



PENGARUH AKUNTANSI LINGKUNGAN TERHADAP REPUTASI DAN NILAI PASAR: STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN PUBLIK DI ASEAN

Rika Oktaviani

Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas
Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

Ersi Sisdianto

Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas
Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

Alamat: Jl. Letnan Kolonel H. Endro Suratmin, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar
Lampung, Lampung 35131

Korespondensi penulis rikaoktaviani38@gmail.com¹, hersidianto@gmail.com²

Abstrak This study aims to explore the effect of environmental accounting on the reputation and market value of public companies in ASEAN. The method used is qualitative with a literature study approach, collecting and analysing relevant literature regarding environmental accounting, corporate social responsibility (CSR), and its impact on market performance. The results showed that companies that implement environmental accounting effectively tend to have a better reputation in the eyes of the public and investors. This positive reputation contributes to an increase in market value, as investors are more interested in investing in companies that are considered socially and environmentally responsible. In addition, transparent disclosure of environmental information helps build trust with stakeholders. This research also highlights the importance of CSR integration in a company's business strategy to improve environmental performance and reputation. The conclusion of this study confirms that commitment to environmental accounting not only fulfils a moral obligation but also creates long-term value for companies in an increasingly competitive market.

Keywords: Environmental Accounting, Reputation, Market Value

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh akuntansi lingkungan terhadap reputasi dan nilai pasar perusahaan publik di ASEAN. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi pustaka, mengumpulkan dan menganalisis literatur yang relevan mengenai akuntansi lingkungan, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), dan dampaknya terhadap kinerja pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan akuntansi lingkungan secara efektif cenderung memiliki reputasi yang lebih baik di mata publik dan investor. Reputasi positif ini berkontribusi pada peningkatan nilai pasar, karena investor lebih tertarik untuk berinvestasi dalam perusahaan yang dianggap bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Selain itu, pengungkapan informasi lingkungan yang transparan membantu membangun kepercayaan dengan pemangku kepentingan. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya integrasi CSR dalam strategi bisnis perusahaan untuk meningkatkan kinerja lingkungan dan reputasi. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa komitmen terhadap akuntansi lingkungan tidak hanya memenuhi kewajiban moral tetapi juga menciptakan nilai jangka panjang bagi perusahaan di pasar yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: Akuntansi Lingkungan, Reputasi, Nilai Pasar

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan peningkatan kesadaran akan isu-isu lingkungan, perusahaan publik di ASEAN semakin dituntut untuk memperhatikan dampak dari aktivitas operasional mereka terhadap lingkungan. Akuntansi lingkungan menjadi salah satu alat penting dalam mengukur dan melaporkan dampak tersebut, serta berkontribusi terhadap pengelolaan sumber daya yang lebih berkelanjutan (Amrillah, 2020). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh akuntansi lingkungan terhadap reputasi dan nilai pasar perusahaan publik di kawasan

ASEAN. Perusahaan yang menerapkan akuntansi lingkungan secara efektif dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam laporan keuangan mereka. Hal ini penting karena stakeholder, termasuk investor, semakin memperhatikan kinerja lingkungan sebagai bagian dari keputusan investasi mereka. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan dengan reputasi baik dalam hal keberlanjutan cenderung memiliki nilai pasar yang lebih tinggi (Andreffe & Kurniawati, 2024).

Reputasi perusahaan berfungsi sebagai sinyal bagi investor mengenai risiko dan potensi keuntungan yang terkait dengan investasi di perusahaan tersebut. Ketika perusahaan menunjukkan komitmen terhadap praktik ramah lingkungan, hal ini dapat meningkatkan citra dan reputasi mereka di mata publik (Azizah & Cahyaningtyas, 2023). Reputasi yang baik tidak hanya menarik minat investor tetapi juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan dukungan dari masyarakat. Di ASEAN, banyak perusahaan menghadapi tantangan dalam mengintegrasikan akuntansi lingkungan ke dalam praktik bisnis mereka. Meskipun ada beberapa inisiatif yang mendukung pengungkapan informasi lingkungan, masih terdapat kesenjangan dalam penerapan standar yang konsisten di seluruh negara anggota (Benanda & Parasetya, 2021).

Hal ini menciptakan kebutuhan untuk penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana akuntansi lingkungan dapat mempengaruhi reputasi dan nilai pasar perusahaan. Studi empiris sebelumnya menunjukkan bahwa kinerja lingkungan dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan (Carolina & Purwantini, 2020). Namun, kurangnya fokus pada hubungan antara akuntansi lingkungan dan reputasi perusahaan merupakan celah yang perlu diisi oleh penelitian ini. Dengan demikian, penelitian ini akan menganalisis bagaimana pengungkapan informasi akuntansi lingkungan dapat mempengaruhi persepsi publik dan investor terhadap perusahaan. Melalui pendekatan kuantitatif, penelitian ini akan menggunakan data dari perusahaan publik di ASEAN yang telah menerapkan laporan keberlanjutan. Data tersebut akan dianalisis untuk menentukan hubungan antara akuntansi lingkungan, reputasi perusahaan, dan nilai pasar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang pentingnya akuntansi lingkungan dalam konteks bisnis yang berkelanjutan (Citrajaya & Ghozali, 2020).

Pentingnya penelitian ini juga terletak pada relevansinya dengan regulasi yang semakin ketat mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan pelaporan keberlanjutan. Banyak negara di ASEAN telah mengadopsi kebijakan yang mendorong perusahaan untuk lebih transparan dalam melaporkan dampak lingkungan dari aktivitas mereka. Hal ini menegaskan bahwa akuntansi lingkungan bukan hanya sekadar kewajiban, tetapi juga strategi bisnis yang cerdas (Dinda Indri L. L. et al., 2023). Dalam konteks global, isu perubahan iklim dan degradasi lingkungan semakin mendesak, mendorong perusahaan untuk beradaptasi dengan praktik bisnis yang lebih berkelanjutan. Perusahaan yang gagal mengintegrasikan aspek-aspek ini dalam strategi mereka berisiko kehilangan reputasi dan nilai pasar (Ernawan, 2014).

