



Pengaruh Green Accounting dan Environmental Accounting Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Strategi Bisnis

Hellen Christie, Maryati Rahayu, Lely Indriati, Merry Wanielisa

¹²³⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Persada Indonesia Y.A.I Jakarta

cristieehellen@gmail.com, maryati.rahayu@upi-yai.ac.id, lely.indriaty@upi-yai.ac.id,
mery.wanielisa@upi-ac.id

Abstract

*Through business strategy, this study seeks to ascertain how environmental accounting and green accounting affect a company's worth. Quantitative research methodologies are used in this study. The ten businesses that generate the greatest garbage make up the research sample, whereas the research population consists of 19 businesses. According to the findings, the company value variable was partially impacted by the green accounting variable, partially impacted by the environmental accounting variable, and partially impacted by the business strategy variable. The *t* test in model I revealed that both the environmental accounting variable and the green accounting variable had an impact on the business strategy variable. Meanwhile, in model II of the *t* test, it was found that there was an influence of the green accounting variable on the company value variable, there was an influence of the environmental accounting variable on the company value variable, and there was an influence of the business strategy variable on the company value variable. Based on the fixed effect model output table above, it can be seen that the Adjusted R-square value is 0.923231, meaning that together the green accounting, environmental accounting and business strategy variables have an influence on the company value by 92.3231% while the remaining 7.6769% is influenced by other variables not examined in this research. In addition, it was found that business strategy mediates green accounting and environmental accounting variables on company value. It is recommended that the results of this research make investors and potential investors more careful and careful when considering making an investment in a company.*

Keyword: Green Accounting, Environmental Accounting, Company Values, Business Strategy

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh green accounting dan environment accounting terhadap nilai Perusahaan melalui strategi bisnis. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi penelitian berjumlah 19 perusahaan sedangkan sampel penelitian ini adalah 10 perusahaan penghasil sampah terbanyak. Hasilnya ditemukan variabel green accounting berpengaruh secara parsial terhadap variabel nilai Perusahaan, Variabel environmental accounting berpengaruh secara parsial terhadap variabel nilai Perusahaan, dan variabel strategi bisnis berpengaruh secara parsial terhadap variabel nilai Perusahaan. Pada model I uji *t* ditemukan terdapat pengaruh variabel green accounting pada variabel strategi

bisnis dan terdapat pengaruh variabel environment accounting pada variabel strategi bisnis. Adapun pada model II uji t ditemukan terdapat pengaruh variabel green accounting pada variabel nilai perusahaan, terdapat pengaruh variabel environment accounting pada variabel nilai Perusahaan, dan terdapat pengaruh variabel strategi bisnis terhadap variabel nilai Perusahaan. Berdasarkan tabel output model fixed effect di atas dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R-square sebesar 0.923231 artinya secara bersama-sama variabel green accounting, environmental accounting, dan strategi bisnis berpengaruh pada nilai Perusahaan sebesar 92,3231% sedangkan sisanya 7,6769% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selain itu ditemukan bahwa strategi bisnis memediasi variabel green accounting dan environment accounting terhadap nilai Perusahaan. Disarankan hasil penelitian ini bagi investor maupun calon investor lebih teliti dan hati-hati dalam pertimbangan untuk melakukan suatu investasi disuatu perusahaan.

Kata Kunci: Green Accounting, Environment Accounting, Nilai Perusahaan, Strategi Bisnis

PENDAHULUAN

Setidaknya ada sepuluh perusahaan di Indonesia yang diketahui menghasilkan sampah terbanyak, menurut Tempo. Menurut (Sari, 2021) di Tempo, The Coca-Cola Company merupakan satu dari sepuluh perusahaan yang menghasilkan 19.826 sampah plastik. Dengan 8.231 sampah plastik, PepsiCo menjadi penyumbang sampah plastik terbesar kedua. Perusahaan multinasional Unilever, yang menghasilkan 6.079 sampah plastik dari berbagai barang, berada di urutan berikutnya.

