



PENGARUH *GREEN INNOVATION* DAN *GREEN ACCOUNTING* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *BUSINESS STRATEGY* SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Ainun Gita Maharani¹, Syamsul Huda²

^{1,2}Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstract

Received: 22 Juli 2026
Revised: 29 Juli 2026
Accepted: 5 Agustus 2026

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji dampak dari *green innovation* dan *green accounting* pada nilai perusahaan dengan peran *business strategy* sebagai variabel moderasi. Peneliti memfokuskan penelitian pada Perusahaan di Sektor Energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023 dengan jumlah sekitar 64 perusahaan. *Purposive sampling* dipergunakan dalam penelitian ini dalam menentukan sampel yang penelitian dan terpilih sebanyak 18 sampel perusahaan. Peneliti menggunakan teknik analisis data deskriptif dan verifikatif dalam penelitian ini. Pengujian hipotesis dilakukan dengan memanfaatkan *moderated regression analysis* dengan menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS 24. Temuan dari penelitian ini membuktikan bahwa *green innovation* dan *green accounting* tidak berdampak pada nilai perusahaan, *business strategy* dapat memoderasi dampak dari *green innovation* dan *green accounting* pada nilai perusahaan.

Keywords: *Green Innovation, Green Accounting, Nilai Perusahaan, Business Strategy*

(*) Corresponding Author:

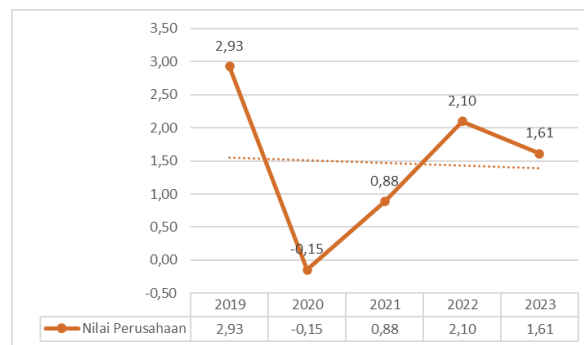
How to Cite: Maharani, A., & Huda, S. (2026). PENGARUH *GREEN INNOVATION* DAN *GREEN ACCOUNTING* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *BUSINESS STRATEGY* SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 12(8.A), 12-30. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/14777>.

PENDAHULUAN

Energi menjadi fundamental yang mendorong aktivitas ekonomi dan industri, namun dominasi penggunaan bahan bakar fosil dalam jangka panjang menimbulkan berbagai dampak terhadap lingkungan. Dampak yang sudah dirasakan saat ini adalah meningkatnya suhu bumi karena pemanasan global dan perubahan iklim yang dipicu oleh emisi gas rumah kaca yang terus mengalami peningkatan. Dikutip dari Kompas.id (2025), dalam satu dekade terakhir suhu rata-rata global tercatat meningkat lebih dari 1,55°C di atas masa praindustri. Hal ini terjadi karena emisi gas rumah kaca meningkat yang mana tahun 2022 tercatat bahwa sumbangan emisi gas rumah kaca global angkanya menyentuh 53,79 Gt CO₂e.

Data dari Komisi Eropa menunjukkan bahwa di tahun 2022 Indonesia menyumbang sekitar 1,24 Gt CO₂e atau memberikan sumbangan sekitar 2,3% dari sumbangan emisi gas rumah kaca dunia dan hal ini menjadikan Indonesia masuk ke dalam 10 negara kontributor emisi gas rumah kaca tertinggi di dunia. Dari total emisi gas rumah kaca domestik, sektor energi menyumbang sekitar 59%. Tingginya kontribusi ini tidak lepas dari dominasi batu bara dalam bauran energi nasional yang di tahun 2023 masih mencapai 40,46% sementara porsi energi baru dan terbarukan masih di sekitar angka 13,09% dan belum memenuhi target yang sekitar 17,87%.

Memburuknya keadaan lingkungan saat ini, mendorong regulator untuk turut mengambil andil. Sejumlah kebijakan mulai diterapkan untuk memulai masa transisi menuju energi baru dan terbarukan, terutama untuk perusahaan di sektor energi. Masa transisi tersebut diikuti dengan fluktuasi nilai perusahaan di sektor energi. Rasio *Price to Book Value* (PBV) dapat dipergunakan menjadi ukuran dari nilai perusahaan yang mana rasio ini menjadi informasi penting bagi investor dalam menilai prospek, risiko, dan keberlanjutan usaha. Rata-rata dari nilai perusahaan di sektor energi sepanjang periode 2019-2023 dapat disimak pada gambar 1.

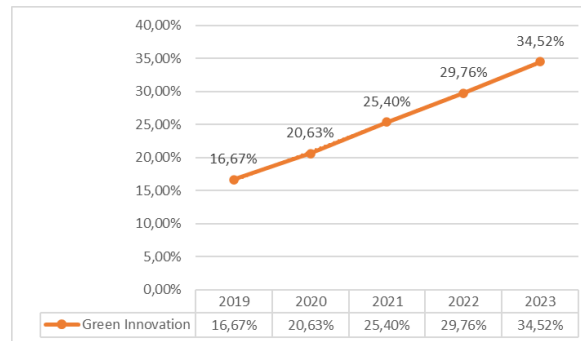


Gambar 1. Rata-rata Nilai Perusahaan Sektor Energi Periode 2019-2023

Sumber: Bursa Efek Indonesia (sumber diolah).

Sepanjang tahun 2019-2023, terlihat pada gambar 1 bahwa rata-rata dari nilai perusahaan di sektor energi terus mengalami fluktuasi dengan tren cenderung menurun. Nilai PBV di tahun 2019 berada di angka 2,93 dan kemudian turun drastis di tahun 2020 ke angka -0,15. Tahun 2021 mulai kembali meningkat hingga angka 2,10 di tahun 2022 sebelum kembali menurun ke angka 1,61 di tahun 2023. Penurunan ini mencerminkan ketidakpastian pasar yang diduga terjadi karena berbagai faktor, mulai dari melemahnya harga batu bara yang menyebabkan penurunan harga saham di sektor energi, perubahan permintaan batu bara secara global dan praktik bisnis yang dituntut untuk menerapkan prinsip keberlanjutan. Salah satu upaya yang dilakukan regulator dalam menerapkan prinsip keberlanjutan adalah dengan mulai mengadopsi *green innovation*.

Green innovation menjadi salah satu opsi inovasi yang di dalamnya turut melibatkan aspek lingkungan. *Green innovation* menjadi strategi untuk meningkatkan kinerja perusahaan melalui efisiensi sumber daya, pengembangan teknologi ramah lingkungan, dan memperluas pemanfaatan energi baru dan terbarukan. Perusahaan di sektor energi terlihat mulai mengadopsi praktik-praktik *green innovation*. Hal tersebut dapat dilihat dari rata-rata pengungkapan *green innovation* periode 2019-2023 akan digambarkan pada gambar 2.



