

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kajian Pustaka

1. *Stakeholder teory*

Stakeholder Teory merupakan pendekatan yang mengakui bahwa perusahaan tidak beroperasi dalam kekosongan, melainkandalam ekonomi yang melibatkan berbagai pihak yang memiliki kepentingan. Stakeholder merupakan individu maupun kelompok yang memiliki potensi untuk memengaruhi dan sekaligus dipengaruhi oleh aktivitas serta keputusan perusahaan seperti karyawan, pelanggan, pemasok, pmegang saham, komunitas lokal dan pemerinyah. Menurut Alida & Sulastiningsih (2024) menyatakan bahwa *stakeholder teory* merupakan teori yang menjelaskan bahwa pemangku kepentingan mempunyai peranan yang sangat besar terhadap keberadaan perusahaan dilingkungannya. Teori ini menekankan bahwa perusahaan harus mempertimbangkan kepentingan semua *stakeholder* dalam pengambilan keputusan bukan hanya fokus pada keuntungan *financial* semata. Dengan demikian, perusahaan diharapkan dapat menciptakan keuntungan semata.

Penerapan *stakeholder teory* mendorong perusahaan untuk berinteraksi secara aktif dengan semua pihak yang terlibat, sehingga dapat memahami kebutuhan dan harapan mereka. Hal ini tidak hanya membantu dalam menciptakan hubungan yang lebih baik, tetapi juga dapat mengurangi risiko konflik dan meningkatkan loyalitas. *Stakeholder*

tidak hanya membutuhkan informasi terkait kondisi keuangan, tetapi juga memperhatikan data mengenai aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan aspek sosial dan lingkungan (Sapulette & Limba, 2021). Selain itu, dengan memperhatikan kepentingan *stakeholder*, perusahaan dapat berkontribusi pada kesejahteraan sosial dan lingkungan yang mampu memperkuat citra sekaligus meningkatkan daya saing perusahaan di pasar. *Stakeholder theory* menjadi landasan penting dalam praktik bisnis yang bertanggungjawab dan berkelanjutan.

2. Signaling teory

Signaling teory adalah konsep yang berasal dari ekonomi dan teori informasi, yang menjelaskan bagaimana satu pihak (pengirim sinyal) dapat mengkomunikasikan informasi kepada pihak lain (penerima sinyal) untuk mengurangi kendala dalam pengambilan keputusan. *Signaling teory* merupakan isyarat positif bagi investor dapat terlihat dari laporan kinerja manajemen yang baik, yang kemudian tercermin dalam laporan keuangan sehingga menghasilkan sinyal yang menguntungkan (Cindy & Ardini, 2023). Dalam bisnis signaling sering digunakan untuk menjelaskan bagaimana perusahaan dapat memberikan sinyal kepada investor, pelanggan, dan *stakeholder* lainnya mengenai kualitas produk, manajemen atau prospek masa depan mereka. Misalnya perusahaan yang mengeluarkan laporan keuangan yang transparan dan akurat dapat memberikan sinyal positif tentang kinerjanya, sehingga meningkatkan kepercayaan investor. Menurut (Hasan et al., 2021) teori signal

memberikan dorongan pada perusahaan untuk memberikan informasi eksternal.

Signaling theory juga berperan penting dalam pasar tenaga kerja, yang dimana calon karyawan menggunakan pendidikan dan pengalaman kerja sebagai sinyal untuk menunjukkan kemampuan dan potensi mereka kepada calon pemberi kerja. Hubungan *signaling theory* dengan nilai perusahaan yaitu menegaskan pentingnya bahwa jika dalam suatu informasi tersebut mendapatkan nilai positif, maka diharapkan pasar tersebut cepat bereaksi untuk para pelaku bisnis mengharapkan dalam informasi tersebut dapat menyajikan berbagai macam catatan, serta mendapatkan keterangan gambaran yang sangat bermanfaat bagi keberlangsungan hidup suatu perusahaan (Herianti et al., 2023). Namun, sinyal tidak selalu mencerminkan realitas. Resiko sinyal yang salah atau tidak akurat yang dapat menyebabkan keputusan yang tidak tepat. *Signaling theory* perusahaan dan individu dapat lebih efektif dalam mengelola komunikasi dan persepsi pasar. Strategi *signaling* yang tepat dapat membantu dalam membangun reputasi, menarik investasi, dan menciptakan hubungan yang lebih baik dengan *stakeholder*.