Menurut audit merek, 79,7% sampah Indonesia tergolong sampah plastik sekali pakai, sementara 9,2% merupakan sampah plastik daur ulang, yang mendukung klaim sebelumnya tentang pencemaran plastik di negara ini. Dengan 504 sampah, Indofood Company merupakan penghasil pencemaran sampah plastik sekali pakai terbesar, menurut audit merek. Produk Unilever Company berada di posisi kedua dengan 216 sampah, sementara Mayora Company menghasilkan 164 sampah. Nestle (4.149 sampah di 30 negara), Procter & Gamble (1.939 sampah di 30 negara), Mondelez International (2.065 sampah di 28 negara), dan Philip Morris International (1.505 sampah di 26 negara) termasuk di antara korporasi yang berada di posisi berikutnya.

Suatu perusahaan dinyatakan sehat dan baik jika dapat mengelola potensi finansial dan nonfinansial secara efektif untuk mengoptimalkan nilai perusahaan dan mempertahankan posisi pasarnya dari waktu ke waktu. Penelitian sebelumnya mendukung klaim ini, yang menyatakan bahwa setiap bisnis memiliki tujuan yang harus dipenuhi. Tujuan jangka pendek adalah untuk memaksimalkan laba, sedangkan tujuan jangka panjang adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan (Dewi & Narayana, 2020). Penelitian ini berfokus pada tujuan jangka panjang perusahaan, khususnya nilainya sendiri. Nilai jual korporasi dalam operasi bisnis yang sedang berlangsung dapat dianggap sebagai nilai perusahaan (Natsir & Yusbardini, 2020). Kinerja yang efektif juga diperlukan agar bisnis menerima nilai yang baik.

ntuk meningkatkan nilai perusahaan, setiap bisnis harus mempertimbangkan pendapatan yang dihasilkan untuk negara dan menghitung kerugian ekonomi yang diakibatkan oleh proses produksi. Perhitungan ini juga disebut sebagai "akuntansi hijau." Ketika sebuah bisnis mengadopsi akuntansi hijau, bisnis tersebut dapat menilai dan menentukan dampak

lingkungan dari proyek tersebut serta biaya yang diperlukan untuk memperbaiki kerugian yang telah terjadi. Tidak dapat dipungkiri bahwa bisnis yang tidak menggunakan akuntansi hijau telah melakukan kesalahan di masa mendatang karena mengabaikan lingkungan dan masyarakat (Rounaghi, 2019).

Selain menggunakan akuntansi hijau, akuntansi lingkungan adalah aplikasi ilmiah yang diharapkan dapat menjadi model bagi semua bisnis yang ingin meningkatkan nilainya. Untuk membuat penilaian tentang informasi lingkungan dan masyarakat sekitar, teknik akuntansi lingkungan menyediakan laporan untuk kepentingan internal perusahaan yang mencakup manajemen lingkungan.

Strategi bisnis juga merupakan salah satu faktor yang diperkirakan mempengaruhi tinggi rendahnya nilai yang dihasilkan oleh suatu perusahaan, menurut penelitian Gantino et al. (2022). Di sisi lain, strategi korporasi tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan, menurut penelitian Muchammad (2018). Strategi bisnis, menurut Wheelen et al. (2018), adalah taktik yang membantu perusahaan bersaing dan bekerja dengan mitra bisnis lain untuk memperkuat posisi kompetitif suatu produk atau layanan yang dihasilkan perusahaan. Menurut penelitian Baihaqi, strategi bisnis justru berdampak negatif terhadap nilai perusahaan, meskipun memiliki niat baik untuk meningkatkan nilai perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Signalling Theory

Menurut Komara dkk. (2019), teori sinyal menggambarkan tindakan yang diambil oleh anggota staf dalam peran manajerial untuk mengumpulkan data kualitatif sebagai perbandingan dengan bisnis lain guna meningkatkan mutu organisasi. Menurut Kirmani dan Rao (2000), penerima sinyal dapat menggunakan informasi positif dan negatif yang ditemukan dalam teori sinyal. Teori sinyal dijelaskan secara rinci sebagai proses yang digunakan bisnis untuk menggunakan laporan keuangan mereka guna berkomunikasi dengan berbagai pihak terkait.