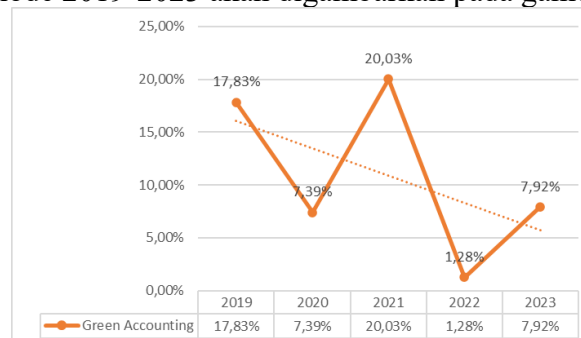
Gambar 2. Rata-rata Pengungkapan Green Innovation Sektor Energi Periode 2019-2023

Sumber: Bursa Efek Indonesia (sumber diolah).

Sepanjang periode 2019 hingga 2023 terlihat bahwa penerapan *green innovation* terus mengalami peningkatan. Peningkatan ini menandakan bahwa perusahaan di sektor ini memberikan respon positif terhadap imbauan pemerintah dalam rangka memulai masa transisi menuju energi baru dan terbarukan. Tren yang meningkat ini masih belum mampu untuk meraih target dalam meningkatkan proporsi bauran energi baru dan terbarukan karena berdasarkan data dari Dewan Energi Nasional (DEN), di tahun 2023 bauran batu bara masih mendominasi sebesar 40,46% dan bauran energi baru dan terbarukan masih di angka 13,09%. Angka tersebut masih berada di bawah 17,87% yang mana angka ini merupakan target persentase bauran energi baru dan terbarukan yang telah ditentukan.

Penerapan *green innovation* memberikan peluang bagi perusahaan untuk menciptakan pangsa pasar baru yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan jika perusahaan berhasil menggunakan peluang tersebut. Seperti pada hasil temuan penelitian Yuniarti et al. (2022) dan Hidayat et al. (2024) yang membuktikan bahwa nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh *green innovation*. Namun, hasil temuan lain yang diteliti oleh Meilani & Sukmawati (2023) dan Widyastuti & Endarwati (2025) menghasilkan temuan di mana nilai perusahaan tidak dapat dipengaruhi oleh *green innovation*.

Penerapan *green innovation* belum cukup untuk mengatasi masalah lingkungan yang terjadi. Diperlukan strategi lain, seperti *green accounting*. *Green accounting* dapat dikatakan sebagai bentuk tanggungjawab perusahaan dengan cara mengalokasikan biaya untuk lingkungan hidup dan memberikan transparansinya. Nilai rata-rata pengungkapan *green accounting* di perusahaan sektor energi periode 2019-2023 akan digambarkan pada gambar 3.



Gambar 3. Rata-rata Pengungkapan Green Accounting Sektor Energi Periode 2019-2023

Sumber: Bursa Efek Indonesia (sumber diolah).

Gambar 3 menunjukkan bahwa perusahaan belum mampu mengalokasikan dan mengungkapkan biaya lingkungan secara konsisten. Hal ini kemungkinan terjadi karena menurunnya permintaan batu bara yang kemudian menurunkan pendapatan perusahaan di sektor energi. Inkonsistensi ini memberikan sinyal abu-abu kepada para investor terkait keseriusan perusahaan dalam mengelola dampak lingkungan, hal ini memungkinkan untuk memberikan dampak pada *image* perusahaan. Gantino et al. (2023) dan Astari et al. (2023) menemukan temuan yang selaras di mana temuan tersebut menunjukkan bahwa terlihat adanya pengaruh dari *green accounting* pada nilai perusahaan. Sedangkan Fernando et al. (2024) dan Fina et al. (2024) menyatakan temuan yang berlawanan di mana tidak terlihat adanya pengaruh dari *green accounting* pada nilai perusahaan.

Secara teoritis, penerapan pengungkapan *green innovation* dan *green accounting* berpotensi meningkatkan citra keberlanjutan perusahaan dan meningkatkan kepercayaan investor yang pada gilirannya nilai perusahaan diduga juga akan ikut mengalami peningkatan. Namun, bervariasinya hasil temuan penelitian sebelumnya mengindikasikan adanya faktor lain yang dapat memengaruhi kekuatan dan arah pengaruh dari variabel *green innovation* dan *green accounting* pada nilai perusahaan. Berkaitan dengan hal tersebut, *business strategy* diduga memiliki peran sebagai variabel moderasi. Selaras dengan temuan Gantino et al. (2023) dan Farida (2022) yang membuktikan bahwa *business strategy* menyimpan pengaruh pada nilai perusahaan. Pemilihan *business strategy* yang tepat akan membawa keberhasilan dalam mengintegrasikan praktik-praktik keberlanjutan ke dalam kegiatan bisnis, sehingga praktik-praktik tersebut memiliki nilai ekonomi di masa depan dan tidak hanya menjadi biaya perusahaan semata.

Merujuk pada fenomena dan temuan-temuan terdahulu yang telah dipaparkan, peneliti memiliki maksud dan tujuan untuk meneliti lebih lanjut dengan judul “Pengaruh *Green Innovation* dan *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Business Strategy* Sebagai Variabel Moderasi”. Penelitian yang akan dilakukan berfokus untuk mengkaji dampak dari *green innovation* dan *green accounting* pada nilai perusahaan sebelum dan setelah dimoderasi oleh variabel *business strategy* dengan fokus penelitian di perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

Tinjauan Pustaka

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Dowling dan Pfeffer (1975) pertama kali mencetuskan teori legitimasi di mana teori ini menitikberatkan pada hubungan timbal balik perusahaan dengan masyarakat yang telah dibina. Bagi perusahaan, legitimasi menjadi kunci dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan mendapatkan pengakuan dan dukungan serta memastikan telah sesuai perilaku dan keputusan perusahaan dengan ekspektasi dan aturan sosial yang dianut kalangan masyarakat. Sebuah perusahaan yang gagal dalam mempertahankan legitimasi sebab melanggar aturan atau norma yang berlaku tentu akan berisiko kehilangan legitimasi dan kehilangan kepercayaan publik, sehingga hal ini akan menjadi ancaman terhadap

kelangsungan usaha perusahaan. Hal tersebut menunjukkan betapa pentingnya legitimasi dalam kelangsungan hidup perusahaan. Dalam kaitannya dengan keberlanjutan, legitimasi dapat dicapai melalui berbagai dukungan praktik keberlanjutan. Penerapan *green innovation* dan *green accounting* dapat menjadi alat untuk meraih legitimasi. Penerapan *green innovation* dan *green accounting* menunjukkan bagaimana perusahaan tidak semata-mata berorientasi pada tujuan komersial, melainkan turut bertanggungjawab terhadap lingkungan dan mendukung tujuan keberlanjutan.