3. Nilai perusahaan

Nilai perusahaan adalah ukuran total nilai ekonomi suatu perusahaan yang mencerminkan harga yang harus di bayarkan untuk mengakuisisi seluruh bisnis tersebut. Nilai perusahaan merujuk pada total nilai yang dihasilkan oleh perusahaan, yang mencakup berbagai aspek yang

mencerminkan kinerja dan potensi pertumbuhannya. Nilai perusahaan adalah ukuran yang mencerminkan seberapa berharga sebuah perusahaan dimata investor dan stakeholder yang diukur melalui kapitalitas pasar, nilai aset atau arus kas yang dihasilkan. Nilai perusahaan mencerminkan efektivitas organisasi perihal alokasi sumber daya guna mewujudkan target masa depan (Wibowo & Yuliana, 2020). Nilai suatu perusahaan dipengaruhi tidak hanya oleh aspek keuangan, tetapi juga oleh faktor-faktor non-keuangan yang dapat mempengaruhi persepsi investor dan stakeholder lainnya. Faktor – faktor yang mempengaruhi non-keuangan, seperti inovasi, kualitas sumber daya manusia, kepuasan pelanggan, dan tanggungjawab sosial yang berkontribusi pada nilai perusahaan. Menurut Oktavianna & Astuti (2022) peningkatan nilai perusahaan atau kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan dapat di tunjukkan dengan naiknya harga saham. Nilai perusahaan mencakup pendapatan, laba bersih, dan arus kas, kinerja yang baik menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan keuntungan dan mengelola biaya dengan efisien. Selain itu pertumbuhan pendapatan yang konsiten dan proyeksi laba dimasa depan juga berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Perusahaan yang dikenal memiliki reputasi positif di mata konsumen dan masyarakat biasanya memiliki nilai lebih tinggi, hal tersebut berpotensi memperkuat loyalitas pelanggan sekaligus menarik perhatian para investor. Salah satu indikator bahwa sebuah perusahaan memiliki nilai yang baik dapat dilihat dari kinerja operasional dan

finansialnya Amelia & Anwar (2022). Inovasi dan keunggulan kompetitif juga merupakan variabel kunci perusahaan yang mampu berinovasi dan menawarkan produk dan layanan yang akan lebih mampu bersaing di pasar, sehingga meningkatkan nilai mereka. Selain itu, faktor-faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, regulasi dan trend industri juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan. Nilai perusahaan adalah hasil dari interaksi kompleks antara berbagai variabel yang mencakup kinerja financial, reputasi, inovasi dan faktor eksternal.

4. *Green Accounting*

Green Accounting adalah pendekatan akuntansi yang memasukkan aspek lingkungan ke dalam proses pengukuran sekaligus pelaporan kinerja keuangan perusahaan. Konsep ini menitikberatkan pada identifikasi, pengukuran, dan pelaporan dampak lingkungan yang ditimbulkan dari aktivitas ekonomi suatu entitas. Tujuan utama *Green Accounting* untuk memberikan informasi yang lebih *komprehensif* mengenai dampak lingkungan dari aktivitas bisnis sehingga membantu perusahaan dalam membuat keputusan yang lebih berkelanjutan. Pada keuangan *Green Accounting* memasukkan biaya eksternalitas lingkungan seperti populasi dan degradasi sumber daya ke dalam perhitungan laba. Proses ini melibatkan identifikasi dan pengukuran dampak lingkungan melalui metode analisis pelaporan kinerja keuangan yang transparan dan relevan kepada *stakeholder* serta penggunaan informasi akuntansi lingkungan untuk pengambilan keputusan termasuk akuntansi biaya

lingkungan, manajemen lingkungan, dan audit lingkungan. *Green Accounting* di dalamnya terdiri pertanggungjawaban lingkungan yang bisa dilihat dari kinerja lingkungan (Reinamah et al., 2024). *Green Accounting* mencakup pengukuran biaya dan manfaat yang terkait dengan penggunaan sumber daya alam, pengelolaan limbah, emisi karbon, dan dampak lingkungan lainnya. Faktor utama dalam pengelolaan lingkungan mencakup biaya yang dikeluarkan untuk konservasi serta manfaat ekonomi yang diperoleh dari aktivitas pelestarian lingkungan (Febriani, 2021). *Green Accounting* tidak hanya berfokus pada laba *financial*, tetapi juga pada nilai lingkungan yang dihasilkan oleh perusahaan. Variabel lain yang terkait dengan *Green Accounting* adalah pelaporan lingkungan. Selain itu, *Green Accounting* juga berperan dalam pengambilan keputusan. Peran *Green Accounting* yaitu sebagai upaya untuk mengurangi penggunaan energi dan sumber daya alam, menekan risiko terhadap kesehatan, serta mempromosikan keunggulan perusahaan dalam persaingan. Dengan informasi mengenai dampak lingkungan, manajemen dapat membuat keputusan yang lebih terkait investasi, pengembangan produk, dan operasi. Misalnya perusahaan dapat memilih untuk berinvestasi dalam teknologi ramah lingkungan atau produksi yang lebih efisien, yang tidak mengurangi dampak lingkungan tetapi juga dampak meningkatkan profitabilitas jangka panjang. *Green Accounting* menjadi alat penting dalam mendukung perusahaan untuk mencapai tujuan keberlanjutan sambil tetap mempertahankan kinerja finansial yang baik.

