesadaran perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan dan mengurangi dampak negatif operasionalnya terhadap lingkungan.

Melalui penerapan *green accounting*, pencatatan dan perencanaan terkait biaya yang ditimbulkan dari pengelolaan lingkungan akan menjadi lebih transparan sehingga strategi perusahaan dalam mengelola lingkungan juga dapat menjadi lebih baik. Menurut Morthy & Yacob (2013), *Green accounting* dapat diukur menggunakan biaya yang dikeluarkan perusahaan terkait pelestarian lingkungan.

### ***Green intellectual capital***

*Green intellectual capital* merupakan konsep yang mencerminkan aset tidak berwujud yang dimiliki oleh perusahaan pada bidang pengelolaan lingkungan (Chen Yu Shan, 2008). Aset tidak berwujud yang dimaksud termasuk pengetahuan, kebijaksanaan, pengalaman serta inovasi yang dimiliki oleh perusahaan dalam memaksimalkan kinerja lingkungan. *Green intellectual capital* pada dasarnya menggabungkan unsur lingkungan ke dalam konsep model intelektual untuk menghadapi masalah lingkungan. *Green intellectual capital* penting bagi perusahaan dalam menghadapi tuntutan pengelolaan lingkungan serta dalam meningkatkan kinerja lingkungan. Oleh karena itu, *Green intellectual capital* memegang peranan yang penting dalam mendorong perusahaan untuk mencapai keberlanjutan. Adapun menurut Chen Yu Shan (2008), *Green intellectual capital* terdiri dari 3 unsur yaitu green human capital, green structural capital dan green relationship capital.

### **Business Strategy**

Perusahaan pada umumnya akan merumuskan strategi bisnis yang akan digunakan secara konsisten dari waktu ke waktu. Strategi bisnis merupakan strategi yang diterapkan perusahaan dalam menghadapi persaingan usaha maupun menjalin kerja sama dengan partner usaha supaya dapat meningkatkan posisi bersaing dari produk atau jasa yang dihasilkan (Wheelen et al., 2018). Selain digunakan untuk menghadapi pesaing, strategi

bisnis juga menggambarkan produk atau jasa apa yang ditawarkan kepada konsumen, serta metode apa yang akan digunakan perusahaan untuk menyampaikan produk mereka (Muchammad, 2018). Pengukuran strategi bisnis dapat menggunakan Premium Price Capability (PPC) yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menerapkan harga yang premium (Al-Rdaydeh et al., 2018). Dibandingkan dengan perusahaan dengan strategi cost leadership, perusahaan dengan strategi product differentiation menghasilkan produk dan layanan inovatif dengan kemampuan lebih tinggi dalam mendapatkan harga premium.

### Tinjauan Pustaka

Rincian dari penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Dependen dan Variabel Independen	Hasil Penelitian
1	Tonay, C., & Murwaningsari, E. (2022)	Pengaruh <i>Green innovation</i> dan <i>Green intellectual capital</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Moderasi	<b>Variabel Dependen:</b> Nilai Perusahaan <b>Variabel Independen:</b> • <i>Green innovation</i> • <i>Green intellectual capital</i>	<i>Green innovation</i> dan <i>Green intellectual capital</i> memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan
2	Xie Zhao Dong, Wang Jian Zhi, dan Zhao Guo Qin (2022)	<i>Impact of Green innovation on Firm Value: Evidence From Listed Companies in China's Heavy Pollution Industries</i>	<b>Variabel Dependen:</b> <i>Firm Value</i> <b>Variabel Independen:</b> <i>Green innovation</i>	<i>Green innovation</i> memiliki pengaruh negatif terhadap <i>Firm Value</i> .
3	Gantino, R., Ruswanti, E., & Widodo, A. M. (2023)	<i>Green accounting And Intellectual Capital Effect On Firm Value Moderated By Business Strategy</i>	<b>Variabel Dependen:</b> <i>Firm Value</i> <b>Variabel Independen:</b> • <i>Green accounting</i> • <i>Intellectual Capital</i>	<i>Green accounting</i> memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap <i>Firm Value</i> sebelum dan setelah dimoderasi dengan

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Dependen dan Variabel Independen	Hasil Penelitian
				<p><i>Business Strategy</i> pada sektor <i>Consumer Goods</i> dan memiliki pengaruh signifikan positif pada sektor Otomotif dan Komponen.</p> <p><i>Intellectual Capital</i> memiliki pengaruh signifikan positif sebelum dan setelah dimoderasi pada kedua sektor.</p>
4	Sapulette, S. G., Limba, F. B. (2021)	Pengaruh Penerapan <i>Green accounting</i> dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020	<p><b>Variabel Dependen:</b>                      Nilai Perusahaan</p> <p><b>Variabel Independen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Green accounting</i></li> <li>• Kinerja Lingkungan</li> </ul>	<p><i>Green accounting</i> tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan sedangkan kinerja lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel nilai perusahaan.</p>
5	Agustin, F. D., Augustine, Y. (2023)	<i>Why Green IC does not Influence Firm Value?</i>	<p><b>Variabel Dependen:</b>                      Firm Value</p> <p><b>Variabel Independen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Green Human Capital</i></li> <li>• <i>Green Relational Capital</i></li> </ul>	<p><i>Green human capital, Green structural capital, and Green relational capital</i> tidak memengaruhi <i>Firm Value</i> secara simultan</p>

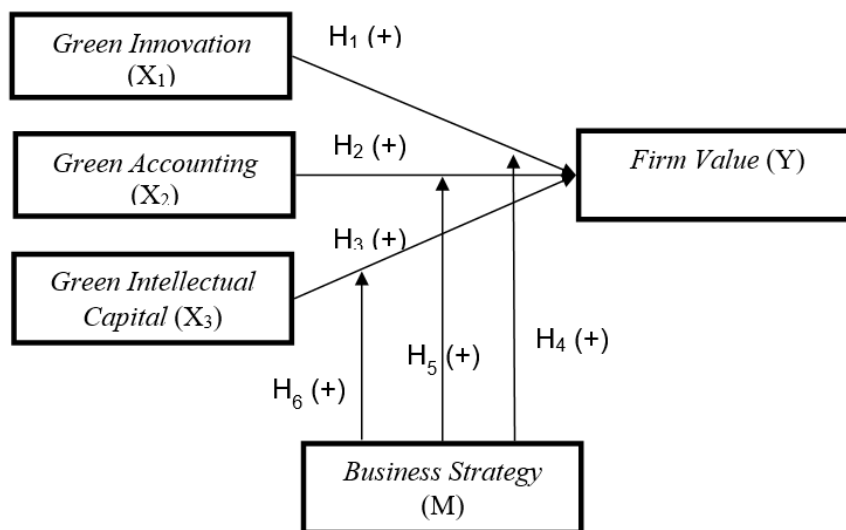


No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Dependen dan Variabel Independen	Hasil Penelitian
			<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Green Structural Capital</i></li> </ul>	
6	Novitasari, M., Agustia, D. (2021)	<i>Profiting from Green innovation: The Moderating Effect of Competitive Strategy</i>	<b>Variabel Dependen:</b> <i>Firm Performance</i> <b>Variabel Independen:</b> <i>Green Innovatin</i>	Implikasi kinerja dari <i>green innovation</i> dimoderasi oleh strategi kompetitif, dan efek moderasi ini lebih menonjol ketika intensitas persaingan tinggi.