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal lahir dari kondisi ketidakseimbangan informasi yang disimpan pihak manajemen dan pihak eksternal di mana pihak manajemen menyimpan lebih banyak informasi mendalam terkait perusahaan dibandingkan pihak eksternal. Akibat kondisi itu, Spence (1973) memperkenalkan teori sinyal di mana dalam teori ini dijelaskan bahwa pihak pemilik informasi (pihak manajemen) dapat memberikan sinyal dalam bentuk informasi terkait kondisi perusahaan yang berguna bagi pihak yang menerima informasi (pihak eksternal). Informasi yang diberikan pihak manajemen dapat menjadi sinyal positif ataupun sinyal negatif bagi pihak eksternal yang dapat menjadi indikator penting dalam pengambilan keputusan, terutama keputusan investasi. Dalam konteks keberlanjutan, partisipasi perusahaan dalam mendukung program keberlanjutan turut menjadi indikator dalam keputusan investasi. Alat yang dapat dijadikan sebagai pengirim sinyal yang dimaksud adalah laporan keuangan yang dapat digunakan untuk mengirim sinyal terkait kondisi keuangan perusahaan dan laporan keberlanjutan yang memberikan informasi terkait partisipasi perusahaan dalam mendukung program keberlanjutan.

Green Innovation

Green Innovation merupakan salah satu praktik hijau yang mengacu pada pengembangan produk, layanan, dan proses baru dengan mempertimbangkan dampak lingkungan (Noor, 2025). Meilani & Sukmawati (2023) menjelaskan bahwa *green innovation* dapat diukur melalui empat indikator, yaitu (1) Dalam proses produksi digunakan teknologi baru sebagai upaya efisiensi energi, air, dan limbah; (2) Lebih sedikit zat berbahaya (ramah lingkungan) yang digunakan pada produk; (3) Penggunaan *packaging* produk yang ramah lingkungan; dan (4) Penggunaan komponen atau bahan dalam kegiatan produksi dapat didaur ulang kembali (*recycle*). Setiap indikator mendapat nilai 1 apabila terdapat pengungkapannya, jika tidak ada pengungkapannya maka diberikan nilai 0. Kemudian untuk mengukur *green innovation* menurut Meilani & Sukmawati (2023) dapat digunakan rumus:

$$\text{Green Innovation} = \frac{\text{Total Pengungkapan}}{\text{Total Indikator}}$$

Green Accounting

Green accounting adalah sebuah konsep akuntansi hijau dengan tujuan untuk mengefisiensi manajemen lingkungan dengan menilai aktivitas lingkungan berdasarkan perspektif biaya (*environmental cost*) dan manfaat (*economic benefit*). *Green accounting* dapat menjadi sebuah alat penting bagi perusahaan untuk mengukur dan mengelola dampak lingkungan akibat aktivitas perusahaan serta menjadi alat untuk meningkatkan transparansi pengelolaan dampak

lingkungan (Kristianto, 2024). Komponen utama dalam *green accounting* terdiri dari identifikasi biaya lingkungan, penilaian manfaat lingkungan, integrasi informasi lingkungan, dan pelaporan kinerja lingkungan. Biaya-biaya terkait lingkungan yang dikeluarkan perusahaan dapat dijadikan alat ukur untuk *Green accounting*. Biaya-biaya terkait lingkungan yang dimaksud adalah biaya-biaya yang digelontorkan oleh perusahaan dalam kegiatan manajemen lingkungan, dapat dimulai dari kegiatan deteksi pencemaran, kegiatan perbaikan, hingga kegiatan pencegahan pencemaran. Efria et al. (2023) menjelaskan pengukuran *green accounting* dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut.

$$\text{Green Accounting} = \frac{\text{Biaya Lingkungan}}{\text{Laba}}$$

Business Strategy

Business strategy merupakan rencana masa depan perusahaan dalam jangka panjang yang dirancang untuk meraih sasaran yang spesifik dalam sebuah industri ataupun pasar tertentu (Riswanto et al., 2024). Sherly et al. (2024) mendefinisikan *business strategy* sebagai strategi kompetitif yang menitikberatkan pada upaya keunggulan produk atau jasa dari perusahaan di dalam sebuah industri atau pasar tertentu. *Business strategy* merupakan rencana jangka panjang perusahaan dengan tujuan menciptakan keunggulan produk di tengah persaingan pasar dan memastikan kelangsungan hidup serta pertumbuhan perusahaan pada lingkungan yang kompetitif. Oleh karena itu, apabila tidak terdapat strategi bisnis dalam sebuah perusahaan maka perusahaan tersebut akan sangat berisiko untuk kehilangan arah dan tidak dapat menghadapi persaingan. *Premium price capability* dapat diberdayakan untuk mengukur *business strategy* yang mana akan memberikan gambaran strategi bisnis perusahaan dengan menetapkan harga premium di tengah persaingan bisnis. Strategi ini merupakan sebuah inovasi dengan menawarkan produk dan layanan yang unik sehingga konsumen rela untuk membayar lebih. Pengukuran *premium price capability* menurut Gantino et al. (2023) dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut.

$$\text{Premium Price Capability} = \frac{\text{Margin Kotor}}{\text{Penjualan}}$$

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah sebuah rasio yang merepresentasikan terkait situasi dan kondisi pasar (Ningrum, 2022). Rasio dapat memberikan gambaran kondisi pasar kepada pihak manajemen maupun pihak eksternal dan dapat dijadikan sebagai bahan pengambilan keputusan. Nilai perusahaan memiliki keterkaitan yang kuat dengan harga saham. Kenaikan harga saham akan meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham (Rukmana & Nababan, 2024). Hal ini menggambarkan bahwa harga saham perusahaan yang semakin naik akan diikuti dengan nilai perusahaan yang semakin positif bagi investor. Rasio *price to book value* dapat dimanfaatkan untuk mengetahui besarnya nilai perusahaan. Rasio merupakan rasio yang memberikan gambaran besarnya harga saham terhadap nilai buku perusahaan. Karena rasio ini menggunakan nilai buku perusahaan sebagai pembandingnya, hal ini membuat rasio *price to book value* menyimpan beberapa keunggulan. Nilai buku yang cenderung stabil merupakan ukuran yang dapat dibandingkan dengan harga pasar dan untuk perusahaan yang memiliki laba negatif, rasio ini masih dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaannya

(Ibrahim, 2024). Pengukuran *price to book value* menurut Gantino et al. (2023) dapat dilakukan melalui rumus di bawah ini.

$$\text{Price to Book Value} = \frac{\text{Nilai Pasar per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

Pengembangan Hipotesis

Hubungan *Green Innovation* Pada Nilai Perusahaan

Green innovation merupakan penerapan inovasi dengan orientasi prinsip keberlanjutan lingkungan ke dalam kegiatan operasional perusahaan tanpa mengabaikan target peningkatan kinerja ekonomi. Penerapan *green innovation* di sektor energi semakin meningkat seiring dengan tuntutan regulasi dan norma sosial, sehingga mendorong perusahaan untuk menerapkan prinsip keberlanjutan. Teori legitimasi menjelaskan bagaimana legitimasi memengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Dalam kaitannya dengan keberlanjutan, *green innovation* diduga menjadi sarana untuk memperoleh legitimasi yang akan berdampak pada peningkatan reputasi dan kepercayaan investor yang kemudian akan diikuti dengan kenaikan nilai perusahaan. Temuan penelitian sebelumnya oleh Yuniarti et al. (2022) dan Hidayat et al. (2024) turut memperlihatkan adanya pengaruh dari *green innovation* pada nilai perusahaan. Dari uraian sebelumnya, peneliti merumuskan hipotesis seperti di bawah ini.