5. Profitabilitas

Profitabilitas adalah salah satu indikator kinerja keuangan yang penting, yang mencerminkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari aktivitas operasional selama periode tertentu. Hal ini menunjukkan seberapa efektif perusahaan dalam mengelola biaya dan memaksimalkan laba. Menurut Herianti et al. (2023), profitabilitas menggambarkan kapasitas perusahaan dalam menciptakan laba pada periode waktu tertentu. Pengukuran profitabilitas dapat dilakukan melalui beragam rasio, antara lain margin laba, laba bersih, margin laba kotor, serta *Return on Equity* (ROE). Setiap rasio memberikan wawasan yang berbeda tentang kinerja keuangan perusahaan dan membantu investor serta manajemen dalam mengevaluasi kesehatan *financial* perusahaan. Rasio memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan (Nurhasanah & Kahfi, 2023). Perusahaan yang mampu mengendalikan biaya dengan baik dapat meningkatkan margin laba mereka. Profitabilitas mencerminkan efisiensi operasional dan penggunaan aset, daya saing melalui harga dan inovasi, serta menjadi sumber pertumbuhan melalui investasi dan daya tarik investor. Selain itu, strategi penetapan harga juga berperan dalam profitabilitas. Perusahaan yang dapat menetapkan harga produk atau layanan secara efektif. Perusahaan yang memiliki poses efisien dan produktif dapat mengurangi pemborosan dan meningkatkan output yang dapat meningkatkan laba. Menurut Yuni (2022) menyatakan bahwa profitabilitas menunjukkan efisiensi yang merupakan kemampuan

untuk menghasilkan laba. Investasi dalam teknologi dan inovasi juga dapat berkontribusi pada efisiensi operasional, yang memungkinkan perusahaan untuk menawarkan produk atau layanan dengan biaya yang lebih rendah. Selain itu, faktor eksternal seperti kondisi pasar, persaingan, dan regulasi juga dapat mempengaruhi profitabilitas. Perusahaan beroperasi dalam industri yang kompetitif mungkin harus beradaptasi dengan cepat untuk mempertahankan margin laba mereka. Keputusan yang diambil oleh manajemen, termasuk strategi investasi, pengelolaan sumber daya manusia, dan pengembangan produk, dapat berdampak signifikan pada laba. Profitabilitas merupakan rasio yang mencerminkan efektivitas manajemen dalam menghasilkan pengembalian melalui aktivitas penjualan maupun investasi (Kusumajaya, 2011). Manajemen yang efektif dapat mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan profitabilitas seperti diversifikasi suatu produk atau ekspansi pasar. Di samping itu, tingkat profitabilitas perusahaan juga dipengaruhi oleh kondisi makroekonomi, seperti inflasi, tingkat suku bunga, serta pertumbuhan ekonomi, yang berdampak pada daya beli konsumen dan permintaan pasar.

6. Kinerja lingkungan

Kinerja lingkungan adalah ukuran komprehensif dari dampak kegiatan suatu organisasi terhadap lingkungan alam yang terdiri dari penggunaan sumber daya dan emisi polutan hingga pengelolaan limbah. Kinerja lingkungan yang baik mencerminkan organisasi untuk

meminimalkan dampak negatifnya terhadap lingkungan. Kinerja lingkungan diukur melalui indikator seperti intensitas energi dan air, emisi gas rumah kaca, tingkat daur ulang, dan jumlah pelanggaran lingkungan. Kinerja lingkungan menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mengelola konsekuensi lingkungan yang muncul akibat aktivitas operasionalnya. Pencapaian kinerja lingkungan yang baik menandakan bahwa perusahaan tidak sekadar memenuhi ketentuan regulasi yang berlaku, tetapi juga berupaya untuk melampaui standar minimum. Penelitian menurut Mardiana & Wuryani (2019) menegaskan bahwa penerapan kinerja lingkungan yang maksimal mencerminkan usaha perusahaan dalam mengendalikan dan mengurangi kemungkinan terjadinya kerusakan lingkungan akibat kegiatan operasionalnya. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik umumnya mampu meraih keunggulan kompetitif. Selain itu, pencapaian lingkungan yang positif dapat memperkuat reputasi perusahaan, yang pada gilirannya mendorong loyalitas pelanggan dan citra merek yang lebih baik. Kinerja lingkungan juga berhubungan erat dengan aspek keuangan perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik umumnya menghadapi tingkat risiko yang lebih rendah serta dapat mengakses modal dengan biaya yang lebih rendah. Kinerja keuangan memiliki kaitan erat dengan peningkatan nilai perusahaan, sebab pencapaian keuangan yang baik mampu menarik minat investor dan pada akhirnya mendorong kenaikan nilai perusahaan yang tercermin melalui