Sumber: Pengumpulan data oleh penulis

### Model Penelitian

Penelitian ini menjelaskan pengaruh dari variabel independen yang terdiri dari *Green innovation*, *Green accounting*, dan *Green intellectual capital* terhadap variabel dependen yaitu *Firm Value* serta pengaruh business strategy dalam memoderasi pengaruh *Green innovation*, *Green accounting*, dan *Green intellectual capital* terhadap *Firm Value*. Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

## **Hipotesis Konseptual**

### **Pengaruh Penerapan *Green innovation* terhadap *Firm Value***

Perusahaan yang mampu untuk menerapkan *green innovation* tidak hanya dapat mengurangi pencemaran lingkungan, meminimalkan limbah produksi ataupun meningkatkan produktivitas, tetapi juga dapat meningkatkan citra perusahaan, meningkatkan keunggulan kompetitif serta mengembangkan pasar lingkungan yang baru yang dapat memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan (Astuti et al., 2022). Penerapan *Green innovation* akan membuat perusahaan memiliki nilai tambah di mata investor dan publik karena berpengaruh terhadap keberlanjutan perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Yuniarti et al. (2022),

mengungkapkan bahwa *Green innovation* memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan jika diukur menggunakan Tobin's Q.

**H1: *Green innovation* berpengaruh positif terhadap *Firm Value***

### **Pengaruh Penerapan *Green accounting* terhadap *Firm Value***

*Green accounting* merupakan praktik yang mengungkapkan biaya-biaya lingkungan yang dikeluarkan oleh perusahaan ke dalam laporan keuangan dan sistem akuntansinya (Riyadh et al 2020). UU No.32 Tahun 2009 secara tersirat mendukung praktik penerapan *green accounting* dengan mengharuskan setiap orang yang membuka usaha untuk menyampaikan informasi yang akurat mengenai pengelolaan lingkungan hidup. Penerapan *Green accounting* selain sejalan dengan peraturan yang diterapkan oleh pemerintah, juga dapat memberikan nilai tambah perusahaan di mata masyarakat terutama investor. Dengan menerapkan *Green accounting*, pengungkapan informasi tentang pengelolaan lingkungan tentunya akan menjadi lebih transparan. Bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan akan menjadi sinyal positif bagi investor terkait keberlanjutan perusahaan sehingga pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gantino et al. (2023) pada sektor otomotif yang mengungkapkan bahwa *green accounting* dapat memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

**H2: *Green accounting* berpengaruh positif terhadap *Firm Value***

### **Pengaruh Penerapan *Green intellectual capital* terhadap *Firm Value***

*Green intellectual capital* merupakan konsep yang menggabungkan modal intelektual dengan lingkungan. Suatu perusahaan membutuhkan sumber daya terutama sumber daya

manusia yang dapat membantunya untuk beroperasi. Demikian pula halnya dengan pengelolaan lingkungan, perusahaan membutuhkan sumber daya manusia yang mampu merencanakan, berinovasi, dan menerapkan konsep pengelolaan lingkungan. Ketika perusahaan memiliki modal intelektual yang memadai dalam pengelolaan lingkungan, maka hal ini akan menambah kepercayaan investor dan publik mengenai kemampuan perusahaan dalam mengelola lingkungan dan mengurangi pencemaran. Perusahaan yang dapat mengelola dan memanfaatkan modal intelektualnya dengan efisien dapat membuat perusahaan memiliki suatu nilai yang mampu membedakannya dengan perusahaan lain. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Tonay & Murwaningsari, 2022), *Green intellectual capital* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan pengukuran Tobin's Q.

### **H3: *Green intellectual capital* berpengaruh positif terhadap *Firm Value***

#### **Pengaruh *Business Strategy* dalam memoderasi variabel *Green innovation*, *Green accounting* dan *Green intellectual capital* terhadap *Firm Value***

Perusahaan yang menerapkan strategi bisnis yang berfokus pada pengelolaan lingkungan demi mencapai pembangunan berkelanjutan dapat menawarkan produk atau jasa unik dengan harga yang lebih tinggi. Semakin banyak masyarakat yang sadar akan pentingnya keberlanjutan lingkungan, maka semakin masyarakat akan mencari produk/jasa yang ramah lingkungan. Chen Jia Wen & Liu Lin Lin (2019) menyatakan bahwa konsumen memiliki kecenderungan untuk membeli produk ramah lingkungan dengan harga yang lebih premium ketika perusahaan berhasil menciptakan dan mengkomunikasikan citra ramah lingkungan dari perusahaan. Business strategy dapat memengaruhi kinerja perusahaan dalam menangkap nilai dalam memanfaatkan dan mengambil keuntungan dari produk ramah lingkungan yang dikembangkan oleh perusahaan.

Kementerian Perindustrian juga telah mengeluarkan arahan pada tahun 2014 untuk meningkatkan industri yang ramah lingkungan. Dalam UU No.32 tahun 2009 tentang perlindungan dan pengelolaan Lingkungan hidup tertulis bahwa setiap orang yang membuka usaha berkewajiban untuk menjaga kelangsungan dari lingkungan hidup dan memaparkan informasi terkait pengelolaan dan perlindungan lingkungan hidup yang dilakukan. Namun, seringkali pengelolaan biaya lingkungan hidup memerlukan biaya yang tidak sedikit sehingga dapat mengurangi keuntungan yang diperoleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan memerlukan business strategy yang tepat untuk mewujudkan implikasi dari kinerja lingkungan supaya dapat memberikan return bagi perusahaan berupa kenaikan nilai perusahaan.