Legimacy Theory

Menurut teori legitimasi, bisnis memiliki kontrak sosial (Fatoni et al., 2016). Karena suatu organisasi hanya dapat bertahan hidup jika masyarakat sekitar percaya bahwa organisasi tersebut beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai yang dianut masyarakat, bisnis berupaya menyesuaikan keadaan mereka dengan hukum yang berlaku agar dapat diterima di lingkungan eksternal (Salsabilla, 2022). Legitimasi organisasi dapat dianggap sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada bisnis dan sesuatu yang diinginkan atau dicari oleh bisnis dari masyarakat.

Green Accounting

Akuntansi hijau didefinisikan sebagai proses pengumpulan, evaluasi, dan pembuatan laporan keuangan dan lingkungan dengan tujuan yang jelas untuk menurunkan biaya dan dampak kerusakan lingkungan (Chairia et al., 2022). Penelitian terdahulu, yakni (Bell & Lehman, 1999) menjelaskan bahwa green accounting merupakan salah satu konsep dalam ilmu

akuntansi yang mendukung dalam mengenali, mengukur, dan mengungkapkan kontribusi yang diberikan oleh perusahaan terhadap lingkungan sekitar dalam proses usaha.

Environment Accounting

Akuntansi lingkungan, atau hanya akuntansi lingkungan, adalah kewajiban sosial yang dimiliki suatu bisnis terhadap lingkungan sebagai akibat dari operasinya (Islam, 2018). Salah satu cara untuk mengurangi masalah lingkungan di masa mendatang adalah melalui akuntansi lingkungan. Dengan mengevaluasi tindakan lingkungan, bisnis besar kini telah menggunakan akuntansi lingkungan untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan lingkungan.

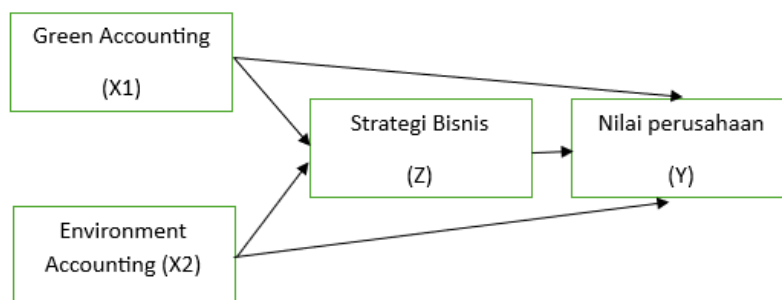
Strategi Bisnis

Strategi bisnis, menurut Wardhana (2024), adalah rencana luas yang dapat digunakan untuk memandu perusahaan dalam mencapai tujuannya. Pengembangan keunggulan kompetitif, identifikasi target pasar, dan pemilihan sumber daya merupakan komponen strategi bisnis.

Nilai Perusahaan

Menurut penelitian terdahulu, persepsi investor terhadap keberhasilan suatu perusahaan yang dikaitkan dengan harga sahamnya disebut dengan nilai perusahaan (Mardji, 2022). Nilai perusahaan akan meningkat seiring dengan harga saham di bursa saham. Hal ini semakin menunjukkan bahwa pemegang saham semakin sejahtera. Harga saham akan menunjukkan nilai perusahaan. Nilai pasar utang perusahaan ditambah ekuitasnya sama dengan nilai perusahaan. Dengan demikian, nilai perusahaan dapat direpresentasikan dengan menambahkan jumlah ekuitas perusahaan terhadap utang perusahaan, Kusumajaya (2011).