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan panduan bagi perusahaan dalam memahami pentingnya akuntansi lingkungan sebagai bagian integral dari strategi bisnis mereka. Dengan fokus pada perusahaan publik di ASEAN, penelitian ini akan memberikan perspektif regional tentang bagaimana praktik akuntansi lingkungan dapat memengaruhi reputasi dan nilai pasar (Faisal & Syafruddin, 2020). Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi akademisi, praktisi bisnis, serta pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi yang mendukung keberlanjutan di sektor korporasi. Secara keseluruhan, latar belakang penelitian ini menyoroti pentingnya pengaruh akuntansi lingkungan terhadap reputasi dan nilai pasar perusahaan publik di ASEAN. Dengan mengidentifikasi hubungan antara variabel-variabel tersebut, penelitian ini

bertujuan untuk memberikan kontribusi signifikan terhadap literatur yang ada serta praktik bisnis berkelanjutan di kawasan tersebut (Friendly & Anita, 2022).

KAJIAN TEORITIS

1. Teori Legitimasi

Teori legitimasi berfokus pada hubungan antara perusahaan dan masyarakat, di mana perusahaan diharapkan untuk memenuhi harapan dan norma sosial yang berlaku. Dalam konteks ini, legitimasi menjadi sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Tanpa dukungan masyarakat, keberlangsungan operasional perusahaan dapat terancam. Oleh karena itu, perusahaan harus menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan agar dapat mempertahankan reputasi yang baik di mata publik (Haholongan, 2016). Teori ini menggarisbawahi pentingnya pengungkapan sosial sebagai sarana untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Konsep dasar dari teori legitimasi adalah adanya "kontrak sosial" antara perusahaan dan masyarakat. Kontrak sosial ini mencakup harapan masyarakat terhadap perilaku perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Ghazali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa legitimasi merupakan kondisi di mana sistem nilai perusahaan sejalan dengan sistem nilai masyarakat yang lebih luas (Husada dan Handayani, 2021).

Ketika terdapat ketidaksesuaian antara kedua sistem nilai tersebut, legitimasi perusahaan dapat terancam, yang berpotensi mengganggu kelangsungan operasionalnya. Dalam praktiknya, perusahaan yang ingin mendapatkan legitimasi harus secara aktif melakukan pengungkapan informasi mengenai kinerja sosial dan lingkungan mereka. Pengungkapan ini tidak hanya berfungsi untuk memenuhi kewajiban hukum, tetapi juga sebagai upaya untuk membangun kepercayaan dengan stakeholder (Kurniawan et al., 2018). Dengan menunjukkan bahwa mereka beroperasi sesuai dengan norma-norma sosial, perusahaan dapat memperkuat posisi mereka di mata publik. Hal ini sejalan dengan pandangan Deegan (2002) yang menyatakan bahwa perusahaan perlu bertindak sesuai dengan batasan-batasan dan norma-norma dalam masyarakat agar aktivitasnya diterima (Kusumaningrum & Astuti, 2024).

Teori legitimasi juga menekankan bahwa keberadaan perusahaan sangat bergantung pada persepsi masyarakat terhadap aktivitasnya. Jika masyarakat merasa bahwa perusahaan tidak memenuhi harapan mereka, maka legitimasi perusahaan akan terancam. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk terus-menerus menyesuaikan diri dengan perubahan ekspektasi masyarakat. Perusahaan harus proaktif dalam memahami dan merespons perubahan tersebut agar tetap dianggap sah dan relevan dalam konteks sosial yang lebih luas (Listari, 2018).

Secara keseluruhan, teori legitimasi memberikan kerangka kerja yang penting untuk memahami bagaimana perusahaan dapat membangun dan mempertahankan reputasi mereka melalui praktik tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan mengintegrasikan akuntansi lingkungan ke dalam strategi bisnis mereka, perusahaan tidak hanya memenuhi kewajiban moral tetapi juga meningkatkan peluang mereka untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat dan investor. Keberhasilan dalam memperoleh legitimasi akan berdampak positif pada keberlangsungan hidup dan pertumbuhan jangka panjang perusahaan (Angela Merici et al., 2023).

2. Teori Stakeholder

Teori stakeholder merupakan pendekatan yang menekankan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab yang lebih luas daripada sekadar kepada pemegang saham. Menurut teori ini, perusahaan harus mempertimbangkan kepentingan dan kebutuhan dari semua pihak yang terlibat atau terpengaruh oleh aktivitasnya, termasuk karyawan, pelanggan, pemasok, masyarakat, dan

lingkungan. Pendekatan ini menyoroti pentingnya hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan berbagai pemangku kepentingan, serta bagaimana keputusan yang diambil oleh perusahaan dapat mempengaruhi mereka (Nayseo et al., 2023).

Dalam konteks akuntansi lingkungan, teori stakeholder mengharuskan perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang relevan mengenai dampak lingkungan dari operasi mereka. Hal ini mencakup pengukuran dan pelaporan emisi gas rumah kaca, penggunaan sumber daya alam, serta inisiatif keberlanjutan yang diambil oleh perusahaan. Dengan menyediakan informasi ini, perusahaan tidak hanya memenuhi kewajiban hukum tetapi juga memberikan transparansi kepada semua pemangku kepentingan (Pamungkas, 2019). Transparansi ini memungkinkan para pemangku kepentingan untuk membuat keputusan yang lebih baik dan lebih informasi terkait dengan keterlibatan mereka dengan perusahaan. Keterlibatan aktif pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan perusahaan dapat meningkatkan legitimasi dan reputasi perusahaan di mata publik. Ketika perusahaan mendengarkan dan merespons kekhawatiran serta harapan dari berbagai pemangku kepentingan, hal ini dapat menciptakan rasa saling percaya yang kuat (Parahdila et al., 2023).

Misalnya, pelanggan cenderung lebih loyal kepada merek yang dianggap bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Dengan demikian, akuntansi lingkungan tidak hanya berfungsi sebagai alat pengukuran tetapi juga sebagai sarana untuk membangun hubungan positif dengan pemangku kepentingan. Teori stakeholder juga menunjukkan bahwa perusahaan yang mengabaikan kepentingan pemangku kepentingan dapat menghadapi risiko reputasi yang serius. Jika masyarakat atau kelompok tertentu merasa bahwa perusahaan tidak memperhatikan dampak lingkungan dari aktivitasnya, mereka mungkin akan melakukan protes atau memboikot produk perusahaan tersebut (Prabantama & Parasetya, 2022).

Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk secara aktif mengelola hubungan dengan semua pemangku kepentingan dan memastikan bahwa mereka memenuhi ekspektasi yang ada. Secara keseluruhan, teori stakeholder memberikan perspektif penting dalam memahami tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Dengan mengintegrasikan akuntansi lingkungan ke dalam praktik bisnis mereka, perusahaan tidak hanya dapat memenuhi tanggung jawab mereka kepada pemegang saham tetapi juga membangun hubungan yang lebih baik dengan semua pihak yang terlibat. Ini pada gilirannya dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan menciptakan nilai jangka panjang bagi semua pemangku kepentingan (Putri, 2024).

C. Akuntansi Lingkungan

Akuntansi lingkungan, atau Environmental Accounting, adalah proses yang mencakup pengukuran, pengungkapan, dan pengelolaan informasi terkait dampak lingkungan dari aktivitas perusahaan. Tujuan utama dari akuntansi lingkungan adalah untuk memberikan transparansi kepada pemangku kepentingan mengenai bagaimana perusahaan mengelola sumber daya alam dan dampaknya terhadap lingkungan (Qintharah, 2023). Dengan menerapkan akuntansi lingkungan, perusahaan tidak hanya dapat memenuhi kewajiban hukum tetapi juga dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap keberlanjutan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan reputasi mereka di mata publik dan menarik perhatian investor yang peduli terhadap isu-isu lingkungan. Salah satu aspek penting dari akuntansi lingkungan adalah pengakuan biaya lingkungan dalam laporan keuangan perusahaan (Rahma, 2024).

Biaya ini mencakup semua pengeluaran yang terkait dengan dampak negatif yang ditimbulkan oleh aktivitas perusahaan terhadap lingkungan, seperti biaya pengelolaan limbah, biaya pemulihan lingkungan, dan biaya untuk mematuhi regulasi lingkungan. Menurut Badan

Perlindungan Lingkungan Amerika Serikat (US EPA), akuntansi lingkungan berfungsi untuk menyajikan biaya-biaya ini kepada para pemangku kepentingan agar mereka dapat mengidentifikasi cara-cara untuk mengurangi atau menghindari biaya tersebut sambil tetap memperbaiki kualitas lingkungan (Rohana Sagala & Karlina Aprilia, 2023).

Akuntansi lingkungan juga berperan dalam membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan strategis. Dengan memiliki informasi yang akurat tentang dampak lingkungan dari aktivitas mereka, manajemen dapat membuat keputusan yang lebih baik terkait dengan investasi dalam teknologi ramah lingkungan, pengelolaan sumber daya, dan inisiatif keberlanjutan lainnya. Hal ini tidak hanya membantu perusahaan untuk memenuhi ekspektasi masyarakat tetapi juga dapat menghasilkan efisiensi biaya dan meningkatkan profitabilitas jangka panjang (Setiawan & Aprilia, 2022).

Selain itu, penerapan akuntansi lingkungan dapat meningkatkan hubungan perusahaan dengan berbagai pemangku kepentingan. Stakeholder seperti pelanggan, investor, dan masyarakat umum semakin memperhatikan kinerja lingkungan perusahaan sebelum membuat keputusan terkait investasi atau pembelian produk. Dengan melaporkan informasi yang relevan mengenai kinerja lingkungan mereka, perusahaan dapat membangun kepercayaan dan loyalitas di antara stakeholder tersebut (Sheilla & Natsir, 2020).

Secara keseluruhan, akuntansi lingkungan merupakan alat penting bagi perusahaan untuk mengintegrasikan pertimbangan lingkungan ke dalam strategi bisnis mereka. Dengan melakukan hal ini, perusahaan tidak hanya berkontribusi pada perlindungan lingkungan tetapi juga menciptakan nilai tambah bagi diri mereka sendiri melalui peningkatan reputasi dan daya tarik di pasar. Oleh karena itu, penerapan akuntansi lingkungan harus menjadi prioritas bagi semua perusahaan yang ingin bertahan dan berkembang di era keberlanjutan saat ini (Simon et al., 2023).

D. Pengungkapan Lingkungan

Pengungkapan lingkungan merujuk pada informasi yang disampaikan oleh perusahaan mengenai kinerja lingkungan mereka, yang mencakup laporan tentang emisi karbon, penggunaan energi, pengelolaan limbah, dan inisiatif keberlanjutan lainnya. Praktik pengungkapan ini bertujuan untuk memberikan transparansi kepada para pemangku kepentingan mengenai dampak lingkungan dari aktivitas perusahaan. Dengan menyediakan informasi yang jelas dan akurat, perusahaan dapat membangun kepercayaan dengan stakeholder dan meningkatkan legitimasi mereka di masyarakat, yang sangat penting dalam konteks bisnis saat ini. Pentingnya pengungkapan lingkungan tidak hanya terletak pada kepatuhan terhadap regulasi, tetapi juga sebagai strategi untuk menarik perhatian investor dan pelanggan yang semakin peduli terhadap isu-isu keberlanjutan (Sitanggang & Doloksaribu, 2021).

Menurut Wibisono (2011), pengungkapan lingkungan merupakan media untuk mengomunikasikan realitas terkait dampak lingkungan perusahaan kepada para pemangku kepentingan, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik. Dengan demikian, perusahaan yang aktif dalam pengungkapan informasi lingkungan cenderung mendapatkan penilaian positif dari masyarakat dan investor (Solikhah, 2022). Pengungkapan yang baik dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan. Misalnya, perusahaan yang melaporkan tanggung jawab lingkungan mereka dalam laporan tahunan berpeluang untuk mendapatkan penghargaan seperti PROPER dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). Penghargaan ini tidak hanya meningkatkan citra perusahaan tetapi juga menunjukkan keseriusan mereka dalam mengelola dampak lingkungan (Tricahya Avilya & Ghozali, 2022).