Dalam melakukan kegiatan bentuk kepedulian terhadap lingkungan, perusahaan seperti melakukan inovasi hijau, pengelolaan lingkungan hingga pengungkapan kinerja lingkungan perusahaan dibutuhkan modal intelektual. Meskipun teknologi telah berkembang pesat, perusahaan tetap membutuhkan sumber daya manusia untuk memperoleh competitive advantage dalam hal perlindungan lingkungan (Ahmar & Astuti, 2023). Dengan memiliki modal intelektual yang hijau akan memungkinkan perusahaan untuk membangun filosofi, budaya dan komitmen perusahaan terkait kepedulian lingkungan hidup (Ahmar & Astuti, 2023). Selain itu dengan hanya memiliki sumber daya manusia, perusahaan dapat membangun hubungan interaktif dalam mengelola lingkungan dengan para pemangku kepentingan seperti pemasok dan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan memerlukan strategi yang tepat untuk mengelola modal intelektualnya dengan baik sehingga dapat menciptakan nilai bagi perusahaan tersebut.

**H4: Business Strategy memoderasi pengaruh *Green innovation* terhadap *Firm Value***

**H5: Business Strategy memoderasi pengaruh *Green accounting* terhadap *Firm Value***

**H6: Business Strategy memoderasi pengaruh *Green intellectual capital* terhadap *Firm Value***

### 3. METODE PENELITIAN

#### Variabel Dependen

##### *Firm Value*

Pengukuran *Firm Value* pada penelitian ini menggunakan formula Tobin's Q. Pengukuran Tobin's Q dapat menggambarkan ekspektasi investor terhadap perusahaan di masa mendatang. Adapun Tobin's Q dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut (Setiawati & Lim, 2018):

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{Market Value of Equity} + \text{Book Value of Liabilities}}{\text{Book Value of Total Asset}}$$

*Market Value of Equity* dapat dihitung berdasarkan rumus:

*Market Value of Equity* = stock prices at the end of the year x number of outstanding shares at the end of the year

**Keterangan:**

<i>Market Value of Equity</i>	= Nilai Pasar Ekuitas
<i>Book Value of Liabilities</i>	= Nilai buku utang perusahaan
<i>Book Value of Total A</i>	= Nilai buku total aset
<i>Stock prices at the end of the year</i>	= Harga saham penutupan akhir tahun
<i>Outstanding shares at the end of the year</i>	= Jumlah lembar saham beredar akhir tahun

**Variabel Independen**

***Green innovation***

*Green innovation* dalam penelitian ini diukur menggunakan *green innovation index* (GIN) yang terbagi menjadi 2 unsur yaitu *green product innovation* dan *green process innovation*. GIN akan dinilai menggunakan *content analysis* dengan memberikan *checklist* sesuai dengan *item* yang diungkap berdasarkan indeks yang digunakan dalam penelitian Xie Xue Mei et al. (2019). Setiap *item* yang diungkap oleh perusahaan akan diberikan skor 1 dan skor 0 untuk *item* yang tidak diungkap. Maka dari itu, perhitungan *green innovation* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$GIN = \frac{n}{k}$$

Keterangan:

GIN = *Green innovation*

n = Total *item* yang di ungkap oleh perusahaan

k = Jumlah keseluruhan *item* yang terdapat dalam *green innovation index* dimana secara keseluruhan terhadap 7 *item*, yang terdiri dari 3 *item green product innovation* dan 4 *item green process innovation*.

***Green accounting***

*Green accounting* dapat diukur menggunakan biaya yang dikeluarkan perusahaan terkait pelestarian lingkungan (Morthy & Yacob, 2013). Jumlah biaya tersebut akan tertera pada laporan laporan keberlanjutan perusahaan. Adapun pengukuran *green accounting* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$GAC = \sum Environment Cost$$

Keterangan:

GAC = *Green accounting*

*Environment Cost* = Total biaya berdasarkan jenis biaya pengukuran *Green accounting* yang dikeluarkan perusahaan terkait pengelolaan lingkungan hidup.

### ***Green intellectual capital***

*Green intellectual capital* dalam penelitian ini diukur menggunakan *Green intellectual capital index* (GIC) yang terbagi menjadi 3 unsur yaitu *green human capital*, *green structural capital*, dan *green relation capital*. GIC akan dinilai menggunakan *content analysis* dengan memberikan *checklist* pada setiap *item* yang diungkap oleh perusahaan berdasarkan indeks GIC yang digunakan dalam penelitian Chen Yu Shan (2008). Setiap *item* yang diungkap oleh perusahaan akan diberikan skor 1 dan skor 0 untuk *item* yang tidak diungkap oleh perusahaan. Maka dari itu, perhitungan *Green intellectual capital Index* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$GIC = \frac{n}{k}$$

Keterangan:

GIC = *Green intellectual capital Index*

n = Total *item* yang di ungkap oleh perusahaan

k = Jumlah keseluruhan *item* yang terdapat dalam *Green intellectual capital Index* dimana secara keseluruhan terhadap 19 *item*, yang terdiri dari 5 *item Green Human Capital*, 9 *item Green Structural Capital*, dan 5 *item Green Relation Capital*.

### **Variabel Moderasi**

#### ***Business Strategy***

*Business Strategy* dapat diukur menggunakan *premium price capability* (PPC) yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menetapkan harga premium kepada konsumen (Gantino et al., 2023). Adapun formula perhitungan PPC adalah sebagai berikut (Hermawan, 2021):

$$Premium Price Capability (PPC) = \frac{Gross Margin}{Total Sales Revenue}$$

### **Metode Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu laporan tahunan perusahaan dan laporan keberlanjutan (*Sustainability Report*) perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2018 – 2022. Adapun data *Sustainability Report* diperoleh

dari situs resmi masing-masing perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan beberapa kriteria dalam penentuan jumlah sampel sebagai berikut:

1. Perusahaan Non Keuangan yang menerbitkan laporan keuangan dan *sustainability report* secara berturut-turut selama 5 tahun dari tahun 2018 – 2022 dan tidak pernah mengalami *delisting*.
2. Perusahaan Non Keuangan yang mengungkapkan biaya lingkungan (*environmental cost*) secara berturut-turut dari tahun 2018-2022 pada *sustainability report*.

### Metode Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian Analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Regresi Linear Berganda. Analisis Statistik Deskriptif pada penelitian ini dilakukan untuk menggambarkan karakteristik data secara umum. Analisis Regresi Linear Berganda pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021). Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan *Statistical Product and Service Solution* versi 26.

## 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Analisis Statistik Deskriptif

Analisis Statistik Deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran secara ringkas supaya memungkinkan informasi menjadi untuk lebih mudah untuk dipahami. Pada penelitian ini, analisis statistik deskriptif diolah menggunakan SPSS yang mencakup nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*).

