
Green Accounting dan Ukuran Perusahaan: Dampaknya terhadap Nilai Perusahaan**Kaca Dian Meila, Johannes Kristian Siregar, Adella Rachmawati**

Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email: kacadian@unibi.ac.id; johannes@unibi.ac.id; adellarachmawati54@gmail.com

Diterima:
6 Oktober 2025Diterima Setelah Revisi:
12 Oktober 2025Dipublikasikan:
24 Oktober 2025

Abstrak

Nilai perusahaan mencerminkan kepercayaan investor serta prospek keberlanjutan perusahaan. Faktor yang memengaruhi nilai perusahaan antara lain praktik *green accounting* dan ukuran perusahaan. Fenomena pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman periode 2019–2023 menunjukkan penurunan nilai perusahaan selama tiga tahun berturut-turut, meskipun *green accounting* dan ukuran perusahaan meningkat. Kondisi ini tidak sejalan dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa penerapan *green accounting* dan peningkatan ukuran perusahaan seharusnya berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *green accounting* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan pendekatan kuantitatif. Data sekunder diperoleh dari laporan tahunan perusahaan (*annual report*) yang terdaftar di BEI, situs resmi perusahaan, serta peringkat PROPER dari KLHK. Sampel terdiri dari 24 perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman tahun 2019–2023, dipilih dengan metode *purposive sampling*. Analisis menggunakan regresi data panel melalui *software* Eviews 13. Hasil penelitian menunjukkan *green accounting* dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

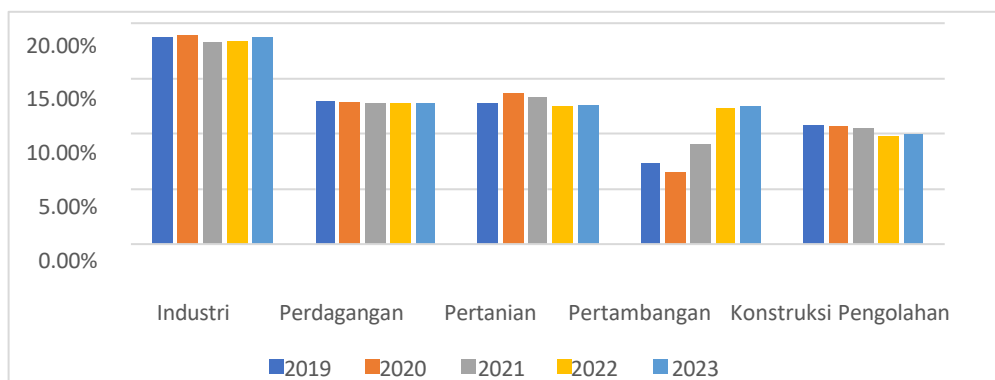
Kata Kunci: Nilai Perusahaan, *Green Accounting*, Ukuran Perusahaan, PROPER**Abstract**

Firm value is an important indicator that reflects the level of investor confidence as well as the sustainability prospects of a company. Factors influencing firm value include the implementation of green accounting and firm size. However, in the food and beverage manufacturing subsector during 2019–2023, firm value showed a decline for three consecutive years, despite significant increases in green accounting practices and firm size. This condition contradicts stakeholder theory, which assumes that green accounting implementation and firm size should positively affect firm value. This study aims to analyze the effect of green accounting and firm size on firm value using a quantitative approach. Secondary data were obtained from company annual reports listed on the Indonesia Stock Exchange, official company websites, and PROPER ratings issued by the Ministry of Environment and Forestry. The sample consisted of 24 companies selected using purposive sampling. Data analysis employed panel data regression, classical assumption tests, and hypothesis testing with Eviews 13 software. The findings reveal that both green accounting and firm size significantly influence firm value.

Keywords: Firm Value, Green Accounting, Firm Size, PROPER

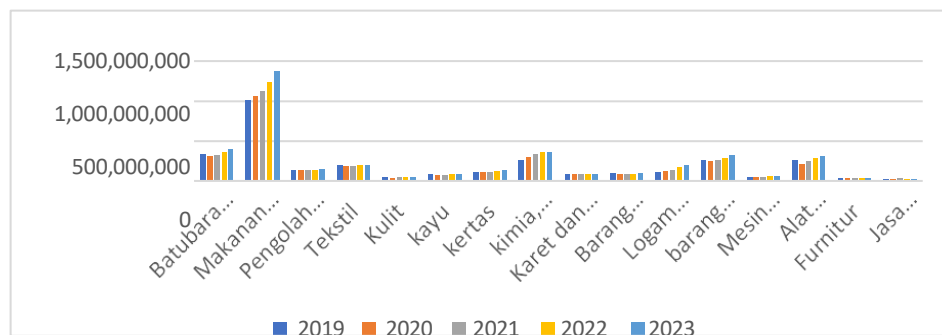
1 PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini membawa berbagai dampak positif, salah satunya adalah pertumbuhan dan perkembangan dunia usaha yang semakin pesat. Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator kunci dalam menilai keberhasilan pembangunan ekonomi, Pertumbuhan ekonomi di era saat ini menuntut perusahaan untuk terus tumbuh dan berkembang di tengah maraknya persaingan yang dimana situasi ini mendorong para pemilik perusahaan untuk berupaya meningkatkan produktivitas mereka (Sari & Priyadi, 2016). Perkembangan ekonomi suatu negara dapat diukur melalui pertumbuhan ekonomi, yang mencerminkan peningkatan produksi barang dan jasa di wilayah perekonomian dalam periode tertentu Produk Domestik Bruto (PDB) dapat digunakan sebagai salah satu indikator untuk mengukur kinerja perekonomian suatu negara atau sebagai cerminan keberhasilan suatu pemerintahan dalam menggerakkan sektor-sektor ekonomi. Berikut adalah PDB sektor penyumbang terbesar terhadap perekonomian tahun 2019-2023.