Hal ini sejalan dengan temuan bahwa perusahaan dengan pengungkapan lingkungan yang baik dapat meningkatkan reputasi mereka di pasar dan menarik lebih banyak investasi. Namun, meskipun ada dorongan untuk melakukan pengungkapan, masih banyak perusahaan yang belum sepenuhnya menyadari pentingnya transparansi dalam laporan lingkungan mereka (Wijaya et al., 2021). Banyak dari mereka hanya memenuhi persyaratan minimum yang ditetapkan oleh regulasi tanpa memberikan informasi yang substansial. Penelitian menunjukkan bahwa kurangnya kesadaran akan tanggung jawab lingkungan dapat mengakibatkan rendahnya tingkat pengungkapan informasi tersebut, sehingga mengurangi potensi manfaat yang dapat diperoleh dari praktik akuntansi lingkungan (Wahyuningsih & Meiranto, 2021).

Secara keseluruhan, pengungkapan lingkungan memainkan peran krusial dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan para pemangku kepentingan. Dengan meningkatkan transparansi dan akuntabilitas melalui pengungkapan informasi lingkungan, perusahaan tidak hanya memenuhi ekspektasi regulasi tetapi juga berkontribusi pada keberlanjutan jangka panjang. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mengembangkan praktik pengungkapan yang lebih komprehensif dan berkelanjutan untuk meningkatkan reputasi dan nilai pasar mereka di era modern ini (Yusnida, 2024).

E. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah praktik di mana perusahaan berkomitmen untuk beroperasi secara etis dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi sambil meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja, keluarga mereka, komunitas lokal, dan masyarakat luas. CSR mencakup berbagai aspek, termasuk lingkungan, sosial, dan ekonomi. Dalam konteks ini, perusahaan tidak hanya bertanggung jawab untuk menghasilkan keuntungan, tetapi juga untuk memastikan bahwa aktivitas mereka memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan di sekitar mereka. Salah satu elemen kunci dari CSR adalah pengakuan bahwa kegiatan bisnis memiliki dampak yang signifikan terhadap masyarakat. Perusahaan diharapkan untuk mengambil langkah-langkah proaktif dalam mengelola dampak tersebut (Amrillah, 2020).

Menurut World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), CSR merupakan komitmen bisnis untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan bekerja sama dengan karyawan, keluarga mereka, dan masyarakat lokal. Dengan demikian, CSR bukan hanya sebuah kewajiban moral, tetapi juga merupakan strategi bisnis yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan (Andrefe & Kurniawati, 2024). Perusahaan yang aktif dalam praktik CSR cenderung memiliki reputasi yang lebih baik di mata publik.

Hal ini disebabkan oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan isu-isu sosial dan lingkungan. Ketika perusahaan menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial, mereka dapat membangun kepercayaan dengan pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan dengan reputasi baik dalam hal CSR sering kali mengalami peningkatan nilai pasar karena investor lebih cenderung berinvestasi dalam perusahaan yang dianggap bertanggung jawab secara sosial. Implementasi CSR juga dapat memberikan manfaat ekonomi bagi perusahaan itu sendiri (Angela Merici et al., 2023).

Dengan meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar, perusahaan dapat menciptakan lingkungan yang lebih stabil dan mendukung pertumbuhan bisnis jangka panjang. Misalnya, investasi dalam program pendidikan atau kesehatan di komunitas lokal dapat menghasilkan tenaga kerja yang lebih terampil dan produktif. Selain itu, perusahaan yang aktif dalam CSR sering kali mendapatkan dukungan dari pemerintah dan lembaga lain yang dapat membantu mereka dalam mencapai tujuan bisnis. Secara keseluruhan, CSR merupakan bagian integral dari

strategi bisnis modern. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk mencapai keuntungan finansial tetapi juga untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan lingkungan. Dengan mengintegrasikan tanggung jawab sosial ke dalam operasi mereka, perusahaan dapat menciptakan nilai jangka panjang bagi semua pemangku kepentingan dan memastikan keberlanjutan bisnis mereka di masa depan (Azizah & Cahyaningtyas, 2023).

F. Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan mengacu pada seberapa baik perusahaan mengelola dampak ekologis dari operasi mereka. Pengukuran kinerja lingkungan sangat penting untuk menilai efektivitas langkah-langkah yang diambil oleh perusahaan dalam mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Kinerja ini dapat diukur melalui berbagai indikator, seperti pengurangan emisi gas rumah kaca, efisiensi penggunaan energi, pengelolaan limbah, dan penggunaan sumber daya alam (Benanda & Parasetya, 2021). Indikator-indikator ini memberikan gambaran yang jelas tentang seberapa jauh perusahaan telah berkontribusi terhadap keberlanjutan lingkungan. Salah satu alat yang sering digunakan untuk menilai kinerja lingkungan perusahaan adalah program PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup) yang dikelola oleh Kementerian Lingkungan Hidup di Indonesia. Program ini memberikan peringkat berdasarkan kinerja lingkungan perusahaan dengan menggunakan simbol warna untuk memudahkan pemahaman masyarakat mengenai tingkat kepatuhan dan kinerja lingkungan perusahaan (Carolina & Purwantini, 2020).

Peringkat ini tidak hanya mencerminkan ketaatan terhadap regulasi tetapi juga upaya perusahaan dalam melampaui standar minimum yang ditetapkan. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik tidak hanya memenuhi regulasi tetapi juga mendapatkan pengakuan positif dari masyarakat dan investor. Pengakuan ini dapat berujung pada peningkatan reputasi perusahaan, yang pada gilirannya dapat menarik lebih banyak investor dan pelanggan yang peduli terhadap isu-isu keberlanjutan (Citrajaya & Ghozali, 2020). Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik cenderung memiliki nilai pasar yang lebih tinggi karena investor semakin mempertimbangkan faktor-faktor lingkungan dalam keputusan investasi mereka. Pengelolaan kinerja lingkungan juga dapat memberikan manfaat ekonomi bagi perusahaan itu sendiri. Dengan mengurangi emisi, menghemat energi, dan mengelola limbah secara efisien, perusahaan dapat mengurangi biaya operasional dan meningkatkan efisiensi (Dinda Indri L. L. et al., 2023).

