PENGARUH *GREEN ACCOUNTING* DAN *SALES GROWTH* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Nisrina Aribah[1], Fahmi Poernamawatie[2], Sri Hastuti[3], Anwar[4]

[1,2,3,4]*Universitas Gajayana Malang*
E-mail : nisrinaaribah003@gmail.com[1], fahmipoernamawatie@uniga.ac.id[2], srihastuti@uniga.ac.id[3], anwar@uniga.ac.id[4]

ABSTRACT

This study employs a quantitative method to analyze the impact of green accounting and sales growth on firm value, with profitability serving as a mediating variable, focusing on consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2021–2024 period. The research sample consists of 22 companies observed over four years, selected via purposive sampling and analyzed using SPSS 29 software. The results indicate that neither green accounting nor sales growth has a significant effect on firm value. Profitability does not influence green accounting, although it does affect sales growth. A strong influence of profitability on firm value was observed. Profitability plays a limited role in mediating the relationship between green accounting and firm value; however, it does play a mediating role in the relationship between sales growth and firm value.

Keywords : *Green Accounting, Sales Growth, Firm Value, Profitability*

ABSTRAK

Penelitian yang dilakukan untuk menganalisa pengaruh green accounting dan sales growth terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas menjadi variabel mediasi pada perusahaan barang konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2024 yang dilakukan melalui motode kuantitatif. Sampel penelitian terdiri 22 perusahaan dengan durasi waktu selama 4 tahun melalui teknik purposive sampling menggunakan software SPPS 29. Hasil penelitian green accounting dan sales growth ketiadaan pengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak mempengaruhi green accounting, sedangkan berpengaruh pada sales growth secara finansial. Pengaruh kuat berlansung pada profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas kurang berperan sebagai pemediasi green accounting dan nilai perusahaan. Sementara profitabilitas memiliki peran dalam memediasi sales growth dan nilai perusahaan.

Kata Kunci : *Green Accounting, Sales Growth, Nilai Perusahaan, Profitabilitas*

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merepresentasikan pandangan pelaku pasar terhadap efektivitas kinerja emiten, yang secara nyata tercermin melalui pergerakan harga saham. Persaingan ketat terjadi di kalangan perdagangan barang konsumsi. Selain itu, bidang barang konsumsi memiliki pertumbuhan stabil dan permintaan yang terus menerus menjadikan kinerja finansial dan keberlanjutan menjadi perhatian utama investor. Unsur yang berimplikasi pada nilai perusahaan diantaranya profitabilitas, green accounting dan sales growth.

Penerapan green accounting dapat menarik investor dikarenakan mencerminkan tanggung jawab lingkungan perusahaan. Green accounting dapat berdampak negatif bagi nilai perusahaan dikarenakan manfaat dari dikeluarkannya green accounting tidak dapat dirasakan lansung (Gustinya 2022). Analisis lain menunjukkan tentang green accounting dapat meningkatkan nilai perusahaan sebagai sinyal manajemen tentang risiko rendah jangka panjang dan komitmen keberlanjutan (Erlangga et al. 2021).

Sales growth menggambarkan investasi yang dilakukan perusahaan dalam menghasilkan performa pasar yang positif. Teori sinyal menjelaskan perusahaan berhasil dalam strategi pasar dan memiliki prospek pendapatan masa depan yang besar. Laju pertumbuhan penjualan berdampak pada kemampuan memelihara keuntungan di jangka panjang. Profitabilitas mampu menjadi perantara dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan (Tanasya & Handayani 2020).

Profitabilitas yang terjadi secara konsisten dan stabil berpotensi dipersepsikan memiliki risiko yang minim dan potensi keberlanjutan bisnis. Tingkat laba yang dihasilkan meningkatkan nilai perusahaan berdasarkan perspektif pensinyalan yang mencakup performa finansial kuat dapat menjadi prospek bagi investor untuk menanam modal (Wijaya & Sedana 2015). Peningkatan profitabilitas mengindikasikan efektivitas manajemen dalam pengelolaan aset dan modal.

Profitabilitas memainkan peran mediasi penuh lantaran melalui peningkatan efisiensi laba terlebih dahulu. Teori sinyal menjelaskan profitabilitas sebagai kinerja keuangan perusahaan memberikan sinyal positif dan kredibel bagi investor. Faktor tersebut menjadi dasar peningkatan harga saham. Pasalnya, investor akan mendatangkan valuasi tinggi bagi perusahaan yang diprediksi mampu menghasilkan laba besar secara konsisten.