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini ditunjukkan sebagai berikut.



Gambar1. Kerangka pemikiran

Sumber : Hasil Olahan Penulis (2025)

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut.

- H1 : Green accounting memberikan pengaruh terhadap strategi bisnis
- H2 : Environment accounting memberikan pengaruh terhadap strategi bisnis
- H3 : Green accounting dan environment accounting bersama-sama memberikan pengaruh terhadap strategi bisnis
- H4 : Green accounting memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan
- H5 : Environment accounting memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan

H6 : Strategi bisnis memberikan pengaruh antara green accounting dan environment accounting terhadap nilai perusahaan

H7 : Strategi bisnis memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah Perusahaan penghasil sampah plastik terbanyak menurut :

- 1) Website databoks Perusahaan FMCG Indonesia dengan sampah Plastik Terbanyak yaitu Indofood, Unilever, Mayora, Aqua, Wings
- 2) Website berita liputan 6 dengan Daftar 10 Perusahaan Penghasil Sampah Plastik Terbanyak di Bali 2022 Versi Audit Sungai Watch adalah Danone, Orang Tua, Wings, Unilever, Mayora, Indofood, Budi Djaya, Garudafood, Santos Jaya Abadi, dan Ultrajaya
- 3) Website berita Tempo dengan 10 Perusahaan Penghasil Sampah Plastik Terbesar di Dunia yaitu The Coca Cola Company, PepsiCo, Unilever, Nestle, Procter & Gamble, Mondelez International, Philip Morris International, Danone, Mars Inc, Colgate-Palmolive Company.

Strategi pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah strategi pengambilan sampel non-probabilitas dengan strategi pengambilan sampel yang bertujuan, yang memperhitungkan faktor-faktor tertentu berdasarkan tujuan penelitian. Kriteria pengambilan sampel berikut diterapkan dalam penyelidikan ini. Strategi pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah strategi pengambilan sampel non-probabilitas dengan strategi pengambilan sampel yang bertujuan, yang memperhitungkan faktor-faktor tertentu berdasarkan tujuan penelitian. Kriteria pengambilan sampel berikut diterapkan dalam penyelidikan ini. Perusahaan penghasil sampah terbanyak dengan periode menurut berita databoks, liputan 6, dan tempo selama 2019 hingga 2023

- 1) Perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan dan tahunan per 31 Desember
- 2) Perusahaan yang memiliki kelengkapan penelitian

Rancangan analisis dalam penelitian ini dilakukan sesuai dengan pengolahan data dan menyusunnya untuk keperluan penelitian dengan bantuan Eviews versi 12 yang meliputi analisis statistik deskriptif, analisis regresi data panel, pemilihan model estimasi, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji hipotesis jalur.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Data sekunder, atau informasi yang dikumpulkan oleh penulis secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan didokumentasikan oleh pihak ketiga), digunakan dalam penelitian ini. Laporan keuangan tahunan dan Buku Fakta IDX dari 84 Perpustakaan Elektronik Pasar Modal Indonesia (ICAMEL) Bursa Efek Indonesia menjadi sumber data penelitian (BEI).

Analisis Statistik Deskriptif

Tujuan dari analisis ini adalah untuk memberikan ringkasan atau deskripsi data. Data tersebut diperoleh dari analisis deskriptif, yang menampilkan nilai rata-rata, simpangan baku, nilai maksimum, dan nilai minimum dari setiap variabel yang diteliti, termasuk akuntansi lingkungan, strategi bisnis, variabel akuntansi hijau, dan nilai perusahaan.