H₁: Terdapat pengaruh dari *Green Innovation* pada Nilai Perusahaan.

Hubungan *Green Accounting* Pada Nilai Perusahaan

Green accounting menjadi sebuah pendekatan akuntansi yang di dalamnya mengkombinasikan dampak lingkungan ke dalam pengukuran serta pengungkapan kinerja keuangan perusahaan sebagai bentuk transparansi terhadap para pemangku kepentingan. Keterbatasan pengungkapan *green accounting* pada perusahaan di sektor energi dapat menimbulkan keraguan terhadap komitmen perusahaan dalam mengelola dampak lingkungan yang kemudian diduga akan berpotensi menurunkan reputasi dan kepercayaan investor. Kondisi tersebut diduga akan memengaruhi nilai perusahaan. Dalam perspektif teori legitimasi, pengungkapan *green accounting* diduga berfungsi sebagai sarana untuk memperoleh dan mempertahankan legitimasi. Selaras dengan temuan dari hasil penelitian Gantino et al. (2023) dan Astari et al. (2023) yang telah membuktikan adanya pengaruh dari *green accounting* pada nilai perusahaan. Merujuk pada uraian yang telah dipaparkan, peneliti merumuskan hipotesis seperti berikut.

H₂: Terdapat pengaruh dari *Green Accounting* pada Nilai Perusahaan.

***Business Strategy* Mampu Menjadi Pemoderasi Pengaruh dari *Green Innovation* pada Nilai Perusahaan.**

Teori sinyal memberikan penjelasan di mana perusahaan menyampaikan informasi strategis sebagai sinyal dalam meminimalisir ketidakseimbangan informasi dan membantu investor dalam menilai prospek perusahaan. Dalam konteks transisi menuju energi berkelanjutan, penerapan *green innovation* yang didukung oleh *business strategy* yang tepat dapat menjadi sinyal positif bagi pasar, sehingga akan memperkuat penilaian investor dan diduga akan memberikan dampak terhadap meningkatnya nilai perusahaan. Selaras dengan temuan penelitian Dai & Xue (2022) dan Difalla (2025) yang memperlihatkan adanya

pengaruh *green innovation* pada nilai perusahaan. Hipotesis yang dirumuskan berdasarkan uraian tersebut seperti berikut.

H₃: *Business Strategy* mampu menjadi pemoderasi pengaruh dari *Green Innovation* pada Nilai Perusahaan.

***Business Strategy* Mampu Menjadi Pemoderasi Pengaruh *Green Accounting* Pada Nilai Perusahaan**

Teori sinyal menyatakan bahwa manajemen menyampaikan informasi strategis kepada investor melalui laporan keuangan dan laporan keberlanjutan dalam memproyeksikan prospek perusahaan. Pengungkapan *green accounting* mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan, namun akan berpotensi meningkatkan beban biaya yang akan mengurangi laba dan persepsi investor terhadap kinerja perusahaan. Dalam kondisi tersebut, penerapan *business strategy* yang tepat dapat menjadi sinyal yang memperkuat keyakinan investor terhadap peluang masa depan perusahaan yang kemudian akan memengaruhi interaksi antara *green accounting* pada nilai perusahaan. Seperti pada temuan Astari et al. (2023) dan Mergie & Melinda (2024) yang memperlihatkan adanya efek dari *green accounting* pada nilai perusahaan. Berlandaskan pemaparan sebelumnya, hipotesis yang dirumuskan adalah seperti berikut.

H₄: *Business Strategy* mampu menjadi pemoderasi pengaruh dari *Green Accounting* pada Nilai Perusahaan.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Fokus penelitian ini adalah perusahaan sektor energi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023 dengan besarnya populasi sebanyak 64 perusahaan. Metode *purposive sampling* atau kriteria tertentu akan dipergunakan dalam melakukan pemilihan sampel yang akan digunakan dalam observasi. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan kriteria-kriteria: (1) Perusahaan yang diteliti adalah perusahaan sektor energi yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023; (2) Adanya publikasi laporan tahunan dan laporan keberlanjutan berturut-turut selama periode penelitian yaitu 2019-2023 oleh perusahaan dan laporan dapat diakses; dan (3) Perusahaan mengungkapkan biaya lingkungan selama periode 2019-2023. Berdasarkan kriteria tersebut, didapat 18 sampel penelitian yang akan diobservasi lebih lanjut.

Definisi Operasional Variabel

Untuk memahami setiap variabel, bagaimana variabel tersebut akan diukur dan diamati dalam penelitian untuk memastikan konsistensi data dapat dipergunakan definisi operasional variabel. Definisi operasional dari setiap variabel dalam penelitian ini akan disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Pengukuran	Skala
<i>Green Innovation</i> (Meilani & Sukmawati, 2023)	$Green Innovation = \frac{\text{Total Pengungkapan}}{\text{Total Indikator}}$	Rasio
<i>Green Accounting</i> (Efria et al., 2023)	$= \frac{\text{Biaya Lingkungan}}{\text{Total Pengungkapan}} \times 100\%$	Rasio

	<i>Green Accounting</i>		Laba	
Nilai Perusahaan (Gantino et al., 2023)	<i>Price to Book Value</i>	=	$\frac{\text{Nilai Pasar Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$	Rasio
<i>Business Strategy</i> (Gantino et al., 2023)	<i>Premium Price Capability</i>	=	$\frac{\text{Margin Kotor}}{\text{Penjualan}}$	Rasio

Sumber: Data Olahan (2025)

Teknik Analisis Data

Program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) akan diberdayakan untuk membantu peneliti dalam mengolah data observasi. Analisis data yang perlu dilalui peneliti adalah seperti berikut.

Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif dipergunakan dalam merepresentasikan dan meringkas kumpulan data observasi melalui pengamatan ataupun penelitian (Alhempy et al., 2024). Dalam analisis deskriptif, biasanya data disajikan dalam berbagai ukuran, seperti rata-rata, median, modus, rentang, variansi, dan standar deviasi. Analisis deskriptif hanya digunakan untuk menganalisis dan menggambarkan data tanpa membuat generalisasi, sehingga hanya cocok digunakan untuk data sampel bukan populasi.

Uji Asumsi Klasik

Dalam analisis linear berganda yang berbasis *ordinary leas square* (OLS), uji asumsi klasik harus terpenuhi karena telah menjadi salah satu prasyaratnya. Pengujian asumsi klasik dilaksanakan lebih dulu sebelum pengujian hipotesis yang memiliki tujuan untuk membuktikan bahwa model persamaan regresi yang dirumuskan mampu menunjukkan kemampuan estimasi yang akurat, bersifat tidak meyimang, dan tetap. Untuk memastikan terpenuhinya prasyarat tersebut, pengujian yang harus dilewati peneliti meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi.