Keterbaruan penelitian terdapat kesenjangan empiris (research gap) dalam temuan penelitian terdahulu mengenai pengaruh lansung antara green accounting, sales growth, nilai perusahaan dan profitabilitas dengan latar perusahaan bidang barang konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Rentang tahun 2021 – 2024 menjadi keterbaruan data untuk menangkap dampak terkini dari peristiwa ekonomi global.

METODE

Penelitian ini bersifat kuantitatif yang bertujuan menguji pengaruh *green accounting* dan *sales growth* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. Batasan populasi penelitian ini pada perusahaan barang konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2021–2024. Menggunakan *purposive sampling* dalam pengambilan sampel. Kriteria pengujian dipenuhi oleh 22 perusahaan sehingga terdapat 88 sampel yang akan diuji. Pengujian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 29.

Tabel 1. Pilihan Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan Bidang Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia (BEI)	82
2.	Perusahaan yang melampirkan *annual report* tahunan dengan konsisten sepanjang tahun 2021-2024	(8)
3.	Perusahaan yang menerapkan laporan keuangan berbasis rupiah kurun waktu tahun 2021-2024	(2)
4.	Perusahaan yang tingkat profitabilitas negatif berturut – turut selama 2021 – 2024	(23)
5.	Perusahaan yang mengalami penurunan *sales growth* berturut – turut selama 2021 – 2024	(27)
	Jumlah sampel penelitian	**22**
	Periode pengamatan (tahun)	**4**
	Jumlah data yang diolah	**88**

Sumber: Data diolah peneliti, 2025.

Pengukuran Variabel

Nilai Perusahaan (Variabel Dependen)

Nilai perusahaan dijelaskan sebagai pandangan kolektif investor, kreditur, pemangku kepentingan kepada situasi perusahaan yang tergambar pada *kurs* saham pada bursa saham yang dijadikan pengukuran nilai perusahaan (Irawan & Kusuma 2019). Nilai perusahaan dapat diparameterisasi melalui rumus *Price to Book Value* (PBV).

$$PBV = \frac{Harga\ pasar\ per\ saham}{Nilai\ buku\ per\ saham}$$

Green Acccounting

Green accounting merunjuk pada perusahaan yang mengungkapkan salah satu komponen biaya lingkungan operasional, produk daur ulang, penelitian lingkungan dalam *annual report* atau *sustainability report* (Saputra 2023). Rumus biaya lingkungan:

$$BL = \frac{Biaya\ Lingkungan}{Laba\ Bersih\ Setelah\ Pajak}$$

Sales Growth

Penjualan memegang peranan strategis bagi perusahaan mengingat operasionalnya memerlukan dukungan aset yang memadai. Formulasi untuk perhitungan pertumbuhan penjualan:

$$SG = \frac{Sales(t) - Sales(t-1)}{Sales(t-1)}\ x\ 100\%$$

Profitabilitas

Profitabilitas merujuk pada kapasitas perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dalam periode waktu yang telah ditetapkan (Suwandani & Suhendro 2017). Penelitian ini menggunakan pengukuran dengan *Net Profit Margin* (NPM).

$$NPM = \frac{Laba\ Bersih\ Setelah\ Pajak}{Penjualan\ Bersih}$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Statistik Deskriptif

Dari statistik yang dihasilkan melalui perolehan sampel sehingga diketahui perhitungan deskriptif statistik.

Tabel 2. Uji Analisis Deskriptif Statistik

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Green Accounting	88	0,10	0,82	0,2224	0,13765
Sales Growth	88	0,10	0,80	0,3509	0,17678
Nilai Perusahaan	88	0,26	2,58	1,1832	0,56325
Profitabilitas	88	0,10	0,71	0,3428	0,15081
Valid N (listwise)	88				

Sumber: *Output* SPSS 29 diolah, 2025

Uji Normalitas

Analisis hasil uji normalitas terdapat data outlier dalam pengamatan akan mengganggu proses analisis data selanjutnya. Sehingga dilakukan pengujian kembali dengan pembuangan sampel. Berdasarkan pengujian normalitas Kolmogorov-Smirnov sehingga disimpulkan data bersifat normal yang memiliki nilai sig. 0,067 > 0,05.