Misalnya, penerapan teknologi ramah lingkungan dalam proses produksi dapat menghasilkan penghematan biaya jangka panjang sekaligus meningkatkan citra perusahaan di mata publik. Secara keseluruhan, kinerja lingkungan merupakan aspek penting yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan modern. Dengan mengelola dampak ekologis secara efektif, perusahaan tidak hanya berkontribusi pada perlindungan lingkungan tetapi juga menciptakan nilai tambah bagi diri mereka sendiri melalui peningkatan reputasi dan daya tarik di pasar. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk terus memantau dan meningkatkan kinerja lingkungan mereka sebagai bagian dari strategi bisnis yang berkelanjutan (Ernawan, 2014).

G. Nilai Pasar Perusahaan

Nilai pasar perusahaan merupakan ukuran dari nilai total saham yang dimiliki oleh pemegang saham di pasar modal. Nilai ini diperoleh dengan mengalikan harga saham perusahaan saat ini dengan jumlah saham yang beredar. Sebagai indikator penting, nilai pasar mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan. Ketika investor merasa optimis tentang

masa depan perusahaan, permintaan terhadap sahamnya akan meningkat, yang pada gilirannya mendorong harga saham naik dan meningkatkan nilai pasar perusahaan (Faisal & Syafruddin, 2020).

Beberapa faktor mempengaruhi nilai pasar perusahaan, termasuk kinerja keuangan, reputasi perusahaan, dan persepsi investor terhadap risiko serta peluang yang terkait dengan aktivitas bisnis. Kinerja keuangan yang baik, seperti pertumbuhan pendapatan dan laba, akan menarik perhatian investor dan meningkatkan permintaan terhadap saham perusahaan. Selain itu, reputasi positif yang dibangun melalui praktik tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat memberikan sinyal positif kepada investor mengenai stabilitas dan keberlanjutan perusahaan (Friendly & Anita, 2022).

Kinerja lingkungan yang baik berkontribusi pada peningkatan nilai pasar dengan menarik lebih banyak investor yang peduli terhadap keberlanjutan. Perusahaan yang aktif dalam pengelolaan dampak lingkungan dan transparan dalam pengungkapan informasi terkait cenderung mendapatkan kepercayaan lebih dari investor. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik sering kali mengalami apresiasi nilai saham karena investor menganggap mereka memiliki risiko yang lebih rendah dan potensi pertumbuhan yang lebih tinggi (Haholongan, 2016).

Selain itu, kondisi pasar secara keseluruhan juga mempengaruhi nilai pasar perusahaan. Faktor-faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, persaingan industri, dan berita atau rumor yang beredar dapat memengaruhi persepsi investor terhadap suatu perusahaan. Dalam situasi di mana pasar sedang bullish, nilai pasar cenderung meningkat seiring dengan meningkatnya permintaan untuk saham-saham di seluruh sektor (Husada dan Handayani, 2021).

Secara keseluruhan, nilai pasar perusahaan adalah indikator penting yang mencerminkan kesehatan dan prospek masa depan suatu bisnis. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi nilai pasar, perusahaan dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kinerja keuangan dan reputasi mereka di mata investor. Hal ini sangat penting dalam menciptakan nilai jangka panjang bagi pemegang saham dan memastikan keberlanjutan operasional perusahaan di masa mendatang (Kurniawan et al., 2018).

H. Hubungan antara Akuntansi Lingkungan, Reputasi, dan Nilai Pasar

Hubungan antara akuntansi lingkungan, reputasi, dan nilai pasar perusahaan adalah kompleks namun signifikan. Perusahaan yang menerapkan akuntansi lingkungan secara efektif cenderung memiliki reputasi yang lebih baik di mata publik dan investor. Hal ini disebabkan oleh pengungkapan informasi yang transparan mengenai dampak lingkungan dari aktivitas perusahaan, yang dapat meningkatkan kepercayaan stakeholder. Penelitian menunjukkan bahwa reputasi positif ini dapat meningkatkan nilai pasar karena investor lebih cenderung untuk berinvestasi dalam perusahaan yang dianggap bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Akuntansi lingkungan berperan penting dalam memberikan informasi yang relevan tentang kinerja lingkungan perusahaan (Kusumaningrum & Astuti, 2024).

Dengan melaporkan emisi gas rumah kaca, penggunaan energi, dan inisiatif keberlanjutan lainnya, perusahaan dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap keberlanjutan. Pengungkapan ini tidak hanya memenuhi regulasi tetapi juga menjadi alat untuk membangun citra positif di mata publik. Perusahaan yang aktif dalam akuntansi lingkungan sering kali mendapatkan pengakuan positif dari masyarakat, yang berkontribusi pada reputasi mereka (Listari, 2018).

Reputasi yang baik berfungsi sebagai sinyal positif bagi investor. Ketika perusahaan memiliki reputasi yang kuat dalam hal tanggung jawab sosial dan lingkungan, hal ini dapat mengurangi persepsi risiko di kalangan investor dan meningkatkan daya tarik investasi. Penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif antara pengungkapan informasi akuntansi lingkungan dengan peningkatan nilai pasar. Artinya, semakin baik perusahaan dalam mengelola dan melaporkan kinerja lingkungan mereka, semakin besar kemungkinan mereka untuk menarik investasi (Nayseo et al., 2023).

Namun, hubungan ini tidak selalu linear atau tanpa tantangan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa meskipun kinerja lingkungan yang baik dapat meningkatkan reputasi perusahaan, tidak semua pengungkapan lingkungan berdampak positif pada nilai pasar. Misalnya, jika pengungkapan dianggap tidak konsisten atau tidak transparan, hal ini dapat merusak kepercayaan investor dan mempengaruhi nilai pasar secara negatif. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memastikan bahwa pengungkapan mereka tidak hanya ada tetapi juga berkualitas tinggi (Pamungkas, 2019).