harga saham (Surya et al., 2023). Hal ini disebabkan oleh persepsi positif dari investor dan kepentingan lainnya terhadap perusahaan. Selain itu, perusahaan yang mengelola dampak lingkungan dengan baik dapat mengurangi biaya operasional melalui efisiensi sumber daya yang dapat meningkatkan profitabilitas. Perusahaan yang proaktif dalam meningkatkan kinerja lingkungan dapat menghindari sanksi dan denda akibat pelanggaran hukum lingkungan. Dengan demikian, kinerja lingkungan tidak hanya menjadi kewajiban, melainkan juga strategi bisnis yang mampu memberikan nilai lebih bagi perusahaan. Secara keseluruhan kinerja lingkungan mencerminkan tanggung jawab sosial perusahaan dan komitmen terhadap keberlanjutan, yang semakin menjadi faktor penting dalam penilaian nilai perusahaan dipasar global.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul, Penulis, Tahun	Variabel	Alat	Hasil
1.	<i>Green Accounting And Sustainable Corporate Performance Environmental Performance As A Moderating Variable</i> Oleh : Yunita Cristy, Lau Tjun Tjun Tahun : 2023	X : <i>Green Accounting</i> Y : Firm Performance Z : Environmental Performance	MRA (<i>Moderate Regression Analysis</i>)	Penerapan <i>Green Accounting</i> yang efektif dalam menekan biaya lingkungan terbukti memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, meskipun kinerja lingkungan tidak berfungsi secara signifikan sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut.
2.	Pengaruh <i>Green Accounting</i> Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai	X : <i>Green Accounting</i> Dan Kinerja Lingkungan	MRA	<i>Green accounting</i> maupun kinerja lingkungan tidak terbukti berpengaruh langsung terhadap nilai

No	Judul, Penulis, Tahun	Variabel	Alat	Hasil
	Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Oleh : Sandra Goldie Kelly, Deliza Henny Tahun : 2023	Y: Nilai Perusahaan Z : Profitabilitas		perusahaan. Namun, keberadaan profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memperkuat keterkaitan antara <i>Green Accounting</i> dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.
3.	Accounting, Csr Dan Gcg Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kualitas Audit Sebagai Variabel Moderasi Oleh: Putri Yasmin, Susi Dwi Mulyani Tahun : 2025	X: <i>Green Accounting</i> , Csr,Gcg Y : Nilai Perusahaan Z : Kualitas Audit	MRA	<i>Green Accounting</i> dan CSR terbukti memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan. Penerapan GCG berfungsi memperkuat pengaruh <i>Green Accounting</i> dan CSR terhadap nilai perusahaan, sedangkan kualitas audit berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara GCG dan nilai perusahaan, sehingga semakin meningkatkan pengaruh positif tersebut.
4.	Pengaruh <i>Green Accounting</i> Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Oleh : Hayatul Afiah Et Al. Tahun : 2023	X : <i>Green Accounting</i> , Kinerja Lingkungan, Y : Nilai Perusahaan Z : Profitabilitas		<i>Green Accounting</i> berperan dalam mendorong peningkatan nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas turut memberikan kontribusi positif terhadap nilai perusahaan.

No	Judul, Penulis, Tahun	Variabel	Alat	Hasil
5.	Accounting Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020– 2022 Oleh : Joshia Hutagalung Et Al. Tahun : 2024	X : <i>Green Accounting</i> Y : Nilai Perusahaan	<i>Sem-Pls</i>	<i>Green Accounting</i> terbukti memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan.
6.	Pengaruh Akuntansi Hijau, Kinerja Lingkungan Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Oleh : Yuliana Nur Pratama & Susi Dwi Mulyani Tahun : 2024	X : Akuntansi Hijau, Kinerja Lingkungan Dan Likuiditas Y : Profitabilitas Z : Ukuran Perusahaan	Regresi Data Panel	Akuntansi hijau menunjukkan pengaruh negatif terhadap profitabilitas, sedangkan kinerja lingkungan memberikan pengaruh positif terhadap profitabilitas.
7.	Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Risiko Sebagai Variabel Moderasi Oleh : Muhammad Yusuf & Hexana Sri Lastanti Tahun : 2024	X : <i>Green Accounting</i> , Kinerja Keuangan Y : Nilai Perusahaan Z : Manajemen Risiko	Regresi Data Panel	<i>Green Accounting</i> dan kinerja keuangan terbukti berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan.
8.	Moderating The Effect Of Green Accounting On Firm Value The Role Of Environmental Performance And Profitability Oleh : Al Hamzi Et Al Tahun : 2024	X : <i>Green Accounting</i> Y: Nilai Perusahaan Z : Profitabilitas	MRA	Profitabilitas dan kinerja lingkungan memperkuat dampak <i>Green Accounting</i> terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang menunjukkan kinerja lingkungan yang baik dan tingkat profitabilitas tinggi cenderung lebih menarik bagi para investor.