Tabel 1. Statistik deskriptif

	GA	EA	SB	NP
Mean	0,72	0,30	0,73	0,47
Maksimum	2,19	1,12	0,98	0,89
Minimum	0,01	0,01	0,31	0,07
Standar deviasi	0,79	0,45	0,20	0,26

Sumber : Eviews 12.,2024

Mean adalah rata-rata data yang diperoleh dengan menjumlah seluruh data dan membaginya dengan cacah data (Winarno, 2015). Nilai mean terbesar dialami oleh variabel Strategi Bisnis (SB) yaitu sebesar 0,73. Sementara, nilai mean terkecil dialami oleh variabel Environmental Accounting (EA) yaitu sebesar 0,30.

Maximum adalah nilai paling besar dari data (Winarno, 2015). Nilai maximum terbesar dialami oleh variabel Green Accounting (GA) yaitu sebesar 2,19238. Sementara, nilai maximum terkecil dialami oleh variabel Nilai Perusahaan (NP) yaitu sebesar 0,891.

Minimum adalah nilai paling kecil dari data (Winarno, 2015). Nilai minimum terbesar dialami oleh variabel Strategi Bisnis (SB) yaitu sebesar 0,314. Sementara, nilai minimum terkecil dialami oleh variabel Green Accounting (GA) yaitu sebesar 0,00012.

Analisis Regresi Data Panel

Data panel, yang menggabungkan data *cross-sectional* dan *time series*, merupakan salah satu model data untuk menentukan pendekatan yang paling efektif dengan menerapkan persamaan untuk *Random Effect Model* (REM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Common Effect Model* (CEM). *Fixed Effect Model* (FEM) merupakan model data panel yang digunakan untuk persamaan 1 dan 2 setelah pengujian menggunakan uji pengali Chow, Hausman, dan Lagrange.

Uji Asumsi Klasik

Pada uji normalitas ditemukan untuk model I nilai probability Jarque-Bera berada pada titik 0,743704 sedangkan model II nilai probability Jarque-Bera berada pada titik 0,095411 yang dimana telah melebihi nilai signifikansi sebesar 0,05 atau 5% yang artinya data berdistribusi normal.

Uji multikolinieritas ditemukan pada model I dan model II didapatkan nilai Centered VIF berturut-turut kurang dari 0,8 sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas dalam model prediksi.

Uji Heteroskedastisitas menunjukkan tidak ada masalah heteroskedastisitas dikarenakan hasil Probabilitas setiap variabel independen lebih besar dari 0,05 dengan probabilitas Green Accounting sebesar 0,1221, probabilitas Environmental Accounting sebesar 0,3241.

Selanjutnya, untuk uji autokorelasi ditemukan pada model I nilai durbin Watson 1,62833 (dU) < 1,981222 (DW) < 3,37167 (5-dU) dan pada model II nilai durbin Watson 1,62833 (dU) <

2,212322 (DW) < 3,37167 (5-dU) maka dengan demikian disimpulkan bahwa autokorelasi yang terbentuk pada penelitian ini yaitu tidak ada autokorelasi.

Uji Hipotesis

Pada uji analisis koefisien korelasi didapat koefisien determinasi R^2 (R-square) antara Green Accounting (GA), Environmental Accounting (EA), dan Strategi Bisnis (SB) terhadap Nilai Perusahaan (NP) adalah sebesar 0,928082 maka nilai R adalah $\sqrt{0,928082} = 0,96337$ angka tersebut menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara variabel independent terhadap variabel dependen.

Uji t pada model I menunjukkan data sebagai berikut.

Tabel 2. Uji hipotesis model I

Dependent Variable: SB Method: Panel Least Squares Date: 01/28/25 Time: 18:35 Sample: 2019 2023 Periods included: 5 Cross-sections included: 10 Total panel (balanced) observations: 50				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.062113	0.384894	-0.183264	0.0338
GA	-0.083915	0.821590	2.132361	0.0349
EA	0.291827	2.167185	1.715549	0.0146

Data diolah dengan Eviews 12 (2024)

Tabel 2 menunjukkan persamaan model I yaitu

$$SB = -0,062113 - 0,083915 GA + 0,291827 EA + e.$$

Selain itu didapatkan t_{hitung} green accounting sebesar 2,135308 dengan probabilitas sebesar 0,0349 variabel environmental accounting memiliki t_{hitung} sebesar 1,715549 dengan probabilitas sebesar 0,0146. Adapun t_{tabel} menunjukkan angka 1,66128. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel *green accounting* pada variabel strategi bisnis dan terdapat pengaruh variabel environment accounting pada variabel strategi bisnis

Uji t pada model II menunjukkan data sebagai berikut.