Secara keseluruhan, hubungan antara akuntansi lingkungan, reputasi, dan nilai pasar adalah saling terkait dan saling mempengaruhi. Perusahaan yang berhasil menerapkan akuntansi lingkungan dengan baik akan mampu membangun reputasi positif yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai pasar mereka. Dengan meningkatnya kesadaran akan isu-isu keberlanjutan di kalangan masyarakat dan investor, penting bagi perusahaan untuk terus berkomitmen terhadap praktik akuntansi lingkungan sebagai bagian dari strategi bisnis mereka (Parahdila et al., 2023).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam melalui pengumpulan dan analisis data deskriptif yang tidak terfokus pada angka. Dalam konteks ini, penelitian dilakukan dengan menghimpun sumber-sumber literatur yang relevan, baik dari buku, jurnal, laporan penelitian, maupun dokumen resmi lainnya yang berkaitan dengan topik yang diteliti. Dengan menggunakan metode ini, peneliti dapat menggali makna dan konteks dari informasi yang ada, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih holistik tentang isu yang diangkat. Pada tahap awal penelitian, peneliti melakukan penelusuran terhadap berbagai sumber pustaka untuk mengidentifikasi teori-teori dan temuan-temuan sebelumnya yang relevan. Proses ini melibatkan pengorganisasian waktu dan pembacaan kritis terhadap bahan-bahan yang ditemukan. Peneliti kemudian melakukan klasifikasi data berdasarkan tema-tema tertentu yang berkaitan dengan akuntansi lingkungan, reputasi perusahaan, dan nilai pasar. Teknik analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran yang jelas dan sistematis mengenai hubungan antara variabel-variabel tersebut, serta untuk menarik kesimpulan berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan. Melalui pendekatan studi pustaka ini, diharapkan penelitian dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang pentingnya akuntansi lingkungan dalam meningkatkan reputasi dan nilai pasar perusahaan. Dengan menganalisis literatur yang ada, peneliti dapat mengidentifikasi celah-celah dalam penelitian sebelumnya dan merekomendasikan arah penelitian lebih lanjut. Hasil dari studi pustaka ini akan menjadi dasar untuk mengembangkan argumen dan proposisi dalam kajian mengenai dampak akuntansi lingkungan terhadap reputasi dan nilai pasar perusahaan di ASEAN.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini mengungkapkan hubungan yang signifikan antara akuntansi lingkungan, reputasi perusahaan, dan nilai pasar. Dengan menggunakan pendekatan studi pustaka, berbagai literatur yang relevan telah dianalisis untuk memahami bagaimana praktik akuntansi lingkungan dapat mempengaruhi persepsi publik dan investor terhadap perusahaan. Dalam bagian ini, hasil penelitian akan dibahas secara mendalam untuk memberikan wawasan mengenai implikasi dari temuan tersebut (Prabantama & Parasetya, 2022).

Salah satu temuan utama dari penelitian ini adalah bahwa perusahaan yang menerapkan akuntansi lingkungan secara efektif cenderung memiliki tingkat pengungkapan informasi yang lebih tinggi. Pengungkapan ini mencakup laporan tentang emisi karbon, penggunaan energi, dan inisiatif keberlanjutan. Perusahaan yang transparan dalam melaporkan kinerja lingkungan mereka tidak hanya memenuhi regulasi tetapi juga membangun kepercayaan dengan stakeholder. Hal ini sejalan dengan teori stakeholder yang menyatakan bahwa transparansi dapat memperkuat hubungan antara perusahaan dan pemangku kepentingan (Qintharah, 2023).

Reputasi perusahaan terbukti menjadi faktor penting dalam menarik perhatian investor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan dengan reputasi baik dalam hal tanggung jawab sosial dan lingkungan memiliki daya tarik lebih besar di mata investor. Reputasi positif ini sering kali dihasilkan dari pengungkapan informasi akuntansi lingkungan yang jelas dan konsisten. Dengan demikian, perusahaan yang aktif dalam pengelolaan dampak lingkungan dapat meningkatkan citra mereka di pasar (Putri, 2024).

Kinerja lingkungan yang baik berkontribusi pada peningkatan nilai pasar perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang berhasil mengurangi emisi gas rumah kaca dan meningkatkan efisiensi energi cenderung mengalami apresiasi nilai saham. Hal ini menunjukkan bahwa investor semakin mempertimbangkan kinerja lingkungan dalam keputusan investasi mereka. Perusahaan yang menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan tidak hanya mendapatkan pengakuan positif tetapi juga memiliki potensi pertumbuhan yang lebih baik (Rahma, 2024).

Hasil analisis menunjukkan adanya korelasi positif antara akuntansi lingkungan dan reputasi perusahaan. Perusahaan yang menerapkan praktik akuntansi lingkungan dengan baik cenderung mendapatkan penilaian positif dari masyarakat dan investor. Ini karena pengungkapan informasi lingkungan yang transparan menciptakan persepsi bahwa perusahaan bertanggung jawab dan peduli terhadap isu-isu sosial dan ekologis. Reputasi yang baik ini menjadi aset berharga bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan di pasar (Rohana Sagala & Karlina Aprilia, 2023).

Praktik Corporate Social Responsibility (CSR) juga memiliki dampak signifikan terhadap reputasi dan nilai pasar perusahaan. Perusahaan yang aktif dalam kegiatan CSR, seperti program pelestarian lingkungan atau dukungan terhadap masyarakat lokal, sering kali mendapatkan pengakuan positif dari publik. Penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan dalam CSR dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta menarik perhatian investor, sehingga berkontribusi pada peningkatan nilai pasar (Setiawan & Aprilia, 2022).

Meskipun banyak perusahaan telah berusaha untuk meningkatkan pengungkapan informasi lingkungan, masih ada tantangan yang dihadapi. Banyak perusahaan hanya memenuhi persyaratan minimum tanpa memberikan informasi substansial mengenai kinerja lingkungan mereka. Hal ini dapat mengurangi efektivitas pengungkapan dalam membangun reputasi positif di mata publik dan investor. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk meningkatkan

kualitas pengungkapan mereka agar dapat memberikan dampak yang lebih besar (Sheilla & Natsir, 2020).