Grafik 1. Hasil PDB Sektor Penyumbang Terbesar Perekonomian di Indonesia Periode 2019-2023

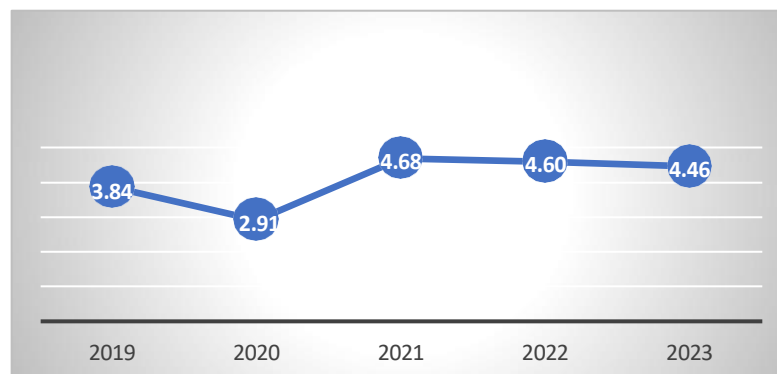
Berdasarkan Grafik 1.1, kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada periode 2019–2023 berasal dari sektor industri pengolahan dengan nilai 18,56%. Sektor ini menjadi kontributor utama karena mencakup berbagai kegiatan manufaktur yang berdampak signifikan pada perekonomian nasional. Selain itu, sektor perdagangan berkontribusi sebesar 12,78%, sedangkan sektor pertanian memberikan sumbangan sebesar 12,92% melalui sub sektor pangan, hortikultura, perkebunan, peternakan, dan perikanan. Sektor pertambangan menyumbang sekitar 9,46% dengan basis kekayaan mineral dan energi Indonesia, sementara sektor konstruksi memberikan kontribusi 10,31% yang ditopang oleh pembangunan infrastruktur dan proyek strategis lainnya. Data ini menunjukkan bahwa lima sektor tersebut merupakan pilar utama dalam menopang pertumbuhan ekonomi nasional.



Sumber: Badan Pusat Statistik (2024)

Grafik 2. Hasil PDB Sub Sektor Industri Pengolahan Periode 2019-2023

Berdasarkan grafik 1.2, terlihat pada sektor industri pengolahan menunjukkan bahwa sektor industri makanan dan minuman ini terus menjadi bagian penting dalam industri pengolahan pada tahun 2019-2023 dimana sub sektor makanan dan minuman secara konsisten meningkat setiap tahunnya. Sub sektor lain juga seperti batubara, kimia dan farmasi, barang logam, alat angkut dan tekstil menunjukkan kontribusi tinggi setelah makanan dan minuman. Sub sektor lainnya seperti logam dasar, pengolahan tembakau, kertas, barang galian, karet dan plastik, kayu, mesin dan perlengkapan, furnitur dan jasa reparasi menunjukkan nilai PDB yang lebih rendah namun relative stabil dari tahun ke tahun. Sektor industri memiliki peranan yang sangat krusial bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai yang dimiliki. Salah satunya adalah nilai-nilai perusahaan, tinggi nilai perusahaan adalah bagaimana investor memandang perusahaan. Nilai dari perusahaan yang dibentuk melalui indeks pasar saham sangat mempengaruhi keputusan investor (Harahap, 2023).

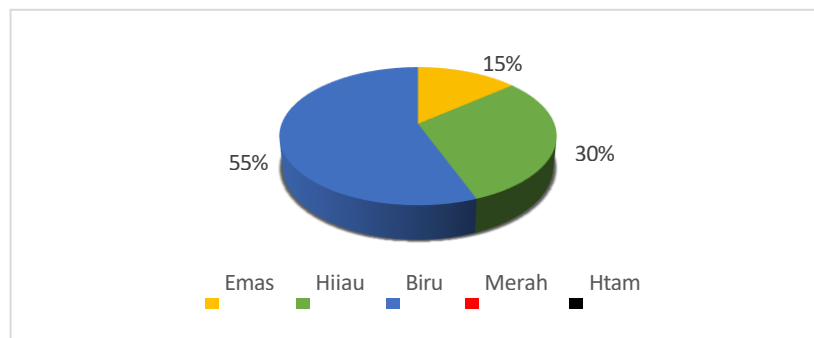


Sumber: IDX, diolah penulis (2025)

Grafik 3. Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Periode 2019-2023

Berdasarkan grafik 1.3, nilai *price to book value* (PBV) perusahaan sub sektor makanan dan minuman menunjukkan fluktuasi pada periode 2019–2023. Nilai PBV tercatat 3,84 pada 2019, menurun pada 2020 akibat perlambatan ekonomi karena pandemi Covid-19, kemudian meningkat menjadi 4,68 pada 2021 seiring pemulihan ekonomi. Namun, pada 2022–2023 kembali mengalami penurunan menjadi 4,60 dan 4,46. Dengan demikian, selama lima tahun terakhir nilai PBV cenderung tidak stabil dan mengalami penurunan berturut-turut dalam tiga tahun terakhir. Ketidakstabilan ini berpotensi menurunkan kepercayaan investor, meskipun perusahaan masih mampu menghasilkan laba. Fenomena tersebut menjadi dasar penelitian untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, khususnya peran *green accounting* dan ukuran perusahaan.

Industri memiliki keterkaitan erat dengan pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan. Persaingan bisnis yang ketat sering mendorong perusahaan berorientasi pada laba, namun berdampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar, oleh karena itu perusahaan perlu menyeimbangkan pencapaian keuntungan dengan tanggung jawab lingkungan melalui penerapan *green accounting* (Lubis & Tiara, 2024). Meskipun pemerintah telah menerapkan regulasi melalui program PROPER, masih banyak perusahaan yang memperoleh peringkat rendah, sehingga kontribusi terhadap pencemaran tetap tinggi. Padahal, pengungkapan isu sosial dan lingkungan merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat sekaligus upaya menjaga keberlanjutan usaha (Manurung, 2017).

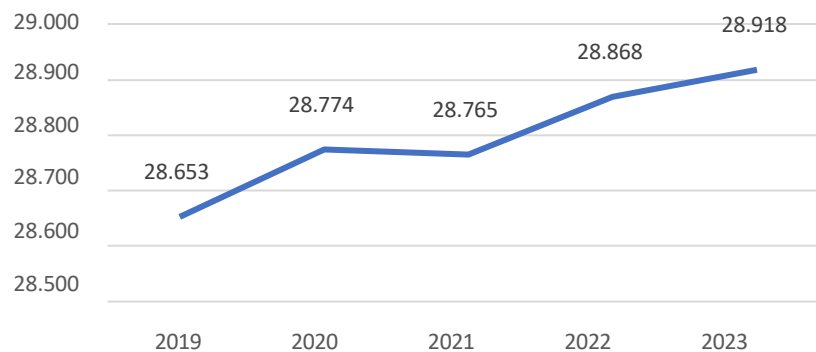


Sumber: Laporan KLHK, diolah penulis (2025)

Grafik 4. Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar PROPER 2019-2023

Berdasarkan data PROPER, sekitar 55% perusahaan sub sektor makanan dan minuman memperoleh peringkat biru, yang menunjukkan kepatuhan terhadap standar dasar pengelolaan lingkungan sesuai ketentuan KLHK. Selain itu, 30% perusahaan meraih peringkat hijau karena pengelolaan lingkungan melebihi persyaratan, sedangkan 15% berhasil memperoleh peringkat emas berkat kinerja lingkungan yang sangat baik serta kontribusi pada pengembangan masyarakat secara berkelanjutan. Mekanisme penilaian PROPER diatur dalam Permen LHK No. 1 Tahun 2021, yang menetapkan kriteria pengelolaan limbah, emisi, serta bahan berbahaya sesuai regulasi, termasuk PP No. 101 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Limbah B3.

Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai besar kecilnya sebuah perusahaan yang dilihat dari total aset yang dimilikinya. Ukuran perusahaan sering kali memberikan sinyal positif untuk menarik minat investor, dan berperan penting dalam mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, semakin mudah pula perusahaan tersebut memperoleh sumber pendanaan, baik yang bersifat internal maupun eksternal (Ananda & Lisiantara, 2022).



Sumber: IDX, diolah penulis 2025

Grafik 5. Nilai Rata-Rata Ukuran Perusahaan Sektor Makanan & Minuman Periode 2019-2023

Berdasarkan grafik 1.5 di atas setelah penulis mengolah data dan mencari tahu bahwa nilai dari ukuran perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman mengalami fluktuatif yang dimana pada tahun 2021 turun menjadi 0.009 dan naik kembali selama 2 tahun pada tahun 2022-2023. Ukuran perusahaan memainkan peran penting dalam kemampuannya untuk menghadapi risiko yang mungkin muncul dari berbagai situasi yang dihadapinya Secara umum, perusahaan besar memiliki risiko yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Menurut (Dewantari, 2020) Semakin besar ukuran perusahaan, semakin dikenal pula keberadaannya di masyarakat. Situasi ini mempermudah perusahaan dalam memperoleh informasi yang dapat mendukung peningkatan nilai perusahaan, yang dimana perusahaan besar tentunya memiliki nilai aktiva yang signifikan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi investor untuk

berinvestasi di dalamnya, maka dari itu jika ukuran perusahaan secara signifikan meningkat selama 3 tahun maka seharusnya nilai perusahaan tersebut ikut meningkat.

Terdapat salah satu kasus yaitu PT. Wilmar Cahaya Indonesia, Tbk yang terjadi pada tahun 2019-2023 memiliki nilai perusahaan dibawah 1 yang dimana rata-ratanya sebesar 0,67, namun pada nilai ukuran perusahaan PT. Wilmar Cahaya Indonesia, Tbk memiliki nilai yang meningkat dan dapat dikategorikan sebagai perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar dikarenakan total aset yang mengalami peningkatan setiap tahunnya dimana hal ini akan menarik para investor untuk melakukan pendanaan atau penanaman modal pada perusahaan tersebut dikarenakan memiliki total aset yang baik, serta dijelaskan juga bahwa nilai perusahaan secara signifikan berpengaruh terhadap ukuran perusahaan. Setelah melakukan peninjauan, PT. Wilmar Cahaya Indonesia, Tbk mendapatkan nilai perusahaan yang rendah dikarenakan jumlah saham yang beredar tidak seimbang sedangkan harga saham setiap tahunnya relatif tinggi.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 *Grand Theory*

Grand Theory merupakan sebuah konsep utama yang dipakai oleh para penelitian untuk mengalokasikan informasi mengenai hipotesis yang dipergunakan dalam penelitian. Tujuan *grand theory* adalah untuk mendukung penelitian yang didasarkan pada hasil research gap dan juga kerangka berpikir ilmiah tertentu. Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah *stakeholder theory*. Freeman mengembangkan teori *stakeholder* pada tahun 1984 dengan tujuan untuk mendorong akuntabilitas dan transparansi perusahaan di hadapan para pemangku kepentingan (Freeman, R.E., & Reed, D.L, 1983).

Teori *stakeholder* adalah suatu konsep yang berpendapat bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan dirinya sendiri, tetapi juga untuk kepentingan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang ada di sekitarnya. Dengan demikian, teori ini dapat dipandang sebagai rencana strategis perusahaan yang dirancang untuk memelihara dan memperkuat hubungan antara perusahaan dengan berbagai pihak, seperti investor, pemerintah, pemasok, pelanggan, masyarakat, dan lingkungan (Lusia & Effriyanti, 2024).

2.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan cerminan evaluasi publik terhadap perusahaan secara aktual melalui nilai sahamnya. Eksistensi nilai perusahaan menggambarkan kondisi perusahaan di pasar saat ini. Untuk memaksimalkan nilai perusahaan, peran pemegang saham, pemerintah, karyawan, dan masyarakat sebagai pemangku kepentingan sangatlah krusial dalam memastikan keberlangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan. Oleh karena itu, nilai perusahaan akan sangat dipengaruhi oleh cara perusahaan memperlakukan semua pihak yang berkepentingan. Nilai Perusahaan bisa diukur melalui *price to book value* (PBV) yaitu merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham. Nilai buku merupakan aset bersih yang dari sebuah perusahaan (Irawan et al., 2023) yang diukur dengan indikator sebagai berikut:

$$\text{Price to Book Value (PBV)} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

2.3 *Green Accounting*

Green Accounting adalah suatu konsep di mana perusahaan menekankan pentingnya efisiensi dan efektivitas dalam penggunaan sumber daya secara berkelanjutan. Perusahaan dapat mengintegrasikan perkembangan bisnisnya dengan menjaga fungsi lingkungan dan sekaligus memberikan manfaat bagi masyarakat (Endiana et al., 2020). Dalam menilai *green accounting* di

perusahaan, pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menerapkan sistem Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup, yang dikenal dengan nama PROPER. Program ini dirancang sebagai alat pengawasan terhadap sektor industri, dengan tujuan untuk mendorong kepatuhan mereka terhadap peraturan lingkungan (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2022). Indikator *green accounting* adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria dan jenis PROPER

| Skor | Warna | Keterangan |
|------|-------|------------------------|
| 5 | Emas | Sungguh-Sungguh tertib |
| 4 | Hijau | Sungguh Tertib |
| 3 | Biru | Tertib |
| 2 | Merah | Buruk |
| 1 | Hitam | Sangat Buruk |

2.4 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan seberapa besar atau kecil aset yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Ukuran perusahaan merujuk pada dimensi perusahaan berdasarkan nilai ekuitas, total penjualan, atau jumlah aktiva. Secara umum, perusahaan besar memiliki total aktiva yang bernilai tinggi dan dikenal oleh masyarakat, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi nilai perusahaan itu sendiri (Ananda & Lisiantara, 2022).