**Tabel 4.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimu m	Maximum	Mean
<i>Firm Value</i>	81	.0345	5.6903	1.2352923
<i>Green innovation</i>	81	.28571	.7143	.5255732
<i>Green accounting</i>	81	930,000	1,211,898,387,43 4	128,004,490,48 0
<i>Green intellectual capital</i>	81	.2353	.5882	.4204793
Business Strategy (M)	81	-1.5134	.5210	.2132122
Valid N (listwise)	81			

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa:

- a. Hasil pengolahan statistik deskriptif untuk variabel dependen *Firm Value* yang diukur menggunakan Tobin's Q memiliki nilai minimum atau terendah sebesar 0.0345 yang dimiliki oleh perusahaan PT Bakrie & Brothers Tbk pada tahun 2020. Sementara untuk nilai maksimum atau tertinggi dicapai oleh perusahaan PT Bumi Resources Tbk pada tahun 2022 dengan nilai sebesar 5.6903. Nilai rata-rata dari *Firm Value* adalah sebesar 1.235.
- b. Hasil pengolahan statistik deskriptif untuk variabel independen *green innovation* memiliki nilai minimum atau terendah sebesar 0.2857 atau setara dengan pengungkapan 2 *item green innovation* dari total 7 *item* dalam *sustainability report*. Pengungkapan paling minimum ini terdapat sebanyak 8 data dalam penelitian. Nilai maksimum *green innovation* berada pada angka 0.7143 atau setara dengan pengungkapan 5 *item green innovation* dari total 7 *item*. Pengungkapan sebanyak 5 *item green innovation* terdapat sebanyak 15 data atau sebanyak 16% dari total perusahaan. Sementara untuk rata-rata *green innovation* memiliki nilai sebesar 0.5256 atau sekitar 4 pengungkapan *item*.
- c. Hasil pengolahan statistik deskriptif untuk variabel independen *green accounting* yang diukur dari biaya lingkungan (*environmental cost*) perusahaan memiliki nilai minimum sebesar Rp930.000. Nilai ini yang dilaporkan oleh PT Wijaya Karya Beton Tbk sebagai biaya pengelolaan lingkungan hidup pada tahun 2018. Sementara nilai maksimum *green accounting* adalah sebesar Rp1,211,898,387,434 yang dilaporkan oleh PT Bumi Resources Tbk pada tahun 2019. Nilai rata-rata *green accounting* adalah sebesar Rp128,004,490,480.
- d. Hasil pengolahan statistik deskriptif untuk variabel independen *Green intellectual capital* memiliki nilai minimum atau terendah sebesar 0.2353 atau setara dengan pengungkapan 4 *item index Green intellectual capital* dimana terdapat sebanyak 3% dari total data yang dikumpulkan. Sementara untuk nilai maksimum atau tertinggi adalah sebesar 0.5882 atau sebanyak 10 pengungkapan *item index Green intellectual capital* dengan jumlah sebanyak 6% dari total data. Nilai dari rata-rata *Green intellectual capital* adalah sebesar 0.4204 atau sekitar 7 pengungkapan *item Green intellectual capital*.
- e. Hasil pengolahan analisis statistik untuk variabel moderasi *business strategy* yang diukur dari *premium price capability* (PPC) memiliki nilai minimum atau terendah sebesar -1.5134 yang dicapai oleh PT Waskita Beton Precast Tbk (WSBP) pada tahun 2020. Angka tersebut mencerminkan bahwa penjualan WSBP tidak mampu menutupi harga pokok penjualan sehingga diperoleh *gross margin* yang negatif. Sementara untuk nilai



maksimum atau tertinggi sebesar 0.5210 dicapai oleh PT Indo Tambangraya Megah Tbk (ITMG) pada tahun 2022. Angka tersebut mencerminkan bahwa ITMG mampu menerapkan harga jual yang cukup tinggi dikarenakan dapat menghasilkan *gross margin* sebesar 52.10% dari total penjualannya. Nilai rata-rata dari *business strategy* adalah sebesar 0.2132.

### Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian ini sudah dilakukan uji dengan hasil data pada penelitian terdistribusi normal, tidak terjadi heteroskedastisitas, tidak terdapat multikolinieritas, dan terbebas dari autokorelasi.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh variabel *Green innovation*, *Green accounting*, dan *Green intellectual capital* terhadap *Firm Value* serta pengaruh variabel *Business Strategy* dalam memoderasi pengaruh variabel *Green innovation*, *Green accounting*, dan *Green intellectual capital* terhadap *Firm Value*.

**Tabel 4.2 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.182	.490		-2.413	.018
	<i>Green innovation</i>	1.186	.396	.346	2.992	.004
	<i>Green accounting</i>	-.011	.072	-.021	-.158	.875
	<i>Green intellectual capital</i>	3.334	.676	.624	4.934	.000
	Business Strategy	.438	.938	.166	.467	.642
	GIN x BS	1.559	.856	.354	1.821	.073
	GAC x BS	-.593	.238	-1.122	-2.498	.015
	GIC x BS	2.254	1.108	.600	2.033	.046

a. Dependent Variable: *Firm Value*

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Persamaan regresi yang terbentuk pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = -1.182 + 1.186 \text{ GIN} - 0.11 \text{ GAC} + 3.334 \text{ GIC} + 0.438 \text{ BS} + 1.559 \text{ GIN} \times \text{BS} - 0.593 \text{ GAC} \times \text{BS} + 2.254 \text{ GIC} \times \text{BS} + \varepsilon$$

**Keterangan:**

- FV = *Firm Value* (Nilai Perusahaan)
- GIN = *Green innovation*
- GAC = *Green accounting*
- GIC = *Green intellectual capital*
- BS = *Business Strategy* (Variabel Moderasi)
- $\varepsilon$  = *Error*

**Uji Hipotesis**

**a. Uji Koefisien Determinasi**

Uji Koefisien Determinasi dilakukan untuk mengetahui besarnya kemampuan model penelitian dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen (Ghozali, 2021).

**Tabel 4.3 Uji Koefisien Determinasi Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.747 <sup>a</sup>	.557	.515	.30372992	1.936

a. Predictors: (Constant), GIN, GAC, GIC, PPC, GINxPPC, GACxPPC, GICxPPC,

b. Dependent Variable: FV

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian, terlihat bahwa variabel independen *green innovation*, *green accounting*, *Green intellectual capital* dan variabel moderasi *business strategy* mampu menjelaskan variabel dependen *Firm Value* sebesar 0.557 atau 55.7%. Sementara sisa 44.3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa model penelitian cukup kuat dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen.

**b. Uji Signifikansi Anova (Uji Statistik F)**

Uji Signifikansi Anova dilakukan untuk melihat apakah variabel dependen berhubungan linear terhadap variabel independen dimana pada pengujian ini harus memenuhi minimal satu variabel independen yang signifikan (Ghozali, 2021).