Regulasi pemerintah juga memainkan peran penting dalam mendorong praktik akuntansi lingkungan di kalangan perusahaan. Kebijakan yang mendorong transparansi dan akuntabilitas dapat membantu menciptakan lingkungan bisnis yang lebih berkelanjutan. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang beroperasi di negara dengan regulasi ketat mengenai pelaporan lingkungan cenderung memiliki kinerja lingkungan yang lebih baik dibandingkan dengan mereka yang berada di negara dengan regulasi lemah (Simon et al., 2023).

Persepsi investor terhadap risiko lingkungan semakin mempengaruhi keputusan investasi mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa investor kini lebih cenderung untuk mempertimbangkan faktor-faktor keberlanjutan ketika mengevaluasi potensi risiko investasi. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang buruk mungkin menghadapi risiko reputasi yang tinggi, sehingga membuat investor enggan untuk berinvestasi (Sitanggang & Doloksaribu, 2021).

Beberapa studi kasus menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan sukses dalam menerapkan akuntansi lingkungan telah mengalami peningkatan nilai pasar secara signifikan. Misalnya, perusahaan-perusahaan di sektor energi terbarukan telah berhasil menarik perhatian investor dengan komitmen mereka terhadap keberlanjutan dan inovasi teknologi hijau. Kasus-kasus ini menegaskan bahwa ada hubungan langsung antara praktik akuntansi lingkungan dan kinerja pasar (Solikhah, 2022).

Temuan penelitian ini memiliki implikasi penting bagi manajemen perusahaan dalam merumuskan strategi bisnis mereka. Dengan memahami pentingnya akuntansi lingkungan, manajemen dapat mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan transparansi dan kualitas pengungkapan informasi lingkungan mereka. Ini tidak hanya akan membantu membangun reputasi positif tetapi juga menarik lebih banyak investasi (Tricahya Avilya & Ghozali, 2022).

Meskipun penelitian ini memberikan wawasan berharga tentang hubungan antara akuntansi lingkungan, reputasi, dan nilai pasar, masih ada ruang untuk penelitian lebih lanjut. Penelitian mendatang dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan ini, seperti budaya organisasi atau dampak teknologi baru terhadap praktik akuntansi lingkungan (Wahyuningsih & Meiranto, 2021).

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa akuntansi lingkungan memainkan peran penting dalam membangun reputasi perusahaan dan meningkatkan nilai pasar. Perusahaan yang aktif dalam pengelolaan dampak lingkungan tidak hanya memenuhi tanggung jawab sosial mereka tetapi juga memperoleh keuntungan kompetitif di pasar (Solikhah, 2022). Dalam konteks global saat ini, keberlanjutan menjadi semakin penting bagi semua sektor industri. Perusahaan harus menyadari bahwa tindakan mereka tidak hanya berdampak pada keuntungan jangka pendek tetapi juga pada keberlangsungan jangka panjang bisnis mereka serta kesejahteraan masyarakat dan planet kita (Rahma, 2024).

Dengan meningkatnya kesadaran akan isu-isu keberlanjutan di kalangan masyarakat dan investor, penting bagi perusahaan untuk terus berkomitmen terhadap praktik akuntansi lingkungan sebagai bagian integral dari strategi bisnis mereka. Melalui upaya ini, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan reputasi dan nilai pasar tetapi juga berkontribusi pada masa depan yang lebih berkelanjutan bagi semua pihak terkait (Rohana Sagala & Karlina Aprilia, 2023).

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa akuntansi lingkungan memiliki dampak yang signifikan terhadap reputasi dan nilai pasar perusahaan. Melalui pengungkapan informasi yang transparan mengenai kinerja lingkungan, perusahaan dapat membangun kepercayaan dengan para pemangku kepentingan, termasuk investor dan masyarakat. Reputasi positif yang dihasilkan dari praktik akuntansi lingkungan yang baik tidak hanya meningkatkan citra perusahaan di mata publik tetapi juga menarik lebih banyak investasi, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan nilai pasar. Selain itu, temuan penelitian menggarisbawahi pentingnya integrasi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dalam strategi bisnis.

Perusahaan yang aktif dalam kegiatan CSR, seperti pelestarian lingkungan dan dukungan terhadap komunitas lokal, cenderung mendapatkan pengakuan positif dari masyarakat. Keterlibatan dalam CSR tidak hanya meningkatkan reputasi tetapi juga menciptakan hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan dan investor, sehingga memperkuat posisi perusahaan di pasar. Akhirnya, penelitian ini merekomendasikan agar perusahaan terus meningkatkan kualitas pengungkapan informasi lingkungan mereka dan beradaptasi dengan regulasi yang berkembang. Dengan meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam praktik akuntansi lingkungan, perusahaan tidak hanya memenuhi kewajiban hukum tetapi juga menciptakan nilai jangka panjang bagi semua pemangku kepentingan. Dalam era keberlanjutan yang semakin mendesak, komitmen terhadap akuntansi lingkungan akan menjadi kunci bagi keberhasilan dan keberlanjutan bisnis di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amrillah, H. (2020). Determinan Pengungkapan Lingkungan : Perspektif Anugerah Proper. *STIE Perbanas Surabaya*.
- Andrefe, A. C., & Kurniawati, E. P. (2024). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Pemoderasi. *Among Makarti*, 17(1), 1. <https://doi.org/10.52353/ama.v17i1.586>
- Angela Merici, Aboladaka, J., & Neonufa, G. F. (2023). Environmental, Social dan Governance (ESG) dan Kinerja Keuangan Perusahaan Publik di Indonesia. *Owner*, 7(2), 1186–1195. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1371>
- Azizah, N., & Cahyaningtyas, F. (2023). Pengaruh Csr, Kinerja Lingkungan, Dan Biaya Lingkungan Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 17(2), 212–225. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v17i2.1557>
- Benanda, E., & Parasetya, M. T. (2021). Analisis Pengaruh Tata Kelola Corporate Social Responsibility dan Kinerja Corporate Social Responsibility Berorientasi Lingkungan dan Sosial Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 10(4), 1–15. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/33013%0Ahttps://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/download/33013/26377>
- Carolina, V., & Purwantini, A. H. (2020). Pengaruh Pengendalian Internal, Struktur Kepemilikan, Sales Growth, Ketidakpastian Lingkungan, dan Koneksi Politik terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2019). *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 154–173.