No	Judul, Penulis, Tahun	Variabel	Alat	Hasil
9.	The Influence Of <i>Green Accounting</i> Implementation And Evironmental Performance On Firm Value Oleh : Sri Daryanti Zen Dan Amirah Zahra Ariri Tahun : 2024	X: <i>Green Accounting</i> , Kinerja Lingkungan Y : Nilai Perusahaan	MRA	<i>Green Accounting</i> dan kinerja lingkungan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang menerapkan <i>Green Accounting</i> dan menunjukkan kinerja lingkungan yang baik umumnya memiliki nilai perusahaan lebih tinggi.
10.	Does <i>Green Accounting</i> Affect Firm Value? Evidence From Asean Countries Oleh : Citra Sukmadilaga, Srihadi Winarningsih, Ivan Yudianto, Tri Uatami Lestari, Erlane K. Ghani Tahun : 2024	X: <i>Green Accounting</i> Y : Nilai Perusahaan	Eksporatif Dengan Data Sekunder Dari Laporan Keuangan Dan <i>ESG Scoring</i>	Secara keseluruhan, <i>Green Accounting</i> tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, pada dimensi emisi, <i>Green Accounting</i> memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
11.	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Esg Performance Sebagai Variabel Moderasi Oleh : Carolina Dewi Ningtyas, Andri Pratiwi Tahun : 2025	X: Profitabilita Y : Nilai Perusahaan Z : Esg Performanc e	MRA	Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, kinerja ESG berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan, sehingga memperkuat pengaruh positif tersebut.
12.	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	X: Profitabilita	MRA	Secarapersial, profitabilitas tidak berpengaruh signifikan

No	Judul, Penulis, Tahun	Variabel	Alat	Hasil
	Dengan Csr Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Oleh : Ricita Utami, Titin Agustin Nengsih, Mohammad Ronaldi Tahun : 2024	Y:Nilai Perusahaan Z : Csr		terhadap nilai perusahaan. Csr memperlemah hubunganantara profitabilitas terhadap nilai perusahaan
13.	Pengaruh Sustainability Report Disclosure, Profitabilitas Dan Penghindaran Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Gcg Sebagai Pemoderasi Oleh : Adisti Tristania Firmansyah, Hexana Sri Lastanti Tahun : 2024	X: Sustainability Report Disclosur, Profitabilas Dan Penghindaran Pajak Y: Nilai Perusahaan Z : Gcg	MRA	Dalam konteks <i>Sustainability Report Disclosure</i> , profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan penghindaran pajak tidak menunjukkan pengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu, GCG tidak memoderasi pengaruh <i>Sustainability Report Disclosure</i> , profitabilitas, maupun penghindaran pajak terhadap nilai perusahaan.
14.	Pengaruh Profitabilitas Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Csr Sebagai Variabel Moderasi Oleh : Sabila Adzkia Asyik Tahun : 2024	X: Profitabilisan & Struktur Modal Y:Nilai Perusaaan Z : Csr	Mra	Profitabilitas tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara struktur modal memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. CSR terbukti mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas dan struktur modal.
15.	Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Oleh : Yuli Ermawati & Edo Tri Nahendra	X : Profitabilitas, Struktur Modal, Likuiditas, Y : Nilai Perusahaan Z : Ukuran Perusahaan	MRA	Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

No	Judul, Penulis, Tahun	Variabel	Alat	Hasil
	Agustino Tahun : 2024			
16.	Pengaruh Profitabilitas Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi Oleh : Alvin Reynaldi Bonansius Tahun : 2024	X : Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan Y : Nilai Perusahaan Z : Struktur Modal	MRA	Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan; struktur modal memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
17.	The Effect Profitability On Firm Value With Intellectual Capital As An Intervening Variable In Manufacturing Companies Listed On The Indonesia Stuck Exchange Oleh : Elly Lestari, Moeljadi, Sumiati, Djumahir Tahun : 2021	X : Profitabilitas Y : Nilai Perusahaan Z : Modal Intellectual	<i>Path Analisis</i>	Profitabilitas berpengaruh langsung dan tidak langsung terhadap nilai perusahaan melalui intellectual capitaal sebagai variabel intervening
18.	Factor Affecting Firm Value With Profitability As An Intervening Variable In Food And Beverage Sub Sector Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange Oleh : Irwanto, Yusuf Ronny Edward, Sauh Hwee Teng Tahun : 2023	X : Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan Y: Firm Value Z : Profitabilitas	PLS (<i>Partial Least Square</i>)	Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, namun tidak berperan sebagai variabel moderasi dalam pengaruh likuiditas, struktur modal, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
19.	Pengaruh Penerapan <i>Green Accounting</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Sub Sektor	X ; <i>Green Accounting</i> Y : Nilai Perusahaan Z : Profitabilitas	MRA	Implementasi <i>Green Accounting</i> memengaruhi nilai perusahaan, sementara profitabilitas tidak berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut..