Koefisien Determinansi

Koefisien determinansi mencerminkan proporsi variasi pada variabel terikat yang mampu dijelaskan oleh variabel bebas (Abdillah et al., 2024). Nilai *R Square* yang semakin besar dan menuju 1 menggambarkan bahwa variabel bebas dapat memberikan lebih banyak informasi terkait variabel terikat. Sebaliknya, nilai *R Square* yang semakin kecil menggambarkan keterbatasan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Untuk menentukan nilai *R Square* dapat menggunakan rumus berikut.

$$KD=R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD : Koefisien Determinansi

R^2 : Koefisien Korelasi

Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis yang dapat dimanfaatkan untuk mengkaji seberapa besar efek beberapa atau lebih dari 1 variabel bebas terhadap variabel terikat yang diteliti adalah analisis regresi linear berganda (Abdillah et al., 2021). Berbeda dengan analisis regresi linear sederhana yang hanya melibatkan 1 variabel bebas, analisis regresi linear berganda memungkinkan untuk membuktikan efek dari dua atau beberapa variabel bebas sekaligus. Variabel bebas yang akan diamati adalah variabel *green innovation* (X1) dan *green accounting* (X2). Bentuk persamaan regresi yang telah dirumuskan adalah seperti berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : Nilai Perusahaan
 A : Konstanta
 β_1 : Koefisien regresi dari *green innovation* (X1)
 β_2 : Koefisien regresi dari *green accounting* (X2)
 X1 : *Green innovation*
 X2 : *Green accounting*
 ε : Standar eror

Moderated Regression Analysis

Moderated regression analysis dipergunakan untuk membuktikan apakah kekuatan dan arah interaksi antara variabel bebas dan variabel terikat dapat berdampak dari keberadaan variabel ketiga (dalam hal ini variabel moderasi) (Ismail et al., 2024). Variabel moderasi yang akan diamati adalah variabel *business strategy* (Z). Peneliti merumuskan model persamaan regresi seperti berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 * Z + \beta_4 X_2 * Z + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : Nilai Perusahaan
 A : Konstanta
 β_1 : Koefisien regresi dari *green innovation* (X1)
 β_2 : Koefisien regresi dari *green accounting* (X2)
 X1 : *Green innovation*
 X2 : *Green accounting*
 Z : *Business strategy*
 ε : Standar eror

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Gambaran terkait data penelitian akan dihasilkan dari analisis deskriptif yang biasanya disajikan dalam bentuk nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata nilai, dan standar deviasi dari setiap variabel yang diamati. Tabel 2 akan menyajikan hasil analisis deskriptif yang telah diolah oleh peneliti.

Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Green Innovation</i>	72	0,00	1,00	0,5069	0,25856

<i>Green Accounting</i>	72	-0,17	1,21	0,0514	0,17603
<i>Business Strategy</i>	72	-0,02	0,83	0,2826	0,16366
Nilai Perusahaan	72	-0,23	3,34	1,1090	0,79414
Valid N (listwise)	72				

Sumber: Data Olahan (2025)

Berdasarkan tabel 2 terlihat bahwa banyaknya pengamatan (n) selama 5 tahun periode penelitian (2019-2023) tercatat sebanyak 72 data observasi. Variabel *green innovation* menunjukkan nilai minimum sebesar 0,00 dan maksimum 1,00 dengan rata-rata sebesar 0,5069 serta standar deviasi 0,25856. Pada variabel *green accounting* tercatat memiliki rentang nilai dari -0,17 hingga 1,21 dengan rata-rata sebesar 0,0514, serta standar deviasi 0,17603. Variabel *business strategy* memiliki rentang nilai sebesar -0,02 hingga 0,83, nilai rata-rata 0,2826, serta standar deviasi 0,16366. Sementara itu, nilai perusahaan berada pada rentang 0,23 sampai 3,34 dengan rata-rata nilai berada pada angka 1,1090, dan standar deviasi 0,79414.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dilakukannya pengujian normalitas bertujuan untuk mengamati sebaran residual dalam model regresi apakah telah terdistribusi dengan normal atau tidak. Layaknya model regresi secara statistik ditandai dengan sebaran residual yang terdistribusi dengan normal. Hasil pengujian normalitas di dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa data awal belum terdistribusi dengan normal atau memenuhi asumsi normalitas, sehingga peneliti mendeteksi outlier dan mengoutlier data tersebut (Ghozali, 2018). Terdeteksi 18 data outlier, sehingga data yang dilanjutkan dalam pengujian sebanyak 72 data. Tabel 3 akan menunjukkan hasil pengujian normalitas setelah dilakukan outlier.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		72
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0,76251775
Most Extreme Differences	Absolute	0,104
	Positive	0,104
	Negative	-0,065
Test Statistic		0,104
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,051 ^c
a, Test distribution is Normal.		
b, Calculated from data.		
c, Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data Olahan (2025)

Tabel 3 memperlihatkan di mana nilai signifikansi dari pengujian normalitas dalam penelitian ini memiliki nilai 0,051 ($> 0,05$). *Output* pengujian tersebut menandakan bahwa data yang akan dilanjutkan untuk diteliti telah memiliki distribusi yang normal dan lolos prasyarat uji normalitas.

Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dipergunakan dalam menilai apakah terdapat atau tidaknya keterkaitan yang erat antarvariabel bebas dalam sebuah model regresi. Suatu model regresi dinilai layak ketika antarvariabel bebasnya tidak saling memiliki keterkaitan yang erat. Tabel 4 akan menyajikan *output* dari pengujian multikolinearitas dari model yang telah dirumuskan.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,101	0,246		4,469	0,000		
	Green Innovation	-0,435	0,377	-0,142	-1,156	0,252	0,901	1,109
	Green Accounting	-0,869	0,538	-0,193	-1,614	0,111	0,952	1,051
	Business Strategy	0,969	0,583	0,200	1,662	0,101	0,939	1,065
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan								

Sumber: Data Olahan (2025)

Tabel 4 memperlihatkan bahwa nilai *tolerance* masing-masing variabel sebesar 0,901, 0,952, 0,939 yang artinya nilai tersebut berada di atas angka 0,1 dengan nilai VIF masing-masing sebesar 1,109, 1,051, 1,065 yang artinya memiliki nilai sekitar 1-10. *Output* dari pengujian ini berarti bahwa model regresi tidak menyimpan masalah multikolinearitas dan sudah layak untuk melanjutkan uji selanjutnya.