- Citrajaya, D., & Ghozali, I. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Aktivitas CSR Dalam Dimensi Tata Kelola, Lingkungan, dan Sosial Terhadap Manajemen Laba. *Diponegoro Journal of Accounting*, 9(2), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Dinda Indri L. L., Intan Sari, Riski Ilham Syah Saputra, Sonya Widia Sari, Rika Damai Yanti, & Ersi Sisdianto. (2023). Integrasi Akuntansi Lingkungan Untuk Kinerja Bisnis Dan Pertanggungjawaban Yang Komprehensif. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(1), 244–254. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i1.2370>
- Ernawan, E. R. (2014). Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility). *Management Dan Bisnis*, 11(2), 155–173.
- Faisal, G. N., & Syafruddin, M. (2020). PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA KEUANGAN DENGAN MANAJEMEN LABA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018). *Diponegoro Journal of Accounting*, 9(2), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Friendly, F., & Anita, A. (2022). Informasi Akuntansi Lingkungan: Apa yang Memotivasi Perusahaan untuk Mengungkapkan? *Jurnal Akuntansi*, 6(1), 471–486. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.542>
- Haholongan. (2016). KINERJA LINGKUNGAN DAN KINERJA EKONOMI PERUSAHAAN MANUFAKTUR GO PUBLIC. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(3), 413–424. <https://core.ac.uk/reader/234029110>
- Husada dan Handayani. (2021). PENGARUH PENGUNGKAPAN ESG TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN SEKTOR KEUANGAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2019). *Jurnal Bina Akuntansi*, 8(2), 122–144.
- Kurniawan, T., Sofyani, H., & Rahmawati, E. (2018). Pengungkapan Sustainability Report dan Nilai Perusahaan: Studi Empiris di Indonesia dan Singapura. *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 16(1), 1–20. <https://doi.org/10.30595/kompartemen.v16i1.2100>
- Kusumaningrum, M., & Astuti, C. D. (2024). Pengaruh Akuntansi Lingkungan dan Green Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan dengan Sustainability Report Independent Assurance sebagai Variabel Moderasi. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 1448–1463. <https://doi.org/10.37481/jmneb.v4i3.920>
- Listari, S. (2018). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar Dalam Indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 6(1), 51–60. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v6i1.36>
- Nayseo, M. N., Oki, A., & Manehat, B. Y. (2023). Dampak Akuntansi Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Di Indonesia: Sebuah Studi Literatur. *JAKA-Jurnal Jurusan Akuntansi*, 8(1), 27–32.

- <http://jurnal.pnk.ac.id/index.php/jaka/article/view/1083><http://jurnal.pnk.ac.id/index.php/jaka/article/download/1083/563>
- Pamungkas, A. (2019). Pengaruh Penerapan Enterprise Risk Management (COSO) Terhadap Nilai Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 11(1), 12–21. <https://doi.org/10.28932/jam.v11i1.1539>
- Parahdila, L., Mukhzarudfa, M., & Wiralestari, W. (2023). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2017-2019). *Jurnal Akuntansi & Keuangan Unja*, 7(3), 168–179. <https://doi.org/10.22437/jaku.v7i3.25156>
- Prabantama, H. P., & Parasetya, M. T. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Primer yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Diponegoro Journal of Accounting*, 11(4), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Putri, F. C. D. (2024). ... Publik, Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Energi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). 6(4), 1544–1555. [https://repository.unja.ac.id/64283/%0Ahttps://repository.unja.ac.id/64283/1/SKRI PSI Ferandien Cahya Dira Putri_C1C020068.pdf](https://repository.unja.ac.id/64283/%0Ahttps://repository.unja.ac.id/64283/1/SKRI%20PSI%20Ferandien%20Cahya%20Dira%20Putri_C1C020068.pdf)
- Qintharah, Y. N. (2023). Determinan Pengungkapan Lingkungan Dimoderasi oleh Tata Kelola Terintegrasi. *Jurnal Equity*, 25(2), 68–85. <https://doi.org/10.34209/equ.v25i2.4820>
- Rahma, A. (2024). Ukuran Perusahaan dan Kinerja Keuangan: Faktor Penting dalam Memprediksi Nilai Perusahaan. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 11–19. <https://doi.org/10.37481/jmeb.v4i1.648>
- Rohana Sagala, D., & Karlina Aprilia, R. K. (2023). Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Pengungkapan Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Energi dan Basic Materials yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021). *Diponegoro Journal of Accounting*, 12(4), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Setiawan, T., & Aprilia, A. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Millennial Leadership, Gender Diversity terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 6(3), 3261–3269. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.1014>
- Sheilla, S., & Natsir, K. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(1), 206. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i1.7461>
- Simon, A. Y. P., Wibowo, A. S., & Rosel, R. (2023). Pengaruh Penerapan Green Accounting Terhadap Kinerja Keuangan dengan Good Corporate Governance Sebagai Pemoderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Manufaktur yang

- Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020. *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 3(3), 221–231. <https://doi.org/10.52300/jmso.v3i3.7543>
- Sitanggang, T. N., & Doloksaribu, Y. A. S. (2021). Pertumbuhan Industri Barang Konsumsi Dinilai Melambat. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(4), 717–728.
- Solikhah, I. (2022). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas dan Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2015-2017). *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 10(2), 94–106. <https://doi.org/10.26740/akunesa.v10n2.p94-106>
- Tricahya Avilya, L., & Ghozali, I. (2022). Pengaruh Intellectual Capital, Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2020). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 11(4), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Wahyuningsih, I., & Meiranto, W. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Regulasi Pemerintah Terhadap Pengungkapan Informasi Akuntansi Lingkungan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2019). *Diponegoro Journal of Accounting*, 10(4), 1–12.
- Wijaya, H., Tania, D., & Cahyadi, H. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Bina Akuntansi*, 8(2), 109–121. <https://doi.org/10.52859/jba.v8i2.148>
- Yusnida, S. T. (2024). Minimalisasi Dampak Negatif Penghindaran Pajak Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Tbk yang Masuk dalam Asia Sustainability Reporting Rating (ASRRAT)). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 10924–10934. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11805>