No	Judul, Penulis, Tahun	Variabel	Alat	Hasil
	Tambang Batubara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019–2021 Oleh : Elvina Yuliani, Budi Prijanto Tahun : 2022 Sinta			
20.	Pengaruh <i>Green Accounting</i> Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020– 2022 Oleh : Joshia Hutagalung, Meilinda Harefa, Vebry M Lumban Gaol Tahun : 2023	X : <i>Green Accounting</i> Dan Profitabilitas Y: Nilai Perusahaan	PLS-SEM	<i>Green Accounting</i> dan profitabilitas memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan.
21.	Moderating Role Of Profitability In The Association Between <i>Green Accounting</i> And Firm Value Oleh : Raldin Alif Al Hazmi, Ammar Ramadhan, Amrie Firmansyah Tahun : 2024 Scopus	X : <i>Green Accounting</i> Y : Firm Value Z : Profitability	Regresi Data Panel	<i>Green Accounting</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun profitabilitas tidak berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut.
22.	<i>Green Accounting</i> And Sustainable Corporate Performance: Environmental Performance As A Moderating Variable Oleh : Yunita Christy, Lauw Tjun Tjun Tahun : 2023 Scopus	X: <i>Green Accounting</i> Y : Sustainable Corporate Environmental Z : Performance	<i>Random Effects Regression</i>	<i>Green Accounting</i> memiliki pengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan berkelanjutan, dan kinerja lingkungan tidak berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut.
23.	Pengaruh Penerapan <i>Green Accounting</i> Melalui Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi	X1: <i>Green Accounting</i> Y: Nilai Perusahaan	Data Panel Dengan Analisis Jalur	<i>Green Accounting</i> tidak memiliki pengaruh langsung terhadap nilai perusahaan. Namun, <i>Green Accounting</i>

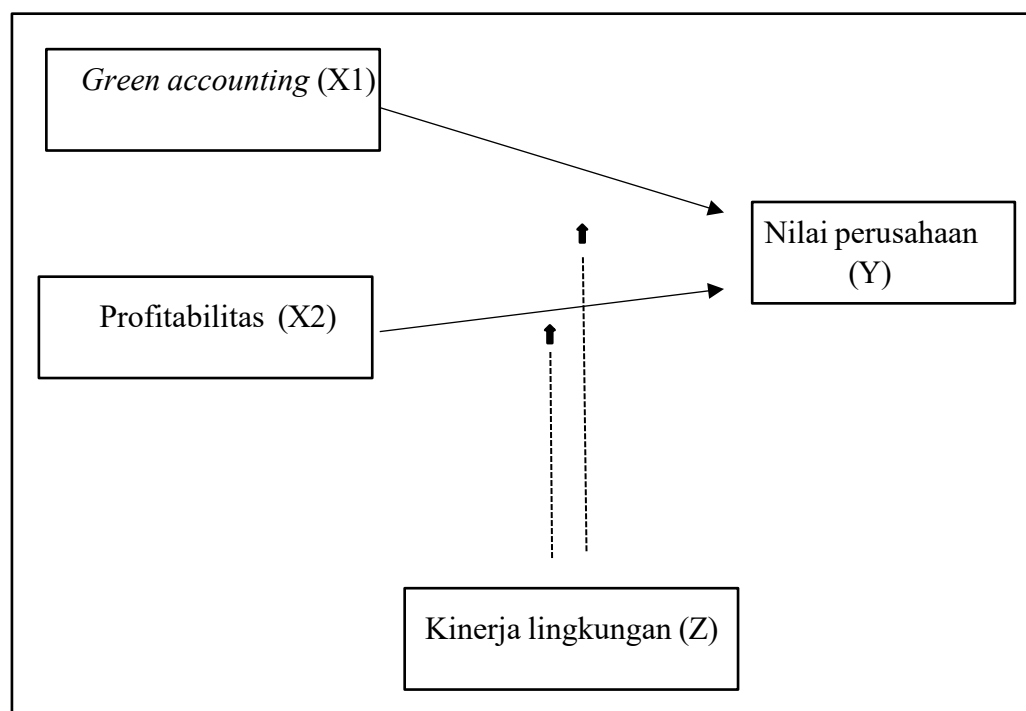
No	Judul, Penulis, Tahun	Variabel	Alat	Hasil
	Terhadap Nilai Perusahaan Oleh : Ardini Sevilla Ekawati Tahun : 2023	Z:Profitabilitas		berpengaruh negatif secara signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan profitabilitas memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil Sobel test menunjukkan bahwa profitabilitas belum mampu memediasi pengaruh <i>Green Accounting</i> terhadap nilai perusahaan.
24.	Pengaruh Penerapan <i>Green Accounting</i> Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2018-2020 Oleh : Shella Gilby Sapullete Tahun : 2021	X1: <i>Green Accounting</i> X2:Kinerja Lingkungan Y:Nilai Perusahaan	Analisis Regresi Berganda	Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel <i>Green Accounting</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel kinerja lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.
25.	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Penerapan <i>Green Accounting</i> Terhadap Nilai Perusahaan Oleh : Margaretha Verli Pramestya Tahun : 2024	X1: Profitabilitas X2 : Ukuran Perusahaan X3: <i>Green Accounting</i>	SPSS	Hasil penelitian pada tingkat signifikansi 5% menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan <i>Green Accounting</i> tidak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
26.	Pengaruh <i>Green Accounting</i> Terhadap Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi Oleh: Oktafiana Akmal Tahun : 2025	X1: <i>Green Accounting</i> X2 :Material Flow Cost Accounting X3: Ukuran Perusahaan Y: Kinerja Perusahaan Z: Nilai Perusahaan	Regresi Berganda Dan (MRA)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Green Accounting</i> dan Material Flow Cost Accounting (MFCA) berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak memberikan pengaruh terhadap kinerja perusahaan. Selain itu, nilai perusahaan tidak mampu memoderasi