Uji Multikolineritas

Hasil pengujian menghasilkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10, sehingga mengindikasikan tidak terdeteksi gejala multikolineritas.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian menyatakan semua variabel menghasilkan nilai probabilitas diatas 0,05 sehingga diartikan bahwa keseluruhan variabel menunjukkan tidak berlansung heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis (Uji Statistik t)

Green accounting memiliki nilai Sig. = 0,161 > 0,05 serta koefisien unstandardized B = -0,166 hal tersebut mengindikasikan adanya pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. *Sales growth* memiliki nilai Sig. = 0,029 < 0,05 serta koefisien unstandardized B = 0,202 hal tersebut mengindikasikan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

Green accounting memiliki nilai Sig. = 0,968 > 0,05 dan koefisien unstandardized B = -0,017 hasil tersebut mengindikasikan adanya pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. *Sales growth* memiliki nilai Sig. = 0,276 > 0,05 dan koefisien unstandardized B = 1,397 hasil tersebut mengindikasikan tidak berpengaruhnya *sales growth* terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas bernilai Sig. = 0,000 < 0,05 dan koefisien unstandardized B = 1,397 dapat disimpulkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uji Sobel

Berdasarkan yang dihasilkan *one – tailed probability* pada *green accounting* sebesar 0,093 > 0,05. Pengujian ini mengungkapkan bahwa profitabilitas (Z) gagal terjadi mediasi antara *green accounting* (X_1) terhadap nilai perusahaan (Y).

Hasil data perhitungan *one – tailed probability* pada *sales growth* sebesar 0,029 < 0,05. Pengujian ini memvalidasi profitabilitas (Z) dapat memediasi antara *sales growth* (X_2) terhadap nilai perusahaan (Y).

Pembahasan

Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Profitabilitas

Green accounting mempengaruhi profitabilitas secara kontra dan tidak signifikan sehingga apabila green accounting terjadi peningkatan maka profitabilitas terjadi penurunan. Berdasarkan teori legitimasi menyatakan bahwa terkait perusahaan yang melakukan penerapan green accounting dan pengungkapan biaya lingkungan dilakukan hanya untuk memenuhi ekspetasi sosial dan menghindari sanksi sosial, tanpa diiringi oleh efisiensi operasional yang signifikan. Penerapan green accounting diakui sebagai beban akan dapat mengurangi laba jangka pendek, mengartikan bahwa pengeluaran untuk teknologi ramah lingkungan atau pengelohan limbah akan memangkas profit, sehingga mengirimkan sinyal negatif ke pasar. Penelitian ini sejalan dengan Sulistiawati & Dirgantari (2016) bahwa tidak terjadinya pengaruh yang signifikan antara pengungkapan lingkungan terhadap profitabilitas. Serta pengujian yang dilakukan Murniati & Sovita (2021).

Pengaruh *Sales Growth* Terhadap Profitabilitas

Sales growth memberikan kontribusi secara positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Sehingga mengindikasikan bahwa terjadi peningkatan *sales growth* akan diikuti peningkatan profitabilitas juga. Berdasarkan teori sinyal pertumbuhan yang sehat dan telah mencapai titik balik dimana manfaat skala ekonomi dan keunggulan kompetitif melebihi biaya pertumbuhannya, yang secara statistik terwujud dalam peningkatan profitabilitas. Peningkatan ini berpotensi memberikan dampak positif sehingga menghasilkan penghasilan lebih besar. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Mufalichah & Nurhayati (2022) dan Sukadana & Triaryati (2018) yang menjelaskan bahwa pertumbuhan penjualan secara signifikan memengaruhi profitabilitas.

Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan

Green accounting mempengaruhi secara gagal dan belum berdampak kepada nilai perusahaan menunjukkan bahwa apabila *green accounting* mengalami peningkatan sehingga nilai perusahaan akan terjadi penurunan. Berdasarkan teori stakeholder menyatakan green accounting perusahaan tidak memberikan informasi yang cukup baru atau diferensiasi yang dapat secara signifikan mengubah persepsi tentang risiko atau prospek masa depan perusahaan. Perusahaan tidak memiliki insentif kuat untuk menerapkan green accounting secara serius, yang pada gilirannya tidak akan memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan, investor tidak melihat adanya urgensi bagi perusahaan untuk mengadopsi praktik ini. Penelitian ini setara dengan Gustinya (2022) dan Walianduw & Susi (2017) menyatakan tidak berpengaruhnya pengungkapan lingkungan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Sales Growth* Terhadap Nilai Perusahaan