Tabel 3. Uji hipotesis model I

Dependent Variable: NP Method: Panel Least Squares Date: 12/24/24 Time: 23:33 Sample: 2019 2023 Periods included: 5 Cross-sections included: 10 Total panel (balanced) observations: 50				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.079013	0.948947	-0.083264	0.0338
GA	-0.063915	0.081590	2.783370	0.0349
EA	0.049779	0.189894	2.262140	0.0236
SB	0.593465	1.036052	2.572814	0.0378

Data diolah dengan Eviews 12 (2024)

Tabel 3 menunjukkan persamaan model II yaitu:

$$NP = -0,0799013 - 0,063915 GA + 0,049779 EA + 0,593465 SB + e.$$

Selain itu, didapatkan bahwa t_{hitung} *green accounting* sebesar 2,783370 dengan probabilitas sebesar 0,0349 variabel environmental accounting memiliki t_{hitung} sebesar 2,262140 dengan

probabilitas sebesar 0,0236 dan variabel strategi bisnis memiliki t_{hitung} sebesar 2,572814 dengan probabilitas sebesar 0,0378. Adapun t_{tabel} menunjukkan angka 1,66127..

Pada Uji F model I ditunjukkan oleh tabel 4.

Tabel 4. Uji F model I

R-squared	0.625501	Mean dependent var	0.187031
Adjusted R-squared	0.818184	S.D. dependent var	5.721549
S.E. of regression	0.121215	Akaike info criterion	5.022132
Sum squared resid	6.512859	Schwarz criterion	7.021816
Log likelihood	-1.420875	Hannan-Quinn criter.	0.001219
F-statistic	12.781216	Durbin-Watson stat	1.981222
Prob(F-statistic)	0.000006		

Data diolah dengan Eviews 12 (2024)

Berdasarkan hasil uji statistik F_{tabel} , output regresi menunjukkan nilai signifikansi $0.000006 < 0.05$ (5%), sedangkan nilai F_{table} pada $\alpha = 0,05$ (5%) dan $df1=(i-1)=(10-1)=9$ dan $df2=(n-(k+i))=50-(3+10)= 37$ adalah 2.12. Jadi $F_{hitung}= 12,781216 > 2.12$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel *green accounting* dan *environmental accounting* berpengaruh pada strategi bisnis.

Untuk uji F model II ditunjukkan oleh tabel 5 sebagai berikut.

Tabel 5. Uji F model II

R-squared	0.937527	Mean dependent var	0.478031
Adjusted R-squared	0.928082	S.D. dependent var	0.231649
S.E. of regression	0.203524	Akaike info criterion	0.151498
Sum squared resid	5.302009	Schwarz criterion	0.544987
Log likelihood	49.49857	Hannan-Quinn criter.	0.131230
F-statistic	6.346048	Durbin-Watson stat	2.212322
Prob(F-statistic)	0.000264		

Data diolah dengan Eviews 12 (2024)

Berdasarkan hasil uji statistik F_{tabel} , output regresi menunjukkan nilai signifikansi $0.000264 < 0.05$ (5%), sedangkan nilai F_{table} pada $\alpha = 0,05$ (5%) dan $df1=(i-1)=(10-1)=9$ dan $df2=(n-(k+i))=50-(2+10)= 36$ adalah 2.13. Jadi $F_{hitung}= 6,34 > 2.13$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel *green accounting*, *environmental accounting*, dan strategi bisnis berpengaruh pada nilai perusahaan.