$$Ukuran\ Perusahaan = Ln (Total\ Asset)$$

3 METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian berlangsung secara ilmiah dan sistematis dimana pengamatan yang dilakukan mencakup segala hal yang berhubungan dengan objek penelitian, fenomena serta kolerasi yang ada diantaranya, dan berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, bersifat induktif, objektif, dan ilmiah dimana data yang diperoleh berupa angka (*score*) atau pernyataan yang dinilai, dan dianalisis dengan analisis statistik (Sugiyono, 2022). Data yang digunakan adalah data sekunder yaitu laporan tahunan (*annual report*) perusahaan sub sector makanan dan minuman periode 2019-2023 dengan pendekatan yang digunakan adalah deskriptif asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh variabel *green accounting* (X1) dan ukuran perusahaan (X2) dengan variabel terikat (Y) yaitu nilai perusahaan.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan program Microsoft Excel dan Eviews Versi 13.0 sebagai alat yang digunakan untuk menguji data. Kriteria dalam penentuan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
2. Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) periode 2019-2023.
3. Perusahaan Sub sektor Makanan dan Minuman yang mendapatkan PROPER periode 2019-2023.

Sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan untuk pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling*, diperoleh hasil sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 24 perusahaan selama 2019-2023 dengan jumlah unit analisis sebanyak 120 laporan tahunan (*annual report*) yang menjadi sampel penelitian.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2. Analisis Statistik Deskriptif

| Date: 08/12/25 Time: 14:04 Sample: 1 120 | | | |
|---------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | X1 | X2 | Y |
| Mean | 2.858333 | 29.02096 | 4.116333 |
| Median | 3.000000 | 29.01713 | 2.095000 |
| Maximum | 3.000000 | 31.57500 | 47.80000 |
| Minimum | 2.000000 | 24.65497 | 0.060000 |
| Std. Dev. | 0.350170 | 1.522912 | 7.675739 |
| Skewness | -2.055206 | -0.635590 | 4.378353 |
| Kurtosis | 5.223872 | 3.359678 | 22.86053 |
| Jarque-Bera Probability | 109.2055 0.000000 | 8.726340 0.012738 | 2355.602 0.000000 |
| Sum | 343.0000 | 3482.515 | 493.9600 |
| Sum Sq. Dev. | 14.59167 | 275.9920 | 7011.119 |
| Observations | 120 | 120 | 120 |

Sumber: Output Eviews 13, Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan tabel analisis statistik deskriptif pada tabel 4.2 menunjukkan pengukuran dari variabel dengan observations 120 dalam waktu 2019-2023 dengan menggunakan software Eviews 13, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Variabel Nilai Perusahaan (Y) memiliki nilai minimum 0,06 dan maksimum 47,8 dengan rata-rata 4,1 serta standar deviasi 7,6. Hal ini dapat diartikan bahwa dari total 24 perusahaan yang diteliti, sebagian perusahaan memiliki nilai di atas rata-rata dan sebagian lainnya berada di bawah rata-rata. Nilai standar deviasi sebesar 7,6 menunjukkan bahwa nilai mean lebih kecil dibandingkan dengan variasi datanya, sehingga secara umum Nilai Perusahaan dapat dikatakan tidak baik.
- Variabel *Green Accounting* (X1) memiliki nilai minimum 2,00 (kategori PROPER Hijau) dan maksimum 3,00, dengan rata-rata 2,86 mendekati (kategori PROPER Biru). Nilai ini mempresentasikan perusahaan mendapatkan PROPER "Biru" yang menandakan bahwa perusahaan telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan memenuhi semua aspek yang dipersyaratkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). Nilai standar deviasi 0,35 yang artinya rata-rata lebih besar dari standar deviasi, sehingga variabel green accounting menunjukkan nilai yang baik.
- Variabel Ukuran Perusahaan (X2) yang diukur dengan Ln total aset, memiliki nilai minimum 24,655 dan maksimum 31,575, dengan rata-rata 29,021. Bahwa rata-rata yang menunjukkan bahwa perusahaan dalam sampel termasuk kategori usaha besar dengan total aset dan penjualan tahunan lebih dari Rp50 miliar. Dapat disimpulkan dari hasil tersebut juga diperoleh nilai standar deviasi sebesar 1,523, dimana nilai standar deviasi dari variabel ukuran perusahaan lebih kecil dari nilai rata-rata. Dapat disimpulkan bahwa nilai variabel ukuran perusahaan lebih kecil, sehingga dapat dikatakan bahwa indikator dari variabel ukuran perusahaan yang digunakan dalam penelitian sudah baik.

4.2 Hasil Pengujian Model Regresi

Tabel 3. Pendekatan *Common Effect Model*

| Dependent Variable: Y | | | | |
|------------------------------------------|-------------|-----------------------|-------------|--------|
| Method: Panel Least Squares | | | | |
| Date: 08/27/25 Time: 11:13 | | | | |
| Sample: 2019 2023 | | | | |
| Periods included: 5 | | | | |
| Cross-sections included: 24 | | | | |
| Total panel (balanced) observations: 120 | | | | |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| C | -8.411356 | 0.280462 | -29.99109 | 0.0000 |
| X1 | 0.949865 | 0.032151 | 29.54393 | 0.0000 |
| X2 | 0.335712 | 0.009178 | 36.57971 | 0.0000 |
| R-squared | 0.950283 | Mean dependent var | 3.994250 | |
| Adjusted R-squared | 0.949433 | S.D. dependent var | 0.679527 | |
| S.E. of regression | 0.152805 | Akaike info criterion | -0.894621 | |
| Sum squared resid | 2.731889 | Schwarz criterion | -0.824934 | |
| Log likelihood | 56.67727 | Hannan-Quinn criter. | -0.866321 | |
| F-statistic | 1118.167 | Durbin-Watson stat | 0.381163 | |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 | | | |

Sumber: Output Eviews 13, data dioleh penulis (2025)