**Tabel 4.4 Uji Signifikansi Anova**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	8.477	7	1.211	13.128	.000 <sup>b</sup>
Residual	6.734	73	.092		
Total	15.212	80			

a. Dependent Variable: *Firm Value*

b. Predictors: (Constant), GIN, GAC, GIC, PPC, GINxPPC, GACxPPC, GICxPPC,

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Dari hasil pengujian signifikansi Anova terlihat bahwa signifikansi menunjukkan angka 0.000 yang artinya lebih kecil dari 0.05. Selain itu F hitung 13.128 juga lebih besar dari F Tabel 1.80. dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Hipotesis nol ditolak sehingga artinya minimal terdapat satu variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

**c. Uji Partial (Uji t)**

Uji *Partial* dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi dari pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dan tingkat signifikansi variabel moderasi dalam memperkuat atau memperlemah hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Uji *Partial* dalam penelitian ini menggunakan parameter signifikansi 5%. Apabila nilai signifikansi di bawah 5%, maka menandakan bahwa terhadap pengaruh yang signifikan.

**Tabel 4.5 Uji Partial**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficient	t	Sig.
-------	-----------------------------	--------------------------	---	------

	s			
	B	Std. Error	Beta	
1 (Constant)	-1.182	.490		-2.413 .018
<i>Green innovation</i>	1.186	.396	.346	2.992 .004
<i>Green accounting</i>	-.011	.072	-.021	-.158 .875
<i>Green intellectual capital</i>	3.334	.676	.624	4.934 .000
Business Strategy	.438	.938	.166	.467 .642
GIN x BS	1.559	.856	.354	1.821 .073
GAC x BS	-.593	.238	-1.122	-2.498 .015
GIC x BS	2.254	1.108	.600	2.033 .046

a. Dependent Variable: *Firm Value*

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian *partial* dapat disimpulkan pengaruh masing-masing variabel independen dan variabel moderasi terhadap variabel dependen sebagai berikut:

1. Nilai signifikansi untuk variabel *green innovation* adalah sebesar 0.004 yang artinya lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *green innovation* memiliki pengaruh terhadap *Firm Value*.
2. Nilai signifikansi untuk variabel *green accounting* adalah sebesar 0.875 yang artinya lebih besar dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *green accounting* tidak memiliki pengaruh terhadap *Firm Value*.
3. Nilai signifikansi untuk variabel *Green intellectual capital* adalah sebesar 0.000 yang artinya lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Green intellectual capital* memiliki pengaruh terhadap *Firm Value*.
4. Nilai signifikansi untuk variabel interaksi *green innovation* dan *business strategy* adalah sebesar 0.073 yang artinya lebih besar dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel moderasi *business strategy* tidak mampu memoderasi hubungan *green innovation* terhadap *Firm Value*.

5. Nilai signifikansi untuk variabel interaksi *green accounting* dan *business strategy* adalah sebesar 0.015 yang artinya lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel moderasi *business strategy* mampu memoderasi hubungan *green accounting* terhadap *Firm Value*.
6. Nilai signifikansi untuk variabel interaksi *Green intellectual capital* dan *business strategy* adalah sebesar 0.046 yang artinya lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel moderasi *business strategy* mampu memoderasi hubungan *Green intellectual capital* terhadap *Firm Value*.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh *Green innovation* terhadap *Firm Value***

Hipotesis pertama ( $H_1$ ) yang digunakan pada penelitian ini adalah *green innovation* berpengaruh positif terhadap *Firm Value*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengungkapan *green innovation* pada *sustainability report* akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pergerakan *Firm Value* pada perusahaan non keuangan. Semakin banyak *green innovation* yang dilakukan perusahaan diungkapkan dalam *sustainability report*, maka akan meningkatkan *Firm Value*. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuniarti et al. (2022) yang juga menyatakan bahwa *green innovation* memiliki pengaruh positif terhadap *Firm Value*.

*Green innovation* yang dilakukan oleh perusahaan akan menarik ketertarikan investor terhadap perusahaan karena menunjukkan bahwa perusahaan berfokus pada pencapaian keberlanjutan lingkungan di masa depan (Yuniarti et al., 2022). *Green innovation* yang dilakukan perusahaan mencakup inovasi pada produk ramah lingkungan serta proses produksi yang ramah lingkungan dapat mendorong peningkatan produktivitas, efisiensi biaya hingga membuka peluang pasar baru (Agustia et al., 2019). Selain itu, *green innovation* dapat mengurangi dampak negatif kegiatan produksi yang ditimbulkan perusahaan terhadap lingkungan misalnya dengan mengolah limbah menjadi bahan produksi kembali atau menjadi suatu produk yang dapat dijual yang dapat meningkatkan profit perusahaan. Hal ini tentunya akan sejalan dengan fokus pencapaian keberlanjutan perusahaan dalam menjaga kelestarian lingkungan. Semakin bagus kinerja lingkungan perusahaan, maka investor cenderung semakin tertarik terhadap perusahaan dan dengan demikian akan mendorong peningkatan nilai perusahaan (Agustia et al., 2019).

### **Pengaruh *Green accounting* terhadap *Firm Value***

Hipotesis kedua ( $H_2$ ) yang dirumuskan pada penelitian ini adalah *green accounting* berpengaruh positif terhadap *Firm Value*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *green accounting* memiliki pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap *Firm Value* pada perusahaan non keuangan. Sehingga naik turunnya biaya lingkungan yang dilaporkan perusahaan dalam *sustainability report* sebagai index dalam pengukuran *green accounting* tidak akan memengaruhi kenaikan atau penurunan *Firm Value* secara signifikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sapulette & Limba (2021) yang menyatakan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap *Firm Value*.

Berdasarkan data penelitian, pengungkapan besar kecilnya biaya lingkungan dalam *sustainability report* tidak dapat menjelaskan perubahan pada *Firm Value*. Hal ini dikarenakan dalam data penelitian banyak terdapat perusahaan pertambangan yang cenderung mengeluarkan biaya pengelolaan lingkungan yang lebih besar dibandingkan perusahaan di industri lainnya. Meskipun perusahaan pertambangan mengeluarkan biaya pengelolaan lingkungan yang lebih besar, hal ini juga tidak membuat nilai perusahaan pertambangan lebih bagus dari nilai perusahaan pada industri lainnya dikarenakan masih adanya faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan biaya lingkungan pada *sustainability report* tidak mampu untuk memberikan keyakinan pada investor atas bentuk kepedulian lingkungan perusahaan.