Uji Heterokedastisitas

Untuk melihat di dalam sebuah model regresi apakah terdapat ketidaksamaan varian residual pada semua titik pengamatan dapat diketahui dengan memanfaatkan uji heterokedastisitas. Sebuah model regresi dikatakan memenuhi kriteria yang baik apabila varians residual antar pengamatan bersifat konstan atau tidak mengalami perbedaan yang signifikan (homokedastisitas). *Output* hasil uji heterokedastisitas dari model regresi yang telah dirumuskan akan disajikan pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1,657	0,597		-2,774	0,007		
	Green Innovation	-1,466	0,913	-0,199	-1,605	0,113	0,901	1,109

Green Accounting	-0,022	1,306	-0,002	-0,017	0,987	0,952	1,051
Business Strategy	2,302	1,414	0,198	1,628	0,108	0,939	1,065

a. Dependent Variable: LN_Res

Sumber: Data Olahan (2025)

Berdasarkan informasi dalam tabel 5, tingkat signifikansi untuk masing-masing variabel bebas dalam pengujian heterokedastisitas ini tercatat sebesar 0,113, 0,987, dan 0,108. Seluruh nilai tersebut bernilai di atas 0,05, sehingga terlihat bahwa model regresi yang digunakan sudah layak karena tidak mengalami gejala heterokedastisitas.

Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi diberdayakan agar terlihat apakah dalam model regresi terdapat keterkaitan antara error di suatu periode dengan error periode sebelumnya. Suatu model dinilai layak apabila tidak terdapat masalah autokorelasi. Hasil pengujian tersebut disajikan pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,279 ^a	0,078	0,037	0,77916	0,765

a. Predictors: (Constant), Business Strategy, Green Accounting, Green Innovation

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data Olahan (2025)

Berdasarkan informasi di tabel 6, terlihat bahwa nilai *durbin watson* dalam model regresi bernilai sebesar 0,765 yang mana nilainya berada di rentang -2 dan +2. Hal ini memperlihatkan bahwa model regresi terbebas dari masalah autokorelasi dan sudah layak untuk diteliti lebih lanjut.

Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam mengkaji keterkaitan antara beberapa variabel bebas dengan variabel terikat yang menjadi objek dalam penelitian dipergunakan analisis regresi linear berganda. Tabel 7 akan menampilkan temuan dari analisis tersebut.

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,302	0,217		6,002	0,000
	Green Innovation	-0,290	0,371	-0,094	-0,781	0,437
	Green Accounting	-0,901	0,545	-0,200	-1,654	0,103

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data Olahan (2025)

Hasil dari analisis regresi persamaan 1 dalam tabel 7 menghasilkan persamaan rumus regresi seperti berikut.

$$Y = 1,302 - 0,290X_1 - 0,901X_2 + \varepsilon$$

Nilai konstanta sebesar 1,302 mengindikasikan bahwa pada kondisi *green innovation* dan *green accounting* bernilai 0, maka nilai perusahaan berada pada nilai 1,302 satuan. Koefisien regresi *green innovation* sebesar -0,290 mengindikasikan adanya hubungan negatif di mana setiap peningkatan 1 satuan pada *green innovation* akan diikuti dengan penurunan sebesar 0,290 satuan pada nilai perusahaan, tetapi dengan asumsi variabel lain konstan. Variabel *green accounting* pada model regresi memiliki nilai koefisien regresi -0,901 yang artinya pada kondisi *green accounting* naik 1 satuan, maka akan terjadi penurunan -0,901 satuan pada nilai perusahaan.

H1 yang telah dirumuskan mengatakan bahwa terdapat efek dari *green innovation* pada nilai perusahaan. Tabel 7 memperlihatkan bahwa variabel *green innovation* pada model regresi menyimpan nilai t hitung sebesar $0,781 < 1,995547$ (nilai t tabel) yang berarti H1 tidak diterima dan tidak terdapat dampak dari variabel *green innovation* pada nilai perusahaan. Pengungkapan *green innovation* dalam penelitian ini hanya berdasarkan pengungkapan naratif di dalam *sustainability report* karena belum terdapat standar pelaporan yang baku, sehingga hasilnya belum mampu merepresentasikan kualitas serta efektivitas implementasinya secara komprehensif. Akibatnya, informasi tersebut belum cukup kuat untuk memberikan dampak pada penilaian investor dan pada akhirnya belum mampu untuk berefek pada nilai perusahaan. Selaras dengan temuan hasil penelitian Meilani & Sukmawati (2023) serta Widyastuti & Endarwati (2025) yang juga menyimpulkan bahwa tidak ada pengaruh dari *green innovation* pada nilai perusahaan.

H2 yang dirumuskan peneliti menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara *green accounting* pada nilai perusahaan. *Output* regresi variabel *green accounting* pada tabel 7 menunjukkan nilai t hitung sebesar $1,654 < 1,995547$ (nilai t tabel) yang artinya H2 ditolak dan peningkatan atau penurunan *green accounting* tidak akan berimbas pada nilai perusahaan. Pengungkapan biaya lingkungan di sektor energi cenderung dipandang sebagai kewajiban regulatif dan formalitas kepatuhan, bukan sebagai sinyal bagi investor. Kondisi tersebut menyebabkan peningkatan atau penurunan *green accounting* tidak akan memengaruhi nilai perusahaan. Temuan ini selaras dengan temuan pada penelitian Fernando et al. (2024) dan Fina et al. (2024) yang turut membuktikan tidak terdapat efek yang signifikan dari *green accounting* pada nilai perusahaan.

Moderated Regression Analysis

Dalam mengkaji hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dengan mempertimbangkan peran variabel lain sebagai pemoderasi dimanfaatkan teknik analisis data yang bernama *moderated regression analysis*. *Moderated regression analysis* dalam penelitian ini dimaksudkan untuk melihat apakah variabel *business strategy* dapat memengaruhi hubungan antara variabel *green innovation* dan *green accounting* pada nilai perusahaan. *Output* hasil pengujian MRA dari model regresi yang telah dirumuskan akan ditampilkan pada tabel 8.

Tabel 8. Hasil *Moderated Regression Analysis*

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
	B	Std. Error	Beta	

1	(Constant)	-0,123	0,470		-0,261	0,795
	Green Innovation	1,616	0,774	0,526	2,087	0,041
	Green Accounting	1,371	1,095	0,304	1,252	0,215
	Business Strategy	6,656	1,852	1,372	3,594	0,001
	GI BS	-8,901	2,819	-1,537	-3,157	0,002
	GA BS	-14,327	6,183	-0,577	-2,317	0,024
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan						

Sumber: Data Olahan (2025)

Tabel 8 menampilkan *output* analisis regresi persamaan 2 yang memberikan hasil persamaan sebagai berikut.

$$Y = 1,616 + 1,371X_1 + 6,656X_2 - 8,901X_1M - 14,327X_2M + \varepsilon$$

Nilai konstanta sebesar 1,616 mengindikasikan bahwa saat variabel *green innovation*, *green accounting*, dan *business strategy* bernilai 0 atau konstan, maka nilai perusahaan berada pada nilai -0,123. Variabel *green innovation* yang memiliki nilai koefisien regresi senilai 1,616 berarti bahwa saat *green innovation* mengalami peningkatan 1 satuan, maka peningkatan yang terjadi pada nilai perusahaan senilai 1,616 satuan. Variabel *green accounting* dengan nilai koefisien regresi 1,371 mengindikasikan bahwa saat *green accounting* meningkat 1 satuan, nilai perusahaan pun turut meningkat sebesar 1,371. Variabel interaksi *green innovation* dengan *business strategy* memiliki nilai koefisien regresi sebesar -8,901 satuan yang memiliki makna bahwa ketika variabel tersebut meningkat sebanyak 1 satuan, maka akan menurun 8,901 satuan pada nilai perusahaan. Variabel interaksi antara *green accounting* dengan *business strategy* menyimpan nilai koefisien regresi sebesar -14,327 satuan yang bermakna bahwa ketika variabel tersebut naik 1 satuan, nilai perusahaan pun akan ikut naik sebesar 14,327 satuan.