Tabel 4. Pendekatan *Fixed Effect Model*

| Dependent Variable: Y | | | | |
|------------------------------------------|-------------|-----------------------|-------------|--------|
| Method: Panel Least Squares | | | | |
| Date: 08/27/25 Time: 11:13 | | | | |
| Sample: 2019 2023 | | | | |
| Periods included: 5 | | | | |
| Cross-sections included: 24 | | | | |
| Total panel (balanced) observations: 120 | | | | |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| C | -7.444492 | 1.138149 | -6.540874 | 0.0000 |
| X1 | 0.926286 | 0.041944 | 22.08376 | 0.0000 |
| X2 | 0.304663 | 0.037310 | 8.165718 | 0.0000 |
| Effects Specification | | | | |
| Cross-section fixed (dummy variables) | | | | |
| R-squared | 0.982374 | Mean dependent var | 3.994250 | |
| Adjusted R-squared | 0.977687 | S.D. dependent var | 0.679527 | |
| S.E. of regression | 0.101506 | Akaike info criterion | -1.548268 | |
| Sum squared resid | 0.968520 | Schwarz criterion | -0.944311 | |
| Log likelihood | 118.8961 | Hannan-Quinn criter. | -1.302998 | |
| F-statistic | 209.5642 | Durbin-Watson stat | 1.080473 | |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 | | | |

Sumber: Output Eviews 13, data dioleh penulis (2025)

Tabel 5. Pendekatan *Random Effect Model*

| Dependent Variable: Y | | | | |
|---------------------------------------------------|-------------|--------------------|-------------|--------|
| Method: Panel EGLS (Cross-section random effects) | | | | |
| Date: 08/27/25 Time: 11:14 | | | | |
| Sample: 2019 2023 | | | | |
| Periods included: 5 | | | | |
| Cross-sections included: 24 | | | | |
| Total panel (balanced) observations: 120 | | | | |
| Swamy and Arora estimator of component variances | | | | |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| C | -8.254740 | 0.483224 | -17.08265 | 0.0000 |
| X1 | 0.942448 | 0.034043 | 27.68406 | 0.0000 |
| X2 | 0.331031 | 0.015815 | 20.93174 | 0.0000 |
| Effects Specification | | | | |
| | | S.D. | Rho | |
| Cross-section random | | 0.121066 | 0.5872 | |
| Idiosyncratic random | | 0.101506 | 0.4128 | |
| Weighted Statistics | | | | |
| R-squared | 0.901122 | Mean dependent var | 1.402342 | |
| Adjusted R-squared | 0.899431 | S.D. dependent var | 0.318200 | |
| S.E. of regression | 0.100909 | Sum squared resid | 1.191373 | |
| F-statistic | 533.1354 | Durbin-Watson stat | 0.872261 | |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 | | | |
| Unweighted Statistics | | | | |
| R-squared | 0.950149 | Mean dependent var | 3.994250 | |
| Sum squared resid | 2.739272 | Durbin-Watson stat | 0.379367 | |

Sumber: Output Eviews 13, data dioleh penulis (2025)

Tabel 6. Uji Chow

| Effects Test | Statistic | d.f. | Prob. |
|--------------------------|------------|---------|--------|
| Cross-section F | 7.441060 | (23,94) | 0.0000 |
| Cross-section Chi-square | 124.437565 | 23 | 0.0000 |

Sumber: Output Eviews 13, data dioleh penulis (2025)

Hasil dari uji *chow* menunjukkan bahwa nilai probabilitas *cross section* F sebesar $0,0000 < 0,05$, artinya H_0 ditolak. Dengan demikian, model yang paling tepat dalam mengestimasi persamaan regresi adalah *fixed effect Model* (FEM).

Tabel 7. Uji Hausman

| Test Summary | Chi-Sq. Statistic | Chi-Sq. d.f. | Prob. |
|----------------------|-------------------|--------------|--------|
| Cross-section random | 0.629110 | 2 | 0.7301 |

Sumber: Output Eviews 13, data dioleh penulis (2025)

Hasil dari uji *hausman* menunjukkan bahwa nilai probabilitas *cross section* random sebesar $0,7301 > 0,05$, artinya H_0 diterima. Dengan demikian, model yang paling tepat dalam mengestimasi persamaan regresi adalah *Random Effect Model* (REM).

Tabel 8. Uji Lagrange Multiplier

| Lagrange Multiplier Tests for Random Effects | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Null hypotheses: No effects | | | |
| Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives | | | |
| | Test Hypothesis | | |
| | Cross-section | Time | Both |
| Breusch-Pagan | 73.48503 (0.0000) | 1.555808 (0.2123) | 75.04084 (0.0000) |

Sumber: Output Eviews 13, data dioleh penulis (2025)

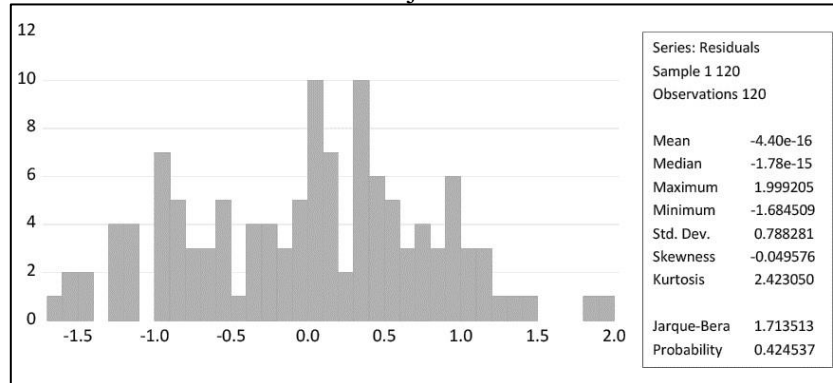
Berdasarkan hasil uji *Lagrange Multiplier* di atas, nilai breush pukan adalah 0,0000 atau lebih kecil dari 0,05. Nilai tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Model yang terpilih untuk regresi data panel penelitian ini adalah *Random Effect Model* (REM). Menurut (Hendryadi, 2022) berdasarkan beberapa model estimasi untuk mengatasi satu atau lebih masalah terdapat dua model yang paling menonjol yaitu *Random Effect Model* (REM). Dapat disimpulkan bahwa pendekatan model terbaik yang digunakan untuk menentukan Pengaruh *Green Accounting* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 hingga 2023 adalah *Random Effect Model* (REM).

4.3 Uji Asumsi Klasik

Menurut (Basuki, 2016) pada model *Common Effect* dan *Fixed Effect* yang menggunakan pendekatan *Ordinary Least Squares* (OLS), uji asumsi klasik yang dilakukan mencakup heteroskedastisitas serta multikolinearitas (jika terdapat lebih dari satu variabel bebas). Uji normalitas dan autokorelasi tidak wajib. Sementara pada model *Random Effect* yang menggunakan *Generalized Least Squares* (GLS), uji heteroskedastisitas tidak diperlukan karena metode GLS

sudah mengatasinya. Uji multikolinearitas tetap dilakukan jika variabel bebas lebih dari satu, dan uji normalitas residual tetap disarankan untuk memastikan validitas inferensi. Dengan demikian, pada regresi data panel, uji asumsi klasik yang umumnya dilakukan hanya normalitas, dan uji multikolinieritas.