Pada uji hipotesis jalur ditemukan *green accounting* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dengan koefisien regresi sebesar -0,063915 sedangkan pengaruh tidak langsung *green accounting* terhadap nilai perusahaan melalui strategi bisnis dapat dihitung dengan mengalikan koefisien *green accounting* terhadap strategi bisnis dengan koefisien strategi bisnis terhadap nilai perusahaan menjadi $-0,083915 \times 0,593465 = 0,04980062$. Dan total pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan sebesar $-0,063915 + 0,04980062 = -0,014114$. Oleh karena hubungan koefisien langsung lebih kecil dari koefisien tidak langsung, maka dapat dikatakan bahwa strategi bisnis memediasi pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan.

Selain itu, pada uji hipotesis jalur juga ditemukan *environment accounting* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dengan koefisien regresi sebesar 0,049779 sedangkan pengaruh tidak langsung *environment accounting* terhadap nilai perusahaan melalui strategi bisnis dapat dihitung dengan mengalikan koefisien *environment accounting* terhadap strategi bisnis dengan koefisien strategi bisnis terhadap nilai perusahaan menjadi $0,291827 \times 0,593465 = 0,352220$. Dan total pengaruh *environment accounting* terhadap nilai

perusahaan sebesar $0,049779 + 0,35220 = 0,35220$. Oleh karena hubungan koefisien langsung lebih kecil dari koefisien tidak langsung, maka dapat dikatakan bahwa strategi bisnis memediasi pengaruh environment accounting terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan

Dengan probabilitas $0,0349 < 0,05$ dan $t_{hitung} 2,783370$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$), variabel akuntansi hijau signifikan secara statistik. Hal ini menunjukkan bahwa variabel nilai perusahaan agak dipengaruhi oleh variabel akuntansi hijau. Penelitian ini mendukung penelitian yang menunjukkan akuntansi hijau memengaruhi nilai perusahaan (Sukmadilaga, 2022). Penelitian dari (Werastuti et al, 2023) mendukung temuan ini. Penelitian lain mengklaim bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh akuntansi hijau (Gantino et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan menurun seiring dengan meningkatnya adopsi akuntansi hijau..

Dengan probabilitas $0,0236 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $2,262140$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$), variabel akuntansi lingkungan signifikan secara statistik. Hal ini menunjukkan bahwa variabel nilai perusahaan agak dipengaruhi oleh variabel akuntansi lingkungan. Menurut penelitian Owolabi dan Adegbe (2021), akuntansi lingkungan dapat menaikkan nilai perusahaan. Penelitian ini mendukung temuan mereka. Dalam penelitiannya, (Effendi, 2021) juga menemukan bahwa akuntansi lingkungan mempengaruhi nilai bisnis. Dampak akuntansi lingkungan terhadap nilai bisnis juga ditunjukkan oleh (Damas & Tarisa, 2022)..

Variabel strategi bisnis memiliki t_{hitung} sebesar $2,572814$ (menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan probabilitas $0,0378 < 0,05$. Hal ini menggambarkan bahwa variabel strategi bisnis memiliki pengaruh parsial terhadap variabel Nilai Perusahaan.

Menurut penelitian (Hariyanto et al., 2019), strategi bisnis mempengaruhi nilai perusahaan. Nilai perusahaan diharapkan meningkat sebagai akibat dari peningkatan kinerja yang dihasilkan oleh rencana bisnis yang tepat. Karena mengelola strategi bisnis memerlukan waktu, maka itu adalah rencana jangka panjang. Berdasarkan pertimbangan sumber daya dan evaluasi lingkungan internal dan eksternal tempat bisnis bersaing, strategi bisnis mencakup penciptaan implementasi tujuan dan inisiatif utama yang diambil oleh manajemen perusahaan atas nama pemilik (Basuki, 2020). Jika manajemen menggunakan strategi bisnis untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, P. P., & Edward Narayana, I. P. (2020). Implementasi Green Accounting, Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(12), 3252.
- Rounaghi, M. M. (2019). Economic analysis of using green accounting and environmental accounting to identify environmental costs and sustainability indicators. *International Journal of Ethics and Systems*, 35(4), 504-512.
- 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.