Sales growth berpengaruh tidak saling terkait akan nilai perusahaan sehingga membuktikan apabila sales growth meningkat namun perubahan dalam sales growth tidak memberikan dampak yang meyakinkan atau konsisten secara statistik terhadap fluktuasi nilai perusahaan. Teori sinyal mengungkapkan bahwa sinyal *sales growth* tersebut gagal menjadi sinyal yang kredibel, sehat, atau relevan di masa pasar, atau sinyal tersebut digambarkan oleh sinyal negatif yang berasal dari biaya. Investor hanya menghargai pertumbuhan yang diyakini akan memperoleh laba berkelanjutan. Penelitian ini sejalan dengan Chairani & Fitria (2023) dan Yulimtinan & Atiningsih (2021) yang menjelaskan bahwa sales growth tidak berdampak dengan nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas memberi dampak baik serta nyata terhadap nilai perusahaan. Pengujian ini menghasilkan apabila kenaikan laba diproyeksikan berdampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan. Minat investor dalam menanamkan modal dengan membeli saham perusahaan dipicu adanya peningkatan laba perunit saham yang beredar. Penelitian ini sejalan dengan Dewantari et al (2019) dan Denziana & Monica (2016) yang menjelaskan bahwa profitabilitas memberikan pengaruh baik dan nyata terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi

Profitabilitas tidak dapat berperan sebagai mediator antara *green accounting* terhadap nilai perusahaan. Sehingga mengindikasikan dampak finansial positif belum terlihat secara lansung (jangka pendek), dan upaya alokasi biaya lingkungan yang ada dinilai belum cukup efektif untuk menumbuhkan keyakinan investor dan konsumen terhadap produk, sehingga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan gagal dalam mengintegrasikan inisiatif green accounting secara otentik ke dalam strategi bisnis, sehingga green accounting tidak menghasilkan perbaikan profit yang membuat pasar menganggap seluruh upaya lingkungan tersebut tidak sah atau tidak relevan untuk valuasi jangka panjang. Penelitian ini sesuai dengan temuan yang dilakukan oleh Erlangga et al (2021) dan Melawati & Rahmawati (2022).

Pengaruh *Sales Growth* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi

Profitabilitas berperan dalam memediasi pengaruh *sales growth.* Profitabilitas berfungsi sebagai jembatan atau mekanisme yang menerjemahkan pertumbuhan penjualan menjadi kinerja keuangan yang dihargai oleh investor. Teori sinyal menjelaskan bahwa sinyal peningkatan profitabilitas dimasa depan mempengaruhi pandangan investor. Kenaikan volume penjualan sering kali memungkinkan perusahaan mencapai efisiensi biaya yang pada akhirnya meningkatkan laba dan profitabilitas. Penelitian ini konsisten dengan hasil uji Aji & Atwal (2024) membuktikan bahwa profitabilitas memediasi pertumbuhan penjualan terhadap nilai.

The results of the research and discussion are to explain the results of the research or analysis made by the researcher.

KESIMPULAN

Analisis dari pengujian data penelitian menghasilkan variabel green accounting gagal mempengaruhi secara signifikan terhadap profitabilitas. Namun, sales growth memiliki pengaruh esensial terhadap profitabilitas. Green accounting dan sales growth berpengaruh nihil terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, profitabilitas memiliki pengaruh baik terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak berperan sebagai perantara terkait green accounting dan nilai perusahaan. Namun, profitabilitas menjembatani mengenai sales growth dan nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Aji, E. R., & Atwal Arifin, D. 2024. Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Anisa, T. D., & Febyansyah, A. 2024. Pengaruh Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, *8*(1), 1992-2016.

Ardi Gunardi, S. E., Alghifari, E. S., SE, M., & Suteja, H. J. 2023. Keputusan investasi dan nilai perusahaan melalui efek moderasi corporate social responsibility dan profitabilitas: Teori dan bukti empiris. Scopindo Media Pustaka.

Budi, I. S. 2021. Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) Disclosure And Islamic Banks (Ibs) Performance: The Application Of Stakeholder Theory From Islamic Perspective. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 25(1), 76–86.

Chairani, L. A., & Fitria, A. 2023. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, *12*(6).

Cohen, N., & Robbins, P. 2011. Green Business: An A-To-Z Guide. Thousand Oaks, California: Sage Publications Inc

Denziana, A., & Monica, W. 2016. Analisis Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tergolong LQ45 Di BEI Periode 2011-2014). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Universitas Bandar Lampung*, *7*(2), 95066.

Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. 2019. Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food And Beverages Di BEI. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *1*(2), 74-83.

Dewi, P. P., & Narayana, I. P. E. (2020). Implementasi Green Accounting, Profitabilitas Dan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, *30*(12), 3252.