Tabel 9. Uji Normalitas



Sumber: Output Eviews 13, data dioleh penulis (2025)

Hasil yang diperoleh dari uji normalitas dengan nilai *Jarque-Bera* (J-B) probabilitas sebesar $0,424537 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal.

Tabel 10. Uji Multikolinearitas

| Variance Inflation Factors | | | |
|----------------------------|----------------------|----------------|--------------|
| Date: 08/11/25 Time: 19:50 | | | |
| Sample: 1 120 | | | |
| Included observations: 120 | | | |
| Variable | Coefficient Variance | Uncentered VIF | Centered VIF |
| C | 233.8029 | 469.7934 | NA |
| X1 | 4.132812 | 68.85643 | 1.009779 |
| X2 | 0.218501 | 370.7822 | 1.009779 |

Sumber: Output Eviews 13, data dioleh penulis (2025)

Hasil pada tabel 10 menunjukkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih besar dari 10, untuk X1 yaitu variabel *green accounting* nilai VIF sebesar $1.0097 < 10$ sedangkan untuk X2 yaitu variabel ukuran perusahaan memiliki nilai VIF sebesar $1.0097 < 10$. Sesuai kriteria keputusan maka dapat dikatakan data penelitian ini bebas dari multikolinearitas.

4.4 Analisis Regresi Data Panel

Berdasarkan hasil pengujian model regresi, maka hasilnya adalah *random effect model*, sehingga dalam analisis regresi data panel tabel yang digunakan adalah tabel dari hasil pengujian *random effect model* pada tabel 11 diatas sebagai berikut:

Tabel 11. *Random Effect Model*

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|-----------------------|-------------|--------------------|-------------|--------|
| C | -8.254740 | 0.483224 | -17.08265 | 0.0000 |
| X1 | 0.942448 | 0.034043 | 27.68406 | 0.0000 |
| X2 | 0.331031 | 0.015815 | 20.93174 | 0.0000 |
| Effects Specification | | | | |
| | | | S.D. | Rho |
| Cross-section random | | | 0.121066 | 0.5872 |
| Idiosyncratic random | | | 0.101506 | 0.4128 |
| Weighted Statistics | | | | |
| R-squared | 0.901122 | Mean dependent var | 1.402342 | |
| Adjusted R-squared | 0.899431 | S.D. dependent var | 0.318200 | |
| S.E. of regression | 0.100909 | Sum squared resid | 1.191373 | |
| F-statistic | 533.1354 | Durbin-Watson stat | 0.872261 | |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 | | | |
| Unweighted Statistics | | | | |
| R-squared | 0.950149 | Mean dependent var | 3.994250 | |
| Sum squared resid | 2.739272 | Durbin-Watson stat | 0.379367 | |

Sumber: Output Eviews 13, data diolah penulis (2025)

Berdasarkan tabel 11, maka analisis regresi data panel adalah sebagai berikut:

$$Y = -8.254 + 0.942448X1 + 0.331031X2 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

1. Konstanta (c) = -8.254740, tanda negatif menunjukkan pengaruh yang tidak searah antara variabel independen dan variabel dependen, hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen (*green accounting* dan ukuran perusahaan) bernilai 0, atau tidak mengalami perubahan maka maka Nilai Perusahaan akan bernilai sebesar -8.254.
2. *Green accounting* memiliki koefisien sebesar sebesar 0.942. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif antara *green accounting* terhadap nilai perusahaan, hal ini jika variabel *green accounting* mengalami peningkatan sebesar 1%, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0.942 dengan asumsi variabel lain yaitu variabel ukuran perusahaan (X1) bernilai konstan.
3. Ukuran perusahaan memiliki nilai koefisiensi sebesar 0.331031. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, hal ini jika variabel ukuran perusahaan mengalami peningkatan sebesar 1%, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0.331 dengan asumsi variabel lain yaitu variabel *green accounting* (X1) bernilai konstan.

4.5 Koefisien Korelasi

Tabel 12. Koefisien Korelasi

| | X1 | X2 | Y |
|----|----------|----------|----------|
| X1 | 1.000000 | 0.011619 | 0.617816 |
| X2 | 0.011619 | 1.000000 | 0.761175 |
| Y | 0.617816 | 0.761175 | 1.000000 |

Sumber: Output Eviews 13, data diolah penulis (2025)

Berdasarkan hasil korelasi, hubungan antar variabel berada pada rentang -1 hingga 1. *Green accounting* dan ukuran perusahaan memiliki korelasi positif sangat lemah (0,0116), sehingga hampir tidak saling memengaruhi. Sementara itu, *green accounting* dan nilai perusahaan menunjukkan korelasi positif kuat (0,6178). Ukuran perusahaan dan nilai perusahaan memiliki korelasi lebih kuat lagi (0,7612), sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berhubungan lebih erat dengan nilai perusahaan dibandingkan *green accounting*.

4.6 Koefisien Determinasi

Tabel 13. Koefisien Determinasi X1

| | | | |
|--------------------|----------|--------------------|----------|
| R-squared | 0.689261 | Mean dependent var | 0.437492 |
| Adjusted R-squared | 0.686627 | S.D. dependent var | 0.235582 |
| S.E. of regression | 0.131878 | Sum squared resid | 2.052231 |
| F-statistic | 261.7396 | Durbin-Watson stat | 1.339217 |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 | | |

Sumber: Output Eviews 13, data diolah penulis (2025)

Berdasarkan tabel 13 diketahui nilai *R-Squared* pada variabel *green accounting* (X1) yaitu sebesar 0,6893. Hal ini menunjukkan bahwa *green accounting* memiliki kontribusi pengaruh terhadap nilai perusahaan (Y) secara parsial sebesar 68,93%.

Tabel 14. Koefisien Determinasi X2

| | | | |
|--------------------|----------|--------------------|----------|
| R-squared | 0.183173 | Mean dependent var | 1.188097 |
| Adjusted R-squared | 0.176251 | S.D. dependent var | 0.294868 |
| S.E. of regression | 0.267624 | Sum squared resid | 8.451456 |
| F-statistic | 26.46141 | Durbin-Watson stat | 0.904338 |
| Prob(F-statistic) | 0.000001 | | |

Sumber: Output Eviews 13, data diolah penulis (2025)

Berdasarkan tabel 14 diketahui nilai *R-Squared* pada variabel ukuran perusahaan (X2) yaitu sebesar 0,1832. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki kontribusi pengaruh terhadap nilai perusahaan (Y) secara parsial sebesar 18,32%.