### **Pengaruh *Green intellectual capital* terhadap *Firm Value***

Hipotesis ketiga ( $H_3$ ) yang dirumuskan pada penelitian ini adalah *Green intellectual capital* berpengaruh positif terhadap *Firm Value*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengungkapan *Green intellectual capital* dalam *sustainability report* akan berpengaruh terhadap kenaikan *Firm Value* perusahaan non keuangan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tonay & Murwaningsari, 2022) yang juga menyatakan bahwa *Green intellectual capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Dalam mencapai tujuan, suatu perusahaan membutuhkan modal intelektual, begitu juga dengan tujuan keberlanjutan. *Green intellectual capital* dapat membantu dan mendorong perusahaan untuk mencapai tujuan terutama terkait keberlanjutan (Tonay & Murwaningsari, 2022). Dengan segala pengetahuan, keterampilan, keahlian dan pengalaman yang dimiliki tentang lingkungan seperti cara pengelolaan lingkungan hidup, pengelolaan limbah, pemanfaatan sumber daya secara efisien hingga pemanfaatan

teknologi ramah lingkungan yang bersinergi di dalam perusahaan akan membantu perusahaan untuk turut serta dalam menjaga kelestarian lingkungan.

Pengungkapan *Green intellectual capital* tidak hanya mencerminkan sumber daya internal yang dimiliki perusahaan tetapi juga relasi terhadap pihak eksternal seperti mitra, pemasok dan *customer* perusahaan yang peduli terhadap pelestarian lingkungan. Karena sejatinya, dalam pencapaian kelestarian lingkungan tidak dapat dicapai tanpa bantuan dan dukungan dari pihak-pihak yang berkaitan dengan perusahaan. Dengan adanya dukungan dari pihak eksternal dan kerja sama yang baik antara internal dan eksternal perusahaan, akan menghasilkan pencapaian kelestarian lingkungan yang lebih optimal. *Green intellectual capital* yang memadai akan menambah kepercayaan investor akan kemampuan perusahaan dalam menjaga kelestarian lingkungan sehingga dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan.

#### ***Business Strategy* sebagai variabel yang memoderasi *Green innovation***

Hipotesis keempat (H<sub>4</sub>) yang dirumuskan pada penelitian ini adalah *business strategy* memoderasi pengaruh *green innovation* terhadap *Firm Value*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *business strategy* tidak mampu memperkuat hubungan *green innovation* terhadap *Firm Value* pada perusahaan non keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan melakukan *green innovation* perusahaan tidak mampu untuk meningkatkan harga jual pada produk tersebut yang dapat mendorong peningkatan pada nilai perusahaan. Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Chen Jia Wen & Liu Lin Lin, 2019), bahwa pengaruh *green innovation* terhadap *Firm Value* dimoderasi oleh strategi yang digunakan oleh perusahaan.

Kegagalan *business strategy* dalam memoderasi pengaruh *green innovation* terhadap *Firm Value* ini dapat diakibatkan oleh faktor jangka waktu. *Business strategy* yang diukur menggunakan *premium price capability* cenderung berbasis *short term* karena diukur dari kinerja perusahaan selama satu tahun. Sementara *green innovation* cenderung berbasis *long term* karena cenderung dibutuhkan penerapan inovasi hijau yang konsisten selama jangka panjang untuk membangun keunggulan kompetitif perusahaan (Singh et al., 2016 dalam Ahmar & Astuti, 2023). Perusahaan biasanya membutuhkan waktu yang cukup panjang dalam menghasilkan produk inovasi hijau yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan kriteria lingkungan (Ahmar & Astuti, 2023). Selain itu, *green innovation* yang dilakukan oleh perusahaan dapat meningkatkan biaya produksi sehingga perusahaan harus meningkatkan harga jual pada produk yang dihasilkan untuk mempertahankan *premium price capability*. Namun, produk ramah lingkungan membutuhkan waktu agar dapat beradaptasi di pasar

sehingga tidak memberikan jaminan bahwa setiap produk ramah lingkungan yang dihasilkan akan selalu diterima oleh masyarakat. Sehingga hal ini menjelaskan bahwa dalam jangka pendek, perusahaan mungkin akan kesulitan untuk menerapkan harga tinggi terhadap produk ramah lingkungan yang dihasilkan. Dengan demikian, *business strategy* dalam penelitian ini tidak mampu untuk memoderasi pengaruh *green innovation* terhadap *Firm Value*.

#### ***Business Strategy sebagai variabel yang memoderasi Green accounting***

Hipotesis kelima (H<sub>5</sub>) yang dirumuskan pada penelitian ini adalah *business strategy* memoderasi pengaruh *green accounting* terhadap *Firm Value*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *business strategy* memperlemah hubungan *green innovation* terhadap *Firm Value* pada perusahaan Non Keuangan. Dengan demikian, hipotesis kelima tidak dapat diterima karena terdapat perbedaan arah pada hasil pengujian. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Gantino et al. (2023) yang menyatakan bahwa *business strategy* malah memperkuat hubungan *green accounting* terhadap *Firm Value*.

Menurut Al-Rdaydeh et al. (2018), perusahaan dapat menerapkan harga premium ketika berhasil menciptakan suatu produk yang inovatif dan unik yang mana informasi tersebut tidak dapat diperoleh dari biaya lingkungan yang dilaporkan oleh perusahaan. Dalam penelitian ini, *premium price capability* pada pengukuran *business strategy* mampu meningkatkan profitabilitas ketika memiliki angka yang tinggi. Peningkatan profitabilitas secara bersamaan akan mendorong investor untuk menginvestasi modalnya ke perusahaan sehingga berujung pada meningkatnya nilai perusahaan (Agustia et al., 2019; Gantino et al., 2023; Jifia & Kusumadewi, 2022). Akan tetapi, biaya lingkungan hidup yang digunakan dalam pengukuran *green accounting* justru akan menurunkan profitabilitas perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki strategi yang tepat dalam pengalokasian biaya lingkungan hidup sehingga dapat menghasilkan profitabilitas yang optimal. Dengan demikian perusahaan juga dapat memiliki nilai perusahaan yang optimal juga. Dapat disimpulkan bahwa *business strategy* mampu memperlemah dampak yang ditimbulkan dari *green accounting* terhadap *Firm Value*.

#### ***Business Strategy sebagai variabel yang memoderasi Green intellectual capital***

Hipotesis keenam (H<sub>6</sub>) yang dirumuskan pada penelitian ini adalah *business strategy* memoderasi pengaruh *Green intellectual capital* terhadap *Firm Value*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *business strategy* mampu memperkuat hubungan *green innovation* terhadap *Firm Value* pada perusahaan Non Keuangan. Hasil ini sesuai dengan penelitian



yang dilakukan oleh Gantino et al. (2023) yang menyatakan bahwa *business strategy* memperkuat pengaruh *Green intellectual capital* terhadap *Firm Value*.