- Muhammad, N. (2018). Dampak implementasi ERP terhadap kapabilitas organisasi dan kinerja perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu*, 11(2), 238-253.
- Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2018). *Strategic management and business policy: Globalization, innovation and sustainability*. Harlow, Essex Pearson Education Limited.
- Komara, U., Sobarna, C., Gunardi, G., & Sya, A. (2019). A linguistic study of toponymy and environmental identity in Sundanese Ethnic. *International Journal of Innovation*, 8, 398-412.
- Kirmani, A., dan Rao, A.R., 2000. No Pain, No Gain: A critical review of the literature on signaling unobservable product quality. *Journal of Marketing*. 66-79
- Fatoni, F., Andini, R. And Raharjo, K., 2016. Pengaruh Kepemilikan Publik, Return On Equity, Current Ratio, Umur Perusahaan Dan Company Size Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Real Estate And Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011–2014. *Journal Of Accounting*, 2(2).
- 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 Management*, 7(1), 410-424.
- Chairia, C., Yanti, A., & Cahyati, S. (2024). The effect of green economy increasing green entrepreneurship interest in Indonesia. *International Journal of Applied Finance and Business Studies*, 12(2), 116-125.
- Bell, F., & Lehman, G. (1999). Recent trends in environment accounting: how green are your accounts? *Accounting Forum*, 23(2), 175–192. <https://doi.org/10.1111/1467-6303.00010>
- Islam, M. S., Hasan, M. M., Wang, X., Germack, H. D., & Noor-E-Alam, M. (2018, May). A systematic review on healthcare analytics: application and theoretical perspective of data mining. In *Healthcare* (Vol. 6, No. 2, p. 54). MDPI.
- Wardhana, M. A., & Pudjiati, P. (2024). Indonesian Qualification Frameworks: Developing Research Perspectives. *Media Bina Ilmiah*, 18(11), 2943-2956.
- Mardji, T. M. (2022). Determinan nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 11(2), 122-137.
- Kusumajaya, D. K. O. (2011). Pengaruh struktur modal dan pertumbuhan perusahaan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di bursa efek Indonesia. Universitas Udayana, Denpasar: Tesis yang Tidak Dipublikasikan.
- Sukmadilaga, C., Winarningsih, S., Handayani, T., Herianti, E., & Ghani, E. K. (2022). Fraudulent financial reporting in ministerial and governmental institutions in Indonesia: An analysis using hexagon theory. *Economies*, 10(4), 86.
- Odunayo, JIMOH & Adegbie, Folajimi & Theophilus, Aguguom. (2023). Environmental Accounting Practice and Firm Value of Quoted Oil and Gas Companies in Nigeria. *International Journal of Medical Science and Health Research*. 07. 149-165. 10.51505/IJEBMR.2023.7811.

Luh Putu Puji Trisnawatim Lenny Christina Nawangsari, Sigmin Johannes Lo, Veithzal Rifai Zainal, dan Erna Sofriana Irmaningsih International Journal of Social Science and Human Research Vol. 5, No. 11. 2022

Lusiana, M., Haat, M. H. C., Saputra, J., Yuzliza, M. Y., Muhammad, Z., & Bon, A. T. (2021, March). A review of green accounting, corporate social responsibility disclosure, financial performance and firm value literature. In Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management (pp. 5622-5640).

Natsir, K., & Yusbardini, Y. (2020, June). The effect of capital structure and firm size on firm value through profitability as intervening variable. In 8th International Conference of Entrepreneurship and Business Management Untar (ICEBM 2019) (pp. 218-224). Atlantis Press.