Tabel 15. Koefisien Determinasi Simultan

| Weighted Statistics | | | |
|---------------------|----------|--------------------|----------|
| R-squared | 0.901122 | Mean dependent var | 1.402342 |
| Adjusted R-squared | 0.899431 | S.D. dependent var | 0.318200 |
| S.E. of regression | 0.100909 | Sum squared resid | 1.191373 |
| F-statistic | 533.1354 | Durbin-Watson stat | 0.872261 |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 | | |

Sumber: Output Eviews 13, data diolah penulis (2025)

Berdasarkan tabel 15 diketahui nilai *R-Squared* pada variabel *green accounting* (X1) dan ukuran perusahaan (X2) yaitu sebesar 0,9011 maka dapat disimpulkan bahwa kontribusi pengaruh secara simultan terhadap variabel nilai perusahaan (Y) yaitu sebesar 90,11%.

4.7 Uji Hipotesis

Tabel 16. Hasil Uji t

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|----------|-------------|------------|-------------|--------|
| C | -8.254740 | 0.483224 | -17.08265 | 0.0000 |
| X1 | 0.942448 | 0.034043 | 27.68406 | 0.0000 |
| X2 | 0.331031 | 0.015815 | 20.93174 | 0.0000 |

Sumber: Output Eviews 13, data diolah penulis (2025)

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

- Variabel *green accounting* (X1) memiliki nilai t-statistik sebesar 27.684 > t-tabel sebesar 1,98045 dengan nilai probabilitas atau *signifikansi* sebesar 0.000 dimana lebih kecil dari 0,05 (<0.05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *green accounting* (X1) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y). Hal ini berarti semakin baik penerapan *green accounting* pada perusahaan, maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan.
- Variabel ukuran perusahaan (X2) memiliki nilai t-statistik sebesar 20.932 > t-tabel sebesar 1,98045 dengan probabilitas atau *signifikansi* sebesar 0.000 dimana lebih kecil dari 0,05 (<0.05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan (X2) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y). Hal ini berarti semakin besar ukuran perusahaan pada perusahaan, maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Tabel 17. Hasil Uji F

| Weighted Statistics | | | |
|---------------------|----------|--------------------|----------|
| R-squared | 0.901122 | Mean dependent var | 1.402342 |
| Adjusted R-squared | 0.899431 | S.D. dependent var | 0.318200 |
| S.E. of regression | 0.100909 | Sum squared resid | 1.191373 |
| F-statistic | 533.1354 | Durbin-Watson stat | 0.872261 |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 | | |

Sumber: Output Eviews 13, data diolah penulis (2025)

Berdasarkan tabel 16 dapat diketahui nilai F-Statistik sebesar 533.1354 dengan F-tabel sebesar 2,68 yang menunjukkan F-statistik > F-tabel. Selain itu, nilai probabilitas atau nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari nilai 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini berpengaruh secara simultan untuk variabel *green accounting* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

4.8 Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan uji parsial (t-test) menunjukkan bahwa *green accounting* (X1) memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan (Y) pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2023. Berdasarkan nilai t-hitung sebesar 27.68406 > t-tabel 1,98045 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ditolak sehingga *green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penerapan *green accounting* yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa pengungkapan informasi lingkungan telah menjadi salah satu faktor penting yang dipertimbangkan oleh investor dalam menilai kinerja dan prospek perusahaan (Endiana et al., 2020). Pelaporan *green accounting* tidak hanya mencerminkan tanggung jawab sosial dan lingkungan, tetapi juga memberikan sinyal positif mengenai komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan. Pengaruh positif ini dapat terjadi karena adanya peningkatan kesadaran pasar

terhadap isu lingkungan, baik melalui kebijakan pemerintah, tekanan konsumen, maupun tren global investasi berkelanjutan (*sustainable investment*). Perusahaan yang secara konsisten melaporkan kinerja lingkungannya dengan indikator yang jelas, terukur, dan dapat diaudit secara independen akan memperoleh reputasi yang lebih baik di mata *stakeholder* sehingga dapat mendorong persepsi positif investor yang kemudian tercermin pada kenaikan nilai perusahaan (Irawan et al., 2023).

Menurut teori *stakeholder*, perusahaan memiliki kewajiban untuk memperhatikan kepentingan semua pihak yang berkepentingan, termasuk pemegang saham, karyawan, pelanggan, pemasok, masyarakat, dan lingkungan. Penerapan *green accounting* menjadi wujud nyata dari komitmen tersebut, yang dapat memperkuat hubungan dengan *stakeholder* dan meminimalkan risiko lingkungan yang berpotensi merugikan operasional (Lubis et al., 2023). Dengan pengungkapan yang transparan, relevan, dan mudah dipahami, informasi lingkungan dapat meningkatkan kepercayaan investor, memperkuat citra positif perusahaan, dan memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan nilai perusahaan. Penerapan *green accounting* yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa pengungkapan informasi lingkungan telah menjadi salah satu faktor penting yang dipertimbangkan oleh investor dalam menilai kinerja dan prospek perusahaan. Pelaporan *green accounting* tidak hanya mencerminkan tanggung jawab sosial dan lingkungan, tetapi juga memberikan sinyal positif mengenai komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan (Salsabila & Widiatmoko, 2022).

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fini & Astuti, 2024) serta (Salsabila & Widiatmoko, 2022) yang menemukan bahwa pengungkapan lingkungan melalui *green accounting* dapat memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, khususnya ketika pasar mulai menganggap faktor lingkungan sebagai salah satu indikator utama dalam menilai prospek bisnis.

4.9 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan uji parsial (t-test) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y) pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2023. Berdasarkan nilai thitung sebesar 20.93174 > ttabel 1,98045 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima sehingga Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan yang lebih besar cenderung meningkatkan kepercayaan investor karena dianggap memiliki sumber daya yang lebih memadai, stabilitas keuangan yang kuat, serta kemampuan yang lebih baik untuk bertahan dalam kondisi persaingan yang ketat maupun menghadapi ketidakpastian ekonomi. Perusahaan besar umumnya memiliki akses lebih luas terhadap pendanaan, jaringan bisnis yang lebih luas, serta kapasitas operasional yang memungkinkan mereka untuk mengembangkan produk, memperluas pasar, dan mempertahankan profitabilitas jangka panjang. Faktor-faktor ini memberikan sinyal positif kepada investor bahwa risiko kegagalan relatif lebih rendah dibandingkan perusahaan berukuran kecil.