Peneliti merumuskan H_3 yang menyatakan bahwa *business strategy* mampu menjadi pemoderasi dalam memengaruhi interaksi antara *green innovation* dengan nilai perusahaan. Tabel 8 menampilkan bahwa nilai *t* hitung variabel interaksi *business strategy* dengan *green innovation* sebesar 3,157 > 1,995547 (nilai *t* tabel) yang artinya H_3 diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa variabel *business strategy* mampu menjadi pemoderasi dalam memengaruhi interaksi antara *green innovation* pada nilai perusahaan dengan arah pengaruh yang bersifat memperlemah karena memiliki nilai koefisien regresi sebesar -8,901. Dalam penelitian ini, *business strategy* diproksikan dengan *premium price capability*. Ketidakseimbangan antara penetapan harga premium dengan manfaat lingkungan yang ditawarkan menyebabkan melemahnya daya tarik pasar. Selain itu, keterbatasan kualitas pengungkapan *green innovation* dan masih mendominasinya penggunaan fosil di sektor energi pun turut menyebabkan penurunan daya tarik investor, sehingga harga saham dan nilai perusahaan pun menurun.

H_4 menyatakan bahwa *business strategy* mampu menjadi pemoderasi dalam memengaruhi interaksi antara *green accounting* pada nilai perusahaan. Variabel interaksi *business strategy* dan *green accounting* dengan nilai *t* hitung 2,317 >

1,995547 (nilai t tabel) dan koefisien regresi sebesar -14,327 yang berarti bahwa H_4 diterima. Hasil tersebut membuktikan bahwa variabel *business strategy* mampu menjadi pemoderasi dalam memengaruhi interaksi antara variabel *green accounting* pada nilai perusahaan dengan arah pengaruh yang memperlemah. Karakteristik produk di sektor energi yang homogen dan keterikatan harga pada regulasi menyebabkan perusahaan di sektor ini tidak memiliki fleksibilitas dalam menetapkan harga premium, meskipun telah menerapkan praktik berkelanjutan. Selain itu, pengungkapan *green accounting* dipandang sebagai kewajiban atas kegiatan perusahaan di sektor energi yang berdampak negatif terhadap lingkungan. Hal ini menyebabkan reaksi negatif dari pasar yang kemudian menyebabkan penurunan kepercayaan dan akan berefek pada nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menjadi temuan di mana *business strategy* mampu memperlemah interaksi antara *green innovation* dan *green accounting* pada nilai perusahaan.

Analisis Koefisien Determinansi

Sejauh mana penjelasan dari variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat yang sedang diteliti dapat kita ketahui dengan memanfaatkan pengujian koefisien determinansi. Tabel 9 dan 10 akan merepresentasikan hasil pengujian koefisien determinansi dari penelitian ini.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinansi Persamaan 1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,202 ^a	0,041	0,013	0,78903
a. Predictors: (Constant), Green Accounting, Green Innovation				

Sumber: Data Olahan (2025)

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinansi Persamaan 2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,471 ^a	0,222	0,163	0,72649
a. Predictors: (Constant), GA_BS, Business Strategy, Green Innovation, Green Accounting, GI_BS				

Sumber: Data Olahan (2025)

Nilai koefisien korelasi dan koefisien determinansi persamaan 1 yang ditunjukkan pada tabel 9 memperlihatkan nilai masing-masing sebesar 0,202 dan 0,013. Nilai koefisien determinansi tersebut memberikan gambaran bahwa pengaruh *green innovation* dan *green accounting* pada model regresi yang digunakan sebesar 1,3% sisanya dapat dijelaskan oleh prediktor lain yang belum masuk pada model regresi yang dirumuskan. Nilai koefisien korelasi dan koefisien determinansi persamaan 2 yang ditunjukkan pada tabel 10 memperlihatkan nilai masing-masing sebesar 0,471 dan 0,163. Nilai koefisien determinansi tersebut merepresentasikan bahwa besarnya efek *green innovation* dan *green accounting* pada nilai perusahaan setelah *business strategy* memoderasi adalah sebesar 16,3%

dan sisanya dijelaskan prediktor lain yang belum masuk dalam model regresi yang digunakan.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Penelitian yang telah dilakukan peneliti hanya berfokus pada sektor energi dan dengan hasil penelitian seperti berikut.

- a. *Green innovation* secara parsial tidak mampu memberikan dampak pada nilai perusahaan karena indikator yang digunakan hanya bersifat naratif dan belum ada standar baku yang mengatur terkait pelaporan *green innovation*, sehingga informasi yang diberikan belum mampu memengaruhi reputasi dan nilai perusahaan.
- b. *Green accounting* secara parsial tidak mampu memberikan efek pada nilai perusahaan karena pengalokasian dan pengungkapan biaya lingkungan di sektor energi sudah menjadi kewajiban akibat kegiatan operasionalnya yang berdampak pada lingkungan.
- c. *Business strategy* memperlemah efek *green innovation* terhadap nilai perusahaan. Harga premium yang ditetapkan belum sebanding dengan manfaat lingkungan yang ditawarkan dan ketergantungan perusahaan di sektor energi terhadap bahan bakar fosil, sehingga *business strategy* yang diterapkan justru memperlemah efek dari *green accounting* pada nilai perusahaan.
- d. *Business strategy* memperlemah interaksi antara *green accounting* pada nilai perusahaan. Perusahaan di sektor energi tidak memiliki fleksibilitas dalam menetapkan harga premium, sehingga *business strategy* ini menjadi tidak relevan jika dikolaborasikan dengan pengungkapan *green accounting*.

Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini masih menyimpan banyak kekurangan dan tidak luput dari kesalahan. Adapun keterbatasan yang terjadi selama penelitian adalah seperti berikut.

- a. Fokus pengamatan saat ini hanya pada perusahaan di sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia;
- b. Panjang periode penelitian hanya 5 tahun, yaitu periode 2019-2023; dan
- c. Penggunaan variabel yang diamati melibatkan dua variabel bebas, satu variabel terikat serta satu variabel moderasi yang diduga dapat memengaruhi arah dan kekuatan interaksi antara variabel bebas pada variabel terikat.

Setelah memaparkan keterbatasan penelitian, peneliti juga akan memberikan beberapa masukan seperti berikut.