Erlangga, C. M., Fauzi, A., & Sumiati, A. 2021. Penerapan Green Accounting Dan Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas. *Akuntabilitas*, *14*(1), 61-78.

Gustinya, D. 2022. Pengaruh Penerapan Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Peserta Proper Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis Krisnadwipayana*, *9*(2), 759-770.

Iman, C., Sari, F. N., & Pujiati, N. 2021. Pengaruh Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Perspektif*, *19*(2), 191-198.

Irawan, D., & Kusuma, N. 2019. Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, *17*(1), 66-81.

Jama'an, J. A. 2008. Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Dan Kualitas Kantor Akuntan Publik Terhadap Integritas Informasi Laporan Keuangan (Studi Pada Perusahaan Publik Di BEJ). Doctoral dissertation, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.

Kasmir. 2016. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Penerbit Rajawali

Kasmir. 2018. Dasar – Dasar Perbankan. Jakarta: Penerbit Rajawali

Khoeriyah, A. 2020. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Sales Growth Dan Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan. *Profita: Komunikasi Ilmiah dan Perpajakan*, *13*(1), 96-111.

Lestari, R., Evas, C., & Likumahua, J. 2022. The Influence of Customer Relations, Pricing Strategy, and Branding Identity on Customer Satisfaction and Its Impact on Sales Growth PT. ISTA Indonesia. Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences, 5(3). https://doi.org/10.33258/BIRCI.V5I3.6574

Limbong, D. T. S., & Chabachib, M. 2016. Analisis Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Perusahaan Real Estate dan Properti yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2014). Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis.

Marini, Y., & Marina, N. 2017. Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, *1*(1), 7-20.

Meckling, W. H., & Jensen, M. C. 1976. Theory of the Firm. *Managerial behavior, agency costs and ownership structure*, *3*(4), 305-360.

Melawati, H. G., & Rahmawati, M. I. 2022. Pengaruh Green Accounting Dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan: Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, *11*(6).

Mufalichah, F. Z., & Nurhayati, I. 2022. Pengaruh Likuiditas, Leverage, Aktivitas, Ukuran Perusahaan, Dan Sales Growth Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Akuntansi Profesi*, *13*(1), 172-181.

Murniati, M., & Sovita, I. 2021. Penerapan Green Accounting Terhadap Profitabilitas Perusahaan Makanan Dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2015–2019. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, *23*(1), 109-122.

Rahman, Z. A., Handajani, L., & Kartikasari, N. 2023. Pengaruh Penerapan Green Accounting Terhadap Profitabilitas. *Monex: Journal of Accounting Research*, *12*(2), 251-263.

Ratusasi, M. L., & Prastiwi, A. 2021. Pengaruh Penerapan Green Accounting terhadap Kinerja Perusahaan Sektor Pertambangan dan Industri Semen yang Terdaftar di BEI pada Tahun 2015-2018. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, *9*(2).

Rokhlinasari, S. 2016. Teori-Teori Dalam Pengungkapan Informasi Corporate Social Responbility Perbankan. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, *7*(1).

Saputra, M., & Cahaya, H. 2023. Pengaruh Penerapan Green Accounting Dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi Studi Kasus Perusahaan Sektor Pertambangan Di BEI. Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Setiadi, I., & Agustina, Y. 2019. Pengungkapan Lingkungan, Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan. *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi*.

Silvia Indrarini, M. M. 2019. Nilai perusahaan melalui kualitas laba:(Good Governance dan Kebijakan Perusahaan). Scopindo Media Pustaka.

Sukadana, I. K. A., & Triaryati, N. 2018. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Food And Beverage BEI. Doctoral dissertation, Udayana University.

Sulistiawati, E., & Dirgantari, N. 2016. Analisis Pengaruh Penerapan Green Accounting Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, *6*(1).

Suwandani, A., & Suhendro, A. W. 2017. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Di Bei Tahun 2014-2015. *Jurnal akuntansi dan pajak*, *18*(01).

Tanasya, A., & Handayani, S. 2020. Green Investment Dan Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan: Profitabilitas Sebagai Pemediasi. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, *22*(2), 225-238.

Wailanduw, S. F., & Handayani, S. 2017. Peran Mediasi Pengungkapan Lingkungan Pada Pengaruh Akuntansi Lingkungan dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan. *J. Mahasiswa Unesa*, *13*(1), 13-22.

Wijaya, B. I., & Sedana, I. P. 2015. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Kebijakan Dividen Dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi. Doctoral dissertation, Udayana University

Yulimtinan, Z., & Atiningsih, S. 2021. Leverage Ukuran Perusahaan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 6(1), 69-82