*Business strategy* yang diukur menggunakan indikator *premium price capability* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menetapkan harga premium pada produk perusahaan. Semakin perusahaan dapat menetapkan harga premium pada produknya yang ditunjukkan dari tingginya angka *premium price capability* dapat mendorong peningkatan profitabilitas sehingga pada saat bersamaan juga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Gantino et al., 2023). Keberhasilan perusahaan dalam menerapkan *premium price capability* yang tinggi, memberikan sinyal kepada investor bahwa strategi perusahaan dalam mengelola *Green intellectual capital* telah berhasil sehingga mampu untuk memberikan *competitive advantage* bagi perusahaan terutama terkait lingkungan.

*Premium price capability* yang tinggi juga dapat mengindikasikan keberhasilan *Green intellectual capital* yang dimiliki perusahaan dalam mengoptimalkan biaya produksi baik melalui pemanfaatan sumber daya dengan optimal, menggunakan energi terbarukan yang lebih murah seperti energi matahari hingga pemanfaatan limbah sebagai bahan produksi. Selain itu, pengelolaan *Green intellectual capital* dengan baik juga dapat terbentuk hubungan baik antara perusahaan dengan konsumen, pemasok dan pemasok untuk melindungi dan mengelola lingkungan secara efisien dan efektif (Ahmar & Astuti, 2023). Dengan demikian, semakin tinggi *premium price capability*, maka akan meningkatkan tingkat kepercayaan investor terhadap kapabilitas dari *Green intellectual capital* yang dimiliki perusahaan sehingga dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *business strategy* dalam penelitian mampu memperkuat pengaruh *Green intellectual capital* terhadap *Firm Value*.

## 5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2018 – 2022 terkait pengaruh *green innovation*, *green accounting* dan *Green intellectual capital* terhadap *Firm Value* serta pengaruh variabel moderasi *business strategy* dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. *Green innovation* yang diukur menggunakan indeks pengungkapan *green innovation* pada sustainability report memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Firm Value*. Semakin banyak perusahaan melakukan *green innovation* dan diungkapkan dalam

sustainability report, maka akan mendorong peningkatan *Firm Value*. Hal ini dikarenakan dengan melakukan *green innovation*, perusahaan dapat mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan terhadap lingkungan sehingga membuat citra perusahaan di masyarakat semakin baik dan investor menjadi semakin tertarik dengan perusahaan.

2. *Green accounting* yang diukur menggunakan biaya lingkungan hidup (environmental cost) yang diungkap perusahaan pada sustainability report terbukti tidak berpengaruh terhadap *Firm Value*. Tinggi rendahnya biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan tidak akan memengaruhi *Firm Value*. Hal ini dikarenakan berdasarkan data penelitian perusahaan yang mengeluarkan biaya pengelolaan lingkungan yang lebih besar seperti perusahaan pertambangan tidak membuat nilai perusahaan tersebut lebih bagus dari nilai perusahaan pada industri lainnya dikarenakan masih adanya faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan.

3. *Green intellectual capital* yang diukur menggunakan indeks pengungkapan *Green intellectual capital* pada sustainability report memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Firm Value*. Semakin banyak perusahaan melakukan *green innovation* dan diungkapkan dalam sustainability report, maka akan meningkatkan *Firm Value*. Hal ini dikarenakan semakin banyak pengungkapan *Green intellectual capital*, mengindikasikan perusahaan memiliki sumber daya yang semakin memadai dalam pelestarian lingkungan. Sehingga hal ini akan memberikan kepercayaan lebih kepada investor.

4. *Business strategy* yang diukur menggunakan premium price capability tidak mampu untuk memoderasi pengaruh *green innovation* terhadap *Firm Value*. Hal ini dikarenakan adanya faktor perbedaan jangka waktu dimana pengukuran business strategy cenderung lebih berbasis jangka pendek, sementara penerapan dan pengungkapan *green innovation* cenderung berbasis jangka panjang.

5. *Business strategy* yang diukur menggunakan premium price mampu memperlemah pengaruh *green accounting* terhadap *Firm Value*. Hal ini dikarenakan keberhasilan perusahaan dalam menerapkan harga premium justru akan meningkatkan profitabilitas, berbeda dengan biaya lingkungan yang dikeluarkan perusahaan yang akan menurunkan profitabilitas sehingga berdampak pada penurunan *Firm Value*. Oleh karena itu, dengan strategi bisnis perusahaan yang tepat dalam pengelolaan biaya lingkungan secara efektif memungkinkan perusahaan untuk menghasilkan profitabilitas yang optimal sehingga dapat mendorong pencapaian nilai perusahaan yang optimal juga.

6. *Business strategy* yang diukur menggunakan premium price capability memperkuat pengaruh positif *Green intellectual capital* terhadap *Firm Value*. Keberhasilan perusahaan dalam menerapkan strategi bisnis yang tepat terkait pengelolaan *Green intellectual capital*

dengan baik dapat memberikan competitive advantage bagi perusahaan terutama terkait lingkungan. Hal ini tentunya akan semakin meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan investor terhadap perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan *Firm Value*.

#### Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa hal yang menjadi keterbatasan dalam penelitian, yaitu:

1. Hanya mengambil perusahaan yang menerbitkan annual report dan sustainability report selama 5 tahun berturut-turut sebagai data penelitian sehingga sampel data penelitian yang diperoleh sedikit.
2. Tidak adanya pembobotan pada indeks pengungkapan *Green innovation* dan *Green intellectual capital* sehingga berapapun jumlah pengungkapan perusahaan untuk satu item yang sama akan tetap memiliki nilai yang sama.
3. Pengukuran Business Strategy yang digunakan dalam penelitian yaitu Premium Price Capability secara formula kurang dapat mencerminkan strategi bisnis perusahaan.

#### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan segala keterbatasan yang ada pada penelitian ini, maka penulis akan memberikan beberapa saran kepada peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Mengambil perusahaan yang mengungkapkan informasi mengenai lingkungan di annual report sebagai data penelitian sehingga dapat diperoleh sampel yang lebih banyak.
2. Melakukan pembobotan pada indeks pengungkapan *Green innovation* dan *Green intellectual capital* sehingga untuk perusahaan yang banyak melakukan pengungkapan untuk satu item yang sama dapat memiliki nilai yang lebih tinggi. Dengan demikian hasil pengukuran akan lebih akurat.
3. Menggunakan pengukuran lain untuk variabel Business Strategy yang lebih tepat dalam mencerminkan tentang strategis bisnis suatu perusahaan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Agustia, D., Sawarjuwono, T., & Dianawati, W. (2019). The mediating effect of environmental management accounting on *green innovation - Firm Value* relationship. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 9(2), 299–306.
- Agustin, F. D., & Augustine, Y. (2023). Why Green IC does not Influence *Firm Value*? *Technium Social and Sciences Journal*, 329–338.
- Aguzman, G. (2021). *Teori Resource Based View*. Binus University - Binus Entrepreneurship Center. <https://binus.ac.id/entrepreneur/2021/11/30/teori-resource-based-view/>
- Ahmar, N., & Astuti, T. (2023). Competitive Advantage Based on *Green intellectual capital* and *Green innovation*. *Journal of Engineering, Social and Health*, 2(11), 1406-1411.
- Ajayi, & Theophilus, A. (2020). Voluntary Or Mandatory Disclosure of Financial Information by Listed Corporate Entities in Nigeria: The Stakeholders' Perspectives. *European Journal of Business, Economics and Accountancy*, 8(2). 73-86.
- Al-Rdaydeh, M., Almansour, A. Y., & Al-Omari, M. A. (2018). Moderating Effect of Competitive Strategies on The Relation Between Financial Leverage and Firm Performance: Evidence from Jordan. *Business and Economic Horizons*, 14(3), 626–641.
- Anggita, W., Nugroho, A. A., & Suhaidar. (2022). Carbon Emission Disclosure and *Green accounting* Practices on The *Firm Value*. *Jurnal Akuntansi*, 26(3), 464–481.
- Astuti, T., Amyulianthy, R., & Kaniati, R. (2022). *Green accounting*, Financial Performance toward *Firm Value*. *Asian Journal of Accounting and Finance*. 4(1), 1-12.
- Barney, J. B. (2001). Resource-Based Theories of Competitive Advantage: A Ten-Year Retrospective on The Resource-Based View”, *Journal of Management*, 27(6), 643–650.
- Chandra, M., & Augustine, Y. (2019). Pengaruh *Green intellectual capital* Index Dan Pengungkapan Keberlanjutan Terhadap Kinerja Keuangan Dan Non Keuangan Perusahaan Dengan Transparansi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 6(1), 45–70.
- Chen Jia Wen, & Liu Lin Lin. (2019). Profiting from *Green innovation*: The moderating effect of competitive strategy. *Economic and Business Aspects of Sustainability*, 11(1), 15.
- Chen Yu Shan. (2008). The Positive Effect of *Green intellectual capital* on Competitive Advantages of Firms. *Journal of Business Ethics*, 77(3), 271–286.
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational Legitimacy: Social Values And Organizational Behavior. *Pacific Sociological Journal Review*, 18, 122–136.
- El-Kassar, A. N., & Singh, S. K. (2019). *Green innovation* And Organizational Performance: The Influence Of Big Data and The Moderating Role Of Management Commitment and HR Practices. *Technological Forecasting and Social Change*, 144, 483–498.

- Gantino, R., Ruswanti, E., & Widodo, A. M. (2023). *Green accounting* and Intellectual Capital Effect on *Firm Value* Moderated by Business Strategy. *Jurnal Akuntansi*, 27(1), 38–61.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Jifia, C., & Kusumadewi, N. L. G. L. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan terbuka sektor manufaktur periode 2016 - 2020. *Prosiding Working Papers Series In Management*, 14(2), 620–638.
- Hermawan, D. (2021). The Effect of Competitive Strategies on Company Performance with Supply Chain Management as Moderating Variables in Indonesian Manufacturing Corporations. *Uncertain Supply Chain Management*, 9(2), 237–246.
- Maysaroh, & Kusmilawaty. (2023). Analisis Perlakuan Akuntansi Atas Biaya Pengolahan Limbah Pabrik Kelapa Sawit (PKS) Ajamu Panai Hulu Berdasarkan Perspektif Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 2537–2544.
- Morthy, K., & Yacob, P. (2013). *Green accounting: Cost Measures*. *Open Journal of Accounting*, 2(1), 4–7.
- Muchammad, B. (2018). The Effect of Business Strategy and Environmental Performance on *Firm Value*. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 11(83), 151–160.
- Nariswari, S.L. (2022). *Survei: Konsumen Indonesia Makin Peduli Produk Ramah Lingkungan*. Retrieved September 30, 2023, <https://lifestyle.kompas.com/read/2022/09/20/184205220/survei-konsumen-indonesia-makin-peduli-produk-ramah-lingkungan>
- Undang-undang (UU) Nomor 32 Tahun 2009. *Undang-undang (UU) Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup*. Jakarta: Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia
- Tonay, C., & Murwaningsari, E. (2022). Pengaruh *Green innovation* Dan *Green intellectual capital* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Moderasi. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 24 (2), 283-294.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/POJK.03/2017. (2017). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51 /POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik*. Jakarta: Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia
- Pollution Index by Country 2023 Mid-Year*. (2023). Numbeo. [https://www.numbeo.com/pollution/rankings\\_by\\_country.jsp?title=2023](https://www.numbeo.com/pollution/rankings_by_country.jsp?title=2023)

- Pratama, I. S., & Devijayanti, D. R. (2022). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap institutional ownership pada perusahaan high-profile yang listing di bursa efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*, 18(3), 540.
- Riyadh, H. A., Al-Shmam, M. A., Huang, H. H., Gunawan, B., & Alfaiza, S. A. (2020). The Analysis of *Green accounting* Cost Impact on Corporations Financial Performance. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 10(6), 421–426.
- Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Barnford, C. E. (2018). *Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation, And Sustainability*. New York: Pearson.
- Sapulette, S. G., & Limba, F. B. (2021). Pengaruh Penerapan *Green accounting* dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020. *Jurnal Akuntansi, Universitas Pattimura*, 2 (1). 31-43.
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355-374.
- Sukmadilaga, C., Winarningsih, S., Yudianto, I., Lestari, T. U., & Ghani, E. K. (2023). Does *Green accounting* Affect *Firm Value*? Evidence from ASEAN Countries. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 13(2), 509–515.
- Tonay, C., & Murwaningsari, E. (2022). Pengaruh *Green innovation* Dan *Green intellectual capital* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Moderasi. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 24 (2), 283-294.
- Xie Zhao Dong, Wang Jian Zhi, & Zhao Guo Qin. (2022). Impact of *Green innovation* on *Firm Value*: Evidence from Listed Companies in China's Heavy Pollution Industries. *Frontiers in Energy Research*, 9, 1-17
- Yuniarti, R., Soewarno, N., & Isnalita. (2022). *Green innovation* on *Firm Value* with Financial Performance as Mediating Variable: Evidence of The Mining Industry. *Asian Academy of Management Journal*, 27(2), 41–58.