No	Judul, Penulis, Tahun	Variabel	Alat	Hasil
				hubungan antara <i>Green Accounting</i> , MFCA, dan ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan.
27.	Pengaruh Profitabilitas, Keputusan Investasi, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Oleh: Bimantara Satria Laksono Tahun : 2021	X1: Profitabilitas X2: Keputusan Investasi X3: Ukuran Perusahaan Y : Nilai Perusahaan	Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi Linier Berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS Versi 23.	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa variabel profitabilitas (ROE) dan keputusan investasi (PER) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV), sementara variabel ukuran perusahaan (<i>Size</i>) tidak menunjukkan pengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV).
28.	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Oleh : Buono Aji Santoso ¹ , Irawati Junaeni ² Tahun : 2022	X1: Profitabilitas X2: Ukuran Perusahaan X3: Likuiditas X4: Pertumbuhan Perusahaan Y: Nilai Perusahaan	MRA	Berdasarkan hasil uji parsial, hanya variabel profitabilitas (ROE) yang menunjukkan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, secara simultan, nilai perusahaan (PBV) dipengaruhi oleh profitabilitas (ROE), <i>leverage</i> (DER), ukuran perusahaan (<i>Size</i>), likuiditas (<i>Current Ratio</i>), dan pertumbuhan perusahaan (<i>Growth</i>) dengan kontribusi sebesar 98%.
29.	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Periode 2019-2021) Oleh:	X1: Profitabilitas Y: Nilai Perusahaan Z: Manajemen Laba	MRA	Hasil penelitian menunjukkan beberapa temuan, yaitu : (1) Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. (2) Manajemen laba memberikan pengaruh

No	Judul, Penulis, Tahun	Variabel	Alat	Hasil
	Moses Oliver Dore Huriquduq Tahun : 2022			positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. (3) Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan langsung terhadap nilai perusahaan. (4) Profitabilitas juga menunjukkan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan ketika dimoderasi oleh manajemen laba.
30.	Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020. Oleh : Christine Elisabeth Keni1, Royke Pangkey2. Tahun : 2022	X1:Profitabilita X2:Ukuran Perusahaan Y : Nilai Perusah aan	Teknik analisis yang digunakan adalah regresi data panel dengan menggunakan aplikasi pengolahan data eviews 10	Hasil penelitian memperlihatkan bahwa profitabilitas memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, demikian pula ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan.
31.	Pengaruh Profitabilitas, LikuiditasDan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan: Studi Pada Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015 2019 Oleh : Anang Sriyanto Pambudi, Gatot Nazir Ahmad, Umi Amrdiyanti Tahun :2022	X1: Profitabilitas X2:Likuiditas X3:Kebijakan Deviden Y:Nilai Perusahaan	Data panel unbalanced sebagai metode analisis data	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas dan kebijakan dividen tidak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

C. Kerangka Konseptual

Kerangka Konseptual adalah *Representasi Visual* dan *teoritis* yang menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Dalam konteks penelitian ini, kerangka konseptual terdiri dari tiga variabel utama yaitu *Green Accounting*, profitabilitas dan nilai perusahaan, serta satu variabel moderasi yaitu kinerja lingkungan.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

D. Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh *Green Accounting* terhadap nilai perusahaan

Penerapan *Green Accounting* dapat dijadikan langkah awal bagi perusahaan untuk menekan permasalahan lingkungan yang muncul akibat aktivitas operasionalnya. Implementasi *Green Accounting* mencerminkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, yang diwujudkan melalui pencatatan biaya lingkungan dalam laporan keuangannya sebagai wujud

tanggung jawab terhadap pelestarian lingkungan. Pengungkapan biaya lingkungan yang dikelola secara tepat oleh perusahaan dapat memberikan dampak positif, karena mampu membangun citra yang baik di mata masyarakat maupun investor, sehingga berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan (Sitanggang et al., 2024).

Green Accounting memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Setiap kegiatan yang dilakukan perusahaan seharusnya dilaksanakan dengan prinsip tanggung jawab yang menyeluruh, tidak hanya kepada pemangku kepentingan secara langsung, tetapi juga terhadap lingkungan yang berpotensi terdampak oleh aktivitas operasional tersebut. Penerapan *Green Accounting* secara optimal dapat memberikan manfaat signifikan bagi investor, sekaligus memperkuat citra positif di masyarakat dan meningkatkan nilai perusahaan (Febriani, 2021). Penelitian terdahulu mengatakan bahwa *Green Accounting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Christy & Tjun, 2024). *Green accounting* memberikan keuntungan kompetitif untuk perusahaan, baik mengenai operasional maupun kepercayaan investor yang akan meningkatkan nilai perusahaan (Sitanggang et al., 2024). Hal ini menunjukkan *Green Accounting* tidak hanya memberikan manfaat terhadap financial, tetapi juga berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan dan sosial, yang semakin penting di dunia bisnis.