- a. Bagi peneliti selanjutnya, dianjurkan mempertimbangkan variabel lain yang diduga mampu memengaruhi nilai perusahaan. Selain itu, peneliti menyarankan untuk menggunakan sampel lain dan memperpanjang periode penelitian.
- b. Bagi perusahaan, peneliti menyarankan agar perusahaan dapat mempertimbangkan dan mengkaji *business strategy* yang akan diterapkan agar selaras dengan praktik-praktik keberlanjutan dan juga tujuan perusahaan.
- c. Bagi investor, peneliti menyarankan untuk menganalisis terlebih dahulu apakah strategi yang digunakan perusahaan telah selaras dengan tujuan

finansial dan aspek-aspek keberlanjutan agar keputusan investasi yang dihasilkan sudah tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- A, B. S., & Ratri, Z. (2025). *Pecah Rekor Baru, 2024 Jadi Tahun Terpanas*. Kompas.Id. <https://www.kompas.id/artikel/pecah-rekor-baru-2024-jadi-tahun-terpanas>
- Abdillah, L. A., Mappanyompa, Sabtohadhi, J., Isma, A., Effiyaldi, Mulyodiputro, M. D., Rela, I. Z., Wijayanti, N. S., Wuritimur, P. V., Pradana, I. P. Y. B., Tasman, A., D., R. O., Rudiansyah, & Hasanuddin, R. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep dan Aplikasi* (L. A. Abdillah & J. Sabtohadhi (eds.)). CV. Mega Press.
- Alhempri, R., Siddiq, S., Rosadi, W., Diyanto, R., Yadi, E., Zain, I., & Yuliza, M. (2024). *Analisis Statistik Deskriptif dengan SPSS dan Interpretasinya* (N. Anggraini (ed.)). Takaza Innovatix Labs.
- Astari, T. A., Laurens, S., Wicaksono, A., & Sujarminto, A. (2023). Green Accounting and Disclosure of Sustainability Report on Firm Values in Indonesia. *E3S Web of Conferences*, 426. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202342602024>
- Dai, D., & Xue, Y. (2022). The Impact of Green Innovation on a Firm's Value from the Perspective of Enterprise Life Cycles. *Sustainability (Switzerland)*, 14. <https://doi.org/10.3390/su14031226>
- Difalla, S. A. (2025). The impact of green innovations accounting on firm value: Moderating role of intangible assets in Saudi industrial sector. *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies*, 8(2), 249–264. <https://doi.org/10.53894/ijirss.v8i2.5143>
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior. *Pacific Sociological Review*, 18(1), 122–136.
- Efria, D. A., Baining, M. E., & Orinaldi, M. (2023). Pengaruh Green Accounting Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Issi Tahun 2019-2021. *Al Fiddhoh: Journal of Banking, Insurance, and Finance*, 4(2), 77–88. <https://doi.org/10.32939/fdh.v4i2.2568>
- Farida, I. (2022). The Link between Business Strategy , Competitive Advantage and Firm Value Msme ' s Constructions and Real Estate during COVID-19 Pandemic in Indonesia. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, 14(4), 39–56. <https://doi.org/10.9734/SAJSSE/2022/v14i430392>
- Fernando, K., Jocelyn, H., Frista, F., & Kurniawan, B. (2024). The Effect of Green Accounting Disclosure on the Firm Value of Listed Mining and Agriculture Companies in Southeast Asia Countries. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 14(1), 377–382. <https://doi.org/10.32479/ijeep.15151>
- Fina, Maulidia, R., & Mustika, I. G. (2024). Pengaruh Green Accounting, Carbon Emission Disclosure, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan (JAK)*, 12(2), 239–249.
- 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. <https://doi.org/10.24912/ja.v27i1.1118>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, I., Hamdani, Abbas, D. S., Lam, N. T., & Sari, P. A. (2024). The Role of Environmental Management Accounting in Mediating Green Innovation to Firm Value: Moderated by Quality Management. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 14(3), 281–287. <https://doi.org/10.32479/ijee.15869>
- Ibrahim, I. (2024). *Price To Book Value & Price Earning Ratio Terhadap Harga Saham* (M. Suardi (ed.)). CV. Azka Pustaka.
- Ismail, I. H., Bahriani, M., Wahyudi, E., Nurrahman, A., Negara, H. R. P., Syafii, A., Jaya, P. R. P., Disnawati, H., Afri, L. E., Arrosyid, M. S., Metianing, D., Ahmad, Solikhin, F., Mbali, M. A. F., Ningsih, T. Z., Manggaberani, A. A., Susilowati, Y., Santos, M. Dos, Jusmiana, A., & Novitasari. (2024). *Analisis Data Kuantitatif dengan Program R* (S. Hadi & A. Muhson (eds.)). CV. Ruang Tentor.
- Kristianto, D. (2024). *Akuntansi Lingkungan* (F. Harimurti (ed.)). UNISRI Press.
- Margie, L. A., & Melinda, M. (2024). Pengaruh green accounting, Sales Growth dan Tax Avoidance terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Revenue*, 4(2), 594–607. <https://doi.org/10.46306/rev.v4i2>
- Meilani, S. E. R., & Sukmawati, R. A. (2023). Jurnal riset akuntansi dan keuangan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 11(3), 605–620. <http://ejournal.upi.edu/index.php/JRAK/article/view/6693/4557>
- Ningrum, E. P. (2022). *Nilai Perusahaan: Konsep dan Aplikasi* (Kodri (ed.)). CV. Adanu Abimata.
- Noor, L. S. (2025). *Green Business Inovasi Sumber Daya Berkelanjutan* (P. T. Cahyono (ed.)). Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Riswanto, A., Jumiono, A., Zafar, T. S., Judijanto, L., Apriyanto, Kusmayadi, Y., & Paringsih. (2024). *Strategi Manajemen: Konsep, Teori dan Implementasi* (E. Pamela (ed.)). PT. Sonpedia Publisihing Indonesia.
- Rukmana, H. S., & Nababan, B. O. (2024). *No Title* (H. S. Rukmana & B. O. Nababan (eds.)). Selat Media Partners.
- Sherly, A., Adi, A. W., Smarananda, A., Manungga, A. Y., S, B. N., Sutomo, B., Yussela, D. K., Maun, F. O., Lie, J. P., A.M, K. H., Hidayanti, L., Kurniawan, M. F., Saputra, M. S., Darung, M. S., Adi, M. N., Hadiyati, N. R., P, N. A. A., Harefa, P. T. K., Aditya, R. E., ... Rahmadani, W. (2024). *Manajemen Strategis: Analisis, Implementasi, dan Pengembangan Berkelanjutan* (Safuan & E. Hamdi (eds.)). CV. Mega Press.
- Spence, M. (1973). Job Marketing Signalling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 3355–3374.
- Widyastuti, S. M., & Endarwati, E. T. (2025). The Effect Of Eco-Efficiency , Green Innovation , And Sustainability Performance On Firm Value. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 13(46), 117–128.
- Yuniarti, R., Soewarno, N., & Isnalita. (2022). Green Innovation on Firm Value With Financial Performance As Mediating Variable: Evidence of the Mining Industry. *Asian Academy of Management Journal*, 27(2), 41–58. <https://doi.org/10.21315/aamj2022.27.2.3>