Berdasarkan teori *stakeholder*, perusahaan yang memiliki ukuran besar cenderung mampu memenuhi ekspektasi berbagai pihak yang berkepentingan, baik internal seperti pemegang saham, karyawan, dan manajemen, maupun eksternal seperti pemasok, pelanggan, pemerintah, dan masyarakat. Kepercayaan yang timbul dari skala operasi dan reputasi perusahaan besar sering kali mendorong peningkatan permintaan saham di pasar modal. Peningkatan permintaan tersebut berdampak pada kenaikan harga saham, yang pada akhirnya tercermin dalam peningkatan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak hanya mencerminkan kapasitas ekonomi, tetapi juga berfungsi sebagai sinyal kekuatan dan keberlanjutan usaha yang diapresiasi oleh pasar.

Dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan yang lebih besar cenderung meningkatkan kepercayaan investor karena dianggap memiliki sumber daya yang lebih memadai, stabilitas

keuangan yang kuat, serta kemampuan yang lebih baik untuk bertahan dalam kondisi persaingan yang ketat maupun menghadapi ketidakpastian ekonomi. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ananda & Lisiantara, 2022) serta (Sari & Priyadi, 2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor fundamental seperti ukuran perusahaan masih menjadi indikator.

4.10 Pengaruh *Green Accounting* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji simultan (*F-test*) menunjukkan bahwa variabel *green accounting* dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2023. Hal ini dibuktikan dengan nilai *F-statistic* sebesar 261,3425 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya, secara simultan kedua variabel independen memiliki kontribusi yang signifikan terhadap variasi nilai perusahaan.

Nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (*R-squared*) sebesar 0,9011 menunjukkan bahwa sebesar 90,11% variasi perubahan nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel *green accounting* dan ukuran perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 0,89% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model, seperti profitabilitas, *leverage*, kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan, maupun faktor eksternal seperti kondisi ekonomi dan kebijakan pemerintah. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penerapan *green accounting* dan ukuran perusahaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2023.

Berdasarkan teori *stakeholder*, perusahaan memiliki tanggung jawab untuk memenuhi kepentingan seluruh pihak yang berkepentingan, baik internal maupun eksternal. Penerapan *green accounting* menunjukkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan lingkungan, sedangkan ukuran perusahaan mencerminkan kapasitas sumber daya dan stabilitas operasional. Kombinasi dari kedua faktor ini dapat membangun kepercayaan dan citra positif di mata *stakeholder*, yang pada gilirannya akan mendukung peningkatan nilai perusahaan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Fini & Astuti, 2024) yang menyatakan bahwa penerapan *green accounting* dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan di sektor manufaktur. Studi oleh (Dewantari et al., 2020) menemukan bahwa faktor lingkungan dan skala perusahaan mampu memengaruhi persepsi investor dan meningkatkan penilaian pasar (Ananda & Lisiantara, 2022) juga mengungkapkan bahwa kombinasi indikator keberlanjutan dan ukuran perusahaan merupakan sinyal positif yang dipertimbangkan oleh pasar modal dalam menentukan nilai perusahaan.

5 SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian *green accounting* secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
2. Hasil pengujian ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
3. Hasil pengujian *green accounting* dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya dapat memperluas penelitian untuk menambahkan lebih banyak variabel guna menghasilkan gambaran yang lebih luas. Seperti menambahkan variabel independen lain yang relevan untuk menjelaskan variasi nilai perusahaan secara lebih akurat, seperti kinerja keuangan, tata kelola perusahaan (*corporate governance*), faktor lingkungan seperti biaya lingkungan dan kinerja lingkungan
2. Peneliti selanjutnya dapat memperluas periode penelitian guna memperoleh hasil penelitian yang lebih representative dan mencerminkan tren jangka panjang.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas sektor penelitian seperti pertambangan, dan energi, karena sektor tersebut cenderung memiliki dampak lebih langsung terhadap lingkungan terutama *green accounting*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, A., & Lisiantara, G. A. (2022). Pengaruh profitabilitas, struktur modal, ukuran perusahaan, likuiditas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2017-2021. *Owner*, 6(4), 3974–3987.
- Basuki. (2016). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Depok: Rajawali Press.
- Dewantari, N.K., Endiana, I.D., Kumalasari, P.D. (2020). Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening Perusahaan Food and Beverages Di Bei. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 74.
- Endiana, I. D. M., Dicriyani, N. L. G. M., Adiyadnya, M. S. P., Putra, I. P. M. J. S. (2020). The Effect of Green Accounting on Corporate Sustainability and Financial Performance. In *Journal of Asian Finance, Economics and Business* (Vol. 7, Issue 12, pp. 731–738). <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no12.731>.
- Fini, S., & Astuti, C. D. (2024). Pengaruh Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 5751–5766. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.9130>.
- Freeman, R.E., & Reed, D.L. (1983). Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance. *California Management Review*, 25, 88-106.
- Harahap, T. (2023). Pengaruh Corporate Governance, Kinerja Lingkungan dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderating. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 4932–4947.
- Hendryadi. (2022). Workshop Statistik Modul Eviews. *Buku Pedoman Statistik*, 1–41.
- Irawan, A., Chyntia Ovami, D., Putra Prima, A., & Putri, A. P. (2023). Pengaruh Corporate Social Responbility Terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Bisnis Net*, 6(1), 6. www.idx.co.id.
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. (2022). *Peningkatan Peringkat PROPER*. <https://proper.menlhk.go.id/proper/berita/detail/366>.
- Lusia, M. G., & Effriyanti, E. (2024). Pengaruh Penerapan Green Accounting, Kinerja Lingkungan dan Struktur Modal Terhadap Kinerja Keuangan. *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(2), 1059–1073. <https://doi.org/10.57235/mantap.v2i2.3545>.
- Ros Juliana Lubis, Tiara Hutapea, Arnol Siagian, & Bonaraja Purba. (2023). Pengaruh Penerapan Green Accounting Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *SANTRI: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(1), 60–78. <https://doi.org/10.61132/santri.v2i1.198>.
- Salsabila, A., & Widiatmoko, J. (2022). Pengaruh Green Accounting terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan Manufaktur Yang

- Terdaftar di BEI Tahun 2018-2021. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1), 410–424. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/2178>.
- Sari, R. A. I., & Priyadi, P. M. (2016). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Size, dan Growth Opportunity terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(10), 1–17.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2nd ed.). Bandung: CV Alfabeta.