H1 : *Green Accounting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Sebelum berinvestasi seorang investor akan menganalisis berbagai opsi serta melakukan berbagai pertimbangan terlebih dahulu. Salah satu tolok ukur utama yang menjadi perhatian investor ketika menilai kinerja suatu perusahaan adalah rasio profitabilitas. Rasio ini berfungsi untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan keuntungan dalam periode tertentu. Tingkat profitabilitas yang tinggi biasanya dianggap sebagai isyarat positif bagi investor, karena menunjukkan prospek perusahaan yang baik dan meningkatkan keyakinan mereka bahwa perusahaan layak dijadikan alternatif investasi. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi umumnya mencerminkan performa keuangan yang solid serta dipersepsikan memiliki kapasitas lebih besar dalam membagikan dividen kepada para investornya. Dalam nilai perusahaan, profitabilitas menjadi faktor krusial karena sinyal keberhasilan financial tersebut dapat memperkuat kepercayaan investor dan stakeholder sehingga mendorong peningkatan nilai perusahaan. Profit yang konsisten adalah bukti pengelolaan sumber daya secara optimal dan potensi perusahaan untuk tumbuh dan berkembang (brignam & ehrhardt 2013).

Menurut Ross et al (2016) mengatakan bahwa profitabilitas mencerminkan daya tarik perusahaan dimata investor dan pasar modal. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi lebih mampu menarik investasi karena dianggap memiliki resiko financial yang lebih rendah dan prospek yang menjanjikan. Menurut Istiqomah (2022) mengatakan

bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan yang konsisten menjaga sekaligus meningkatkan tingkat profitabilitasnya cenderung memperoleh penilaian lebih tinggi di mata investor maupun pemangku kepentingan lainnya.

H2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

3. Kinerja lingkungan mampu memoderasi pengaruh *Green Accounting* terhadap nilai perusahaan

Green Accounting berperan dalam memoderasi kinerja lingkungan perusahaan dengan cara mengintegrasikan pertimbangan lingkungan ke dalam sistem akuntansi dan pelaporan keuangan. Hal ini tidak hanya meningkatkan kesadaran akan isu-isu lingkungan, tetapi juga mendorong perusahaan. Perusahaan secara aktif mengelola dan melaporkan kinerja lingkungan mereka, hal ini dapat menghasilkan peningkatan efisiensi sumber daya, pengurangan limbah dan pengurangan emisi karbon. Selain itu, transparansi dalam mengungkapkan dampak lingkungan mampu memperkuat citra positif perusahaan di hadapan investor maupun konsumen, yang pada akhirnya dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan. *Green Accounting* memperkuat hubungan antara kinerja lingkungan dan nilai perusahaan dengan menyediakan informasi yang jelas sehingga manajemen dapat mengambil keputusan yang lebih tepat dalam upaya meningkatkan keberlanjutan (Burritt & Schaltegger 2010). *Green Accounting* berperan sebagai moderasi yang

signifikan dalam memperkuat dampak kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan, sehingga perusahaan cenderung memiliki kinerja lingkungan yang lebih dihargai oleh investor (astuti 2023). Hal ini menunjukkan bahwa *Green Accounting* dalam memperkuat hubungan antara kinerja lingkungan dan nilai perusahaan perusahaan karena menyediakan pengukuran dan pelaporan yang dapat meningkatkan transparansi dan keakuratan informasi terkait dampak lingkungan.

H3 : *Green Accounting* memperkuat pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.

4. Kinerja lingkungan mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas berperan untuk memoderasi kinerja lingkungan dan perusahaan yang dapat memperkuat antara kinerja lingkungan dan nilai perusahaan. Ketika perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi, maka mampu untuk berinvestasi dalam teknologi ramah lingkungan. Profitabilitas yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk mengalokasikan sumber daya yang cukup untuk meningkatkan kinerja lingkungan, sehingga dampak positif terhadap nilai perusahaan dapat lebih maksimal (Brigham & Ehrhardt, 2013). Teori sumber daya perusahaan menyatakan bahwa keberhasilan strategi lingkungan sangat bergantung pada ketersediaan sumber daya internal yang cukup, termasuk profitabilitas sebagai sumber daya finansial utama yang memungkinkan perusahaan melakukan investasi berkelanjutan (berney,1991).

Profitabilitas berfungsi sebagai variabel moderasi yang berpengaruh signifikan dalam kaitan antara kinerja lingkungan dan nilai perusahaan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi cenderung lebih mampu mengoptimalkan manfaat dari kinerja lingkungan sehingga memberikan peningkatan nilai yang lebih besar bagi perusahaan (Kaburu, G., & Nzulwa, 2020). Temuan ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi mampu memperbesar pengaruh positif dari kinerja lingkungan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian, profitabilitas berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat keterkaitan antara kinerja lingkungan dan nilai perusahaan.

H4 : Profitabilitas memperkuat kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan