

***THE EFFECT OF GREEN ACCOUNTING AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON COMPANY REPUTATION WITH COMPANY SIZE AS A MODERATING VARIABLE***

**PENGARUH GREEN ACCOUNTING DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**Silvia Fitriana<sup>1</sup>, Sobrotul Imtikhanah<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan,  
Pekalongan<sup>1,2</sup>

[silvia.fitriana001@gmail.com](mailto:silvia.fitriana001@gmail.com)<sup>1</sup>, [emmaferdiz.umpp@gmail.com](mailto:emmaferdiz.umpp@gmail.com)<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of green accounting and corporate social responsibility (CSR) on corporate reputation, with company size as a moderating variable. The research method used multiple regression analysis and Moderated Regression Analysis (MRA) on 40 companies in the basic materials sector listed on the Bursa Efek Indonesia for the period 2022-2024 with a quantitative approach. The results indicate that green accounting has a significant negative effect on corporate reputation, while CSR has a significant positive effect. Firm size is found to moderate the effect of green accounting, but does not significantly moderate the relationship between CSR and corporate reputation. This study support legitimacy and stakeholder theories, emphasizing the importance of transparency and tangible impacts in environmental and social practices.*

**Keywords:** *Green Accounting, Corporate Social Responsibility, Corporate Reputation, Firm Size.*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green accounting* dan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap reputasi perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Metode penelitian menggunakan analisis regresi berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) pada 40 perusahaan sektor *basic materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024 dengan pendekatan kuantitatif. Hasil menunjukkan bahwa *green accounting* berpengaruh negatif signifikan terhadap reputasi perusahaan, sedangkan CSR berpengaruh positif signifikan. Ukuran perusahaan terbukti dapat memoderasi pengaruh *green accounting*, tetapi tidak berpengaruh signifikan dalam memoderasi hubungan CSR dan reputasi perusahaan. Penelitian ini mendukung teori legitimasi dan stakeholder, menekankan pentingnya transparansi dan dampak nyata dalam praktik lingkungan dan sosial.  
**Kata Kunci:** *Green Accounting, Corporate Social Responsibility, Reputasi Perusahaan, Ukuran Perusahaan.*

**PENDAHULUAN**

Dalam beberapa tahun terakhir, perhatian global terhadap isu lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan (*Environmental, Social, and Governance* (ESG)) mengalami peningkatan yang signifikan. Berdasarkan laporan KPMG (2022), hampir 96% perusahaan besar di seluruh dunia telah merilis laporan keberlanjutan, dan lebih dari 80% perusahaan di Asia Pasifik menganggap ESG sebagai elemen kunci dalam strategi mereka. Isu perubahan iklim, penggundulan hutan, pencemaran, dan

ketidaksetaraan sosial merupakan faktor-faktor utama yang mempengaruhi bagaimana investor, pemerintah dan masyarakat memandang tanggung jawab perusahaan.

Sektor *basic material* yang mencakup industri pertambangan, kimia dasar, semen, serta pengolahan kayu dan kertas merupakan salah satu bidang dengan dampak lingkungan yang paling signifikan. Data menunjukkan bahwa industri pertambangan menyumbang sekitar 24% dari total konflik agraria di Indonesia sepanjang 2022 (KPA, 2023), dan telah mencemari lebih dari 140

sungai aktif. Industri semen menyumbang sekitar 7% emisi karbon global (IEA, 2022), dan deforestasi mencapai 1.1 juta hektare pada 2023 (Global Forest Watch, 2024). Ini menjadikan sektor tersebut dalam perhatian publik terkait keberlanjutan dan reputasi perusahaan.

Implementasi *green accounting* dan CSR di sektor basic material masih belum maksimal. Perusahaan kerap tidak memperhatikan dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh kegiatan operasionalnya, yang pada akhirnya dapat menjadi risiko bagi kelangungan bisnis perusahaan (Asjuwita & Agustin, 2020). Bahkan banyak perusahaan yang hanya melaporkan kegiatan CSR mereka secara simbolis tanpa adanya integritas yang strategis ke dalam model bisnis mereka. Dalam beberapa situasi, laporan keberlanjutan tidak mencerminkan keadaan di lapangan yang sesungguhnya. Sebagai contoh, PT Semen Indonesia Tbk, yang merupakan perusahaan terbesar dalam industri semen di Indonesia, telah menerima kritikan dari masyarakat Aceh terkait efektivitas program CSR yang dianggap tidak memberikan manfaat yang nyata. Ketua Badan Kehormatan Dewan DPR Aceh menyatakan bahwa dana CSR perusahaan yang mencapai Rp 30 miliar selama 10 tahun terakhir tidak memberikan dampak langsung bagi masyarakat sekitar, dan beberapa proyek CSR bahkan dianggap mangkrak (www.liputan6.com, 2021). Selain itu, warga di sekitar pabrik juga melaporkan gangguan akibat debu semen yang mencemari tempat tinggal dan lahan pertanian mereka, memperkuat pandangan negatif meskipun perusahaan tetap melaporkan kegiatan CSR dan lingkungan. Kasus lain terjadi di Raja Ampat, Papua Barat tepatnya di Pulau Gag, Kawe dan Manuran.

Terdapat aktivitas pertambangan nikel di wilayah yang telah ditetapkan sebagai Geopark UNESCO. Aktivitas tersebut menyebabkan deforestasi, sedimentasi, serta kerusakan terumbu karang. Meskipun pemerintah mencabut izin empat dari lima perusahaan tambang karena kekhawatiran akan dampak ekologis, namun satu izin tetap diberikan, sehingga memicu kritik terhadap konsistensi kebijakan dan komitmen terhadap keberlanjutan. Akibatnya, reputasi perusahaan tambang menjadi terancam karena dinilai mengabaikan aspek konservasi dan tanggung jawab sosial (Mongabay, 2025). Kasus lainnya yang menyorot pentingnya keterbukaan informasi adalah Harita Group, yang diberitakan The Guardian (2025) karena tidak mengungkapkan pencemaran air minum oleh zat berbahaya chromium-6 di wilayah operasionalnya. Kasus ini menimbulkan sorotan internasional, khususnya karena perusahaan tersebut adalah bagian dari rantai pasok logam kendaraan listrik. Ketidakterbukaan informasi lingkungan seperti ini berisiko menurunkan reputasi perusahaan, bahkan jika mereka secara finansial tetap berkinerja baik.

Dalam hal ini, transparansi informasi lingkungan menjadi sangat penting. Namun, hingga saat ini masih terdapat ketimpangan pengungkapan yang signifikan. Studi oleh KPMG (2022) menunjukkan bahwa hanya 52% perusahaan di Asia Tenggara yang mengungkapkan indikator lingkungan secara lengkap, dan di Indonesia, kurang dari 40% perusahaan sektor basic material yang konsisten menggunakan standar GRI penuh (OJK, 2023).

Di Indonesia, kebijakan yang memperkuat transparansi dalam pelaporan non-keuangan semakin ditingkatkan, terutama setelah

diterbitkannya Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No.51 Tahun 2017 yang mengharuskan lembaga layanan keuangan dan perusahaan publik untuk membuat laporan keberlanjutan. Bursa Efek Indonesia (BEI) juga mendukung pengungkapan informasi tentang ESG sebagai bentuk tanggung jawab kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

Oleh karena itu, *green accounting* menjadi solusi strategis dalam menghadapi tantangan lingkungan akibat operasional perusahaan. Kebijakan ini juga didukung oleh Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 yang mewajibkan perusahaan terbatas untuk melaksanakan tanggung jawab dan lingkungan. Melalui *green accounting*, perusahaan menghitung biaya lingkungan sebagai wujud komitmen terhadap keberlanjutan. Penelitian sebelumnya oleh Rabbani (2023) pengungkapan lingkungan berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) juga berperan penting dalam membentuk reputasi perusahaan di mata publik. Selain menjadi kewajiban hukum berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 dan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012, CSR juga merupakan strategi perusahaan dalam menunjukkan komitmen terhadap isu sosial dan lingkungan. Pelaksanaan CSR yang konsisten dapat memperkuat citra positif, meningkatkan kepercayaan *stakeholder*, serta mengurangi kemungkinan terjadinya konflik sosial yang dapat mempengaruhi kelangsungan usaha. Penelitian sebelumnya oleh Agustina et al. (2023) menunjukkan CSR dan Risiko Investasi berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi kapasitas dan keseriusan

dalam menjalankan *green accounting* dan CSR. Perusahaan besar umumnya memiliki keterbatasan implementasi tetapi ekspektasi publik terhadap mereka juga lebih rendah. Oleh karena itu, ukuran perusahaan berpotensi memoderasi pengaruh *green accounting* dan CSR terhadap reputasi. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green accounting* dan CSR terhadap reputasi perusahaan, serta peran ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi, dengan objek perusahaan sektor basic material yang terdaftar di BEI, tanpa membatasi hanya pada sub-sektor tertentu.

*Grand theory* yang digunakan pada penelitian ini adalah teori legitimasi. Menurut Deegan dan Tobin (2002) sebuah perusahaan akan mendapatkan legitimasi jika ada keselarasan antara hasil yang diperoleh dan harapan masyarakat terhadap perusahaan tersebut, sehingga masyarakat tidak memberikan protes. Perusahaan dapat melakukan pengorbanan sosial sebagai wujud kepedulian mereka terhadap masyarakat. Perusahaan yang melakukan pelaporan atas dampak lingkungan dan sosial dipandang lebih transparan dan bertanggung jawab, sehingga meningkatkan legitimasi dan reputasi perusahaan di mata publik (Suchman, 1995).

Teori *Stakeholder* menurut Ghozali dan Chairiri (2007) menyatakan bahwa sebuah perusahaan tidak hanya berfungsi untuk kepentingan dirinya sendiri, tetapi juga harus memberikan nilai tambah bagi semua *stakeholder* yang terlibat. Perusahaan tidak hanya sekedar bertanggung jawab terhadap pemegang saham (*shareholder*), tetapi juga kepada berbagai pihak yang berkepentingan terhadap kegiatan perusahaan, baik secara langsung

maupun tidak langsung. Hubungan yang positif antara manajemen dan para pemangku kepentingan adalah faktor penting untuk kelangsungan perusahaan dalam jangka panjang (Freeman, 1984).

Biaya lingkungan adalah biaya yang merujuk pada pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan sehubungan dengan kerusakan yang diakibatkan terhadap lingkungan serta tindakan perlindungan yang diambil (Wangi & Lestari, 2019). Dalam penelitian ini *green accounting* diukur dengan cara membandingkan pengeluaran perusahaan untuk tanggung jawab sosial perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh dalam tahun yang sama. Menggunakan rumus:

$$\text{Biaya Lingkungan} = \frac{\text{Biaya CSR}}{\text{Laba Tahun Berjalan}}$$

*Corporate Social Responsibility* adalah salah satu bentuk tanggung jawab sosial yang wajib dilakukan oleh manajemen perusahaan terhadap semua pemangku kepentingan dan pihak-pihak terkait. Pihak-pihak tersebut termasuk karyawan, pemegang saham, konsumen, pemerintah, serta masyarakat di sekitar lokasi perusahaan (Rosyda, 2023). Dalam penelitian ini, CSR diukur dengan menggunakan Indeks CSR berdasarkan indikator dari Global Reporting Initiative (GRI) standar 2021. Penerapan pedoman GRI Standards 2021 yang diterapkan secara resmi pada 1 Januari 2023. Terdapat total 117 indikator yang tercantum dalam GRI standar 2021. Indikator tersebut akan dievaluasi menggunakan variabel dummy, sebagai berikut:

Skor 0: jika perusahaan tidak menyampaikan item dalam daftar indikator

Skor 1: jika perusahaan menyampaikan item dalam daftar indikator

Indeks CSR dapat dihitung dengan rumus:

$$CSR_i = \frac{\sum X_{yi}}{n_i}$$

Reputasi perusahaan dapat dievaluasi melalui kemampuan dan keunggulan yang dimiliki jika dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan pesain lainnya (Milewicz dan Golden, 1994). Variabel reputasi perusahaan diukur menggunakan rumus:

$$\text{Tobin's } Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Keterangan :

EMV = Nilai Pasar Ekuitas Saham

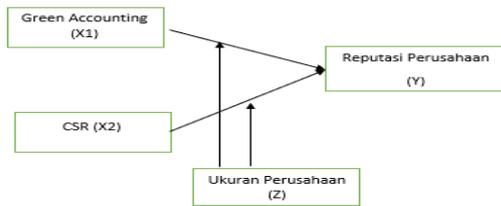
D (Debt) = Total Hutang

EBV = Total Aktiva

Ukuran perusahaan adalah ukuran yang dipakai untuk mengevaluasi besarnya suatu perusahaan. Logaritma natural dari total aset digunakan dalam penelitian untuk mengukur ukuran perusahaan (Yovana dan Kadir, 2020). Ukuran perusahaan diukur dengan rumus:

$$[\text{Firm Size} = \ln(\text{Total Aset})]$$

Peneliti menggunakan studi-studi sebelumnya sebagai pedoman dalam melakukan penelitian, sehingga peneliti dapat meningkatkan kualitas penelitian dengan menganalisis temuan-temuan yang ada. Dalam upaya memperkaya bahan kajian, peneliti juga menyoroti berbagai penelitian lain sebagai referensi. Peneliti sebelumnya telah mengeksplorasi beberapa variabel, seperti *green accounting* (Anastasya, T. et. al. 2025), serta *corporate social responsibility* (Agustina, L. et. al. 2023). Hasil dari penelitian-penelitian tersebut kemudian menjadi dasar pemikiran untuk penelitian ini, sebagai berikut:



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- H1: Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Reputasi Perusahaan
- H2: Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Reputasi Perusahaan
- H3: Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Reputasi Perusahaan
- H4: Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Reputasi Perusahaan.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Kuantitatif dengan metode Analisis Regresi Berganda dan Moderated Regression Analysis (MRA). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini berupa seluruh Perusahaan Sektor Basic Materials yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024 yang berjumlah 112 perusahaan sektor basic materials. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sample (sampel tak acak) dengan metode purposive sampling dan diperoleh sejumlah 40 perusahaan sektor basic materials. Hasil pemilihan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan dapat dilihat pada tabel 1.

**Table 1. Kriteria Sampel Penelitian**

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan sektor basic materials yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2022-2024	112
2	Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan secara lengkap pada tahun 2022-2024 dalam website bei atau website resmi perusahaan	(38)
3	Perusahaan yang mengalami rugi selama tahun pengamatan	(34)
<b>Total Sampel Penelitian</b>		<b>40</b>

Sumber: [www.idx.co.id/id](http://www.idx.co.id/id) - Diolah oleh penulis, 2025

**Jenis Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data sekunder. Data sekunder berupa annual report atau Laporan Keuangan tahunan perusahaan dari situs resmi Bursa Efek Indonesia dan website masing-masing perusahaan.

**Analisis Data**

Data dianalisis menggunakan teknik analisis statistik deskriptif, analisis regresi linear berganda setelah melewati uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas. Variabel moderasi di uji menggunakan teknik Moderated Regression Analysis (MRA). Selain itu, dilakukan uji hipotesis, seperti Uji T (T-Test) dan uji koefisien.

Analisis Regresi Berganda dan Moderated Regression Analysis (MRA). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini berupa seluruh Perusahaan Sektor Basic Materials yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024 yang berjumlah 112 perusahaan sektor basic materials. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sample (sampel tak acak) dengan metode purposive Sampling dan diperoleh sejumlah 40 perusahaan sektor basic materials. Hasil pemilihan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan dapat dilihat pada

tabel 1. determinasi (R<sup>2</sup>). Seluruh analisis dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS 26.

## HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

### Analisis Statistik Deskriptif

Pengukuran statistik deskriptif untuk variabel ini dilakukan guna memberikan gambaran umum dari data, seperti nilai rata-rata (mean), nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi dari setiap variabel, yaitu green accounting (X1), Corporate Social Responsibility (X2), Ukuran Perusahaan (M) dan Reputasi Perusahaan (Y). Rincian lengkap mengenai hasil analisis uji statistik deskriptif dapat ditemukan dalam tabel berikut:

**Table 2. Hasil Statistic Deskriptif**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		120	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.25683348	
Most Extreme Differences	Absolute	.118	
	Positive	.118	
	Negative	-.099	
Test Statistic		.118	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.064 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.058
		Upper Bound	.070

Sumber : Hasil Output SPSS versi 26

Berdasarkan tabel 2, penelitian menggunakan 120 sampel data dari laporan keuangan dan laporan berkelanjutan perusahaan Sektor *Basic Materials* yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024. Variabel *Green Accounting* (X1) memiliki nilai minimum 0.00; nilai maksimum 0.49; nilai rata-rata 0.0345; dan standar deviasi 0.06695. Variabel *Corporate Social Responsibility* (X2) dengan nilai minimum 0.06; nilai maksimum 0.99; nilai rata-rata 0.4496; dan nilai standar deviasi 0.28011. Variabel Reputasi

Perusahaan (Y) dengan nilai minimum 0.00; nilai maksimum 5.22; nilai rata-rata 0.9091; dan nilai standar deviasi 0.70840. Variabel Ukuran Perusahaan (Z) dengan nilai minimum 25.06; nilai maksimum 32.05; nilai rata-rata 28.8063; nilai standar deviasi 1.67533.

### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini dilakukan untuk memastikan bahwa model yang diperoleh dari penelitian memenuhi dasar analisis regresi yang termasuk di dalamnya adalah asumsi uji sebagai berikut:

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam analisis regresi digunakan untuk menentukan apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi mengikuti pola distribusi normal. Model regresi yang baik adalah nilai yang residunya mengikuti distribusi normal (Ghozali, 2018). Untuk penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan metode Kolmogorov Smirnov. Kriteria dalam pengambilan keputusan adalah jika nilai Asymp Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0.05 maka data dianggap berdistribusi normal. Hasil dari uji normalitas untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Table 3. Hasil Uji Normalitas**

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Green Accounting	120	.00	.49	.0345	.06695
CSR	120	.06	.99	.4496	.28011
Reputasi Perusahaan	120	.00	5.22	.9091	.70840
Ukuran Perusahaan	120	25.06	32.05	28.8063	1.67533
Valid N (listwise)	120				

Sumber : Hasil Output SPSS versi 26

Pada tabel 3, terlihat hasil dari pengujian normalitas dengan menggunakan uji *one Kolmogorov Smirnov* melalui pendekatan *monte carlo*, total sampel 120 dengan menggunakan transformasi data.

Ghozali (2018) menyatakan bahwa data yang tidak berdistribusi normal bisa menjadi normal melalui proses transformasi. Jenis transformasi yang diterapkan berdasarkan pada pola histogram dari data yang tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas yang tercantum di tabel 3 menunjukkan nilai *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* sebesar 0.064, dimana angka ini lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat signifikansi 0.05. Ini menandakan bahwa data dalam penelitian ini memiliki distribusi normal.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4 menunjukkan bahwa nilai tolerance pada setiap variabel lebih besar dari 0.10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka hasil pengujian tersebut dinyatakan tidak ada multikolinearitas variabel independen dalam model regresi.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau hubungan yang signifikan antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi diantara variabel independen dan tingkat kolinearitas yang masih dianggap wajar, yaitu Tolerance > 0.10 dan VIF < 10 (Ghozali, 2018). Hasil uji multikolinearitas pada penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

**Table 4. Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	.784	.083		9.416
	Green Accounting	-.468	.230	-.192	-2.034
	CSR	.288	.130	.209	2.214
					Sig.
					.000
					.044
					.029

a. Dependent Variable: Reputasi Perusahaan

Sumber : Hasil Output SPSS versi 26

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4 menunjukkan bahwa nilai tolerance pada setiap variabel lebih besar dari 0.10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka hasil

pengujian tersebut dinyatakan tidak ada multikolinearitas variabel independen dalam model regresi

## 3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan dalam analisis regresi untuk memastikan bahwa tidak terdapat hubungan antara kesalahan gangguan pada suatu periode dengan kesalahan gangguan pada periode sebelumnya dalam analisis regresi (Ghozali, 2018). Metode yang digunakan dalam pengujian adalah Uji Durbin-Watson.

**Table 5. Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.249 <sup>a</sup>	.062	.038	.30272	1.794

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Green Accounting, CSR

b. Dependent Variable: Reputasi Perusahaan

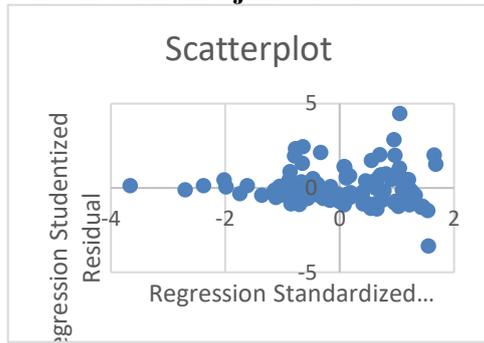
Sumber : Hasil Output SPSS versi 26

Dari hasil uji autokorelasi diatas menunjukkan bahwa nilai Durbin Watson sebesar 1.794. Nilai tersebut dibandingkan dengan nilai dari tabel Durbin Watson,  $\alpha = 5\%$  dengan total sampel sebanyak 120 dan variabel independen sebanyak 2. Dalam tabel Durbin Watson, nilai dL diperoleh 1.6684 dan nilai dU 1.7361. Sesuai dengan aturan Uji Durbin Watson maka diperoleh :  $dU < DW < 4 - dU$  atau  $1.7361 < 1.794 < 2.2639$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi baik yang positif maupun yang negatif dalam model regresi tersebut dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

## 4. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas digunakan untuk mengecek apakah dalam model regresi terdapat perbedaan dalam residual dari satu periode ke periode yang lain. Penelitian ini menggunakan metode analisis scatterplot dan uji statistik.

**Table 6. Hasil Uji Heteroskedasitas**



**Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen.

**Table 7. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.784	.083		9.416	.000
	Green	-.468	.230	-.192	-2.034	.044
	Accounting					
	CSR	.288	.130	.209	2.214	.029

a. Dependent Variable: Reputasi Perusahaan

Sumber : Hasil Output SPSS versi 26

Model persamaan dari hasil analisis regresi linear berganda pada tabel 7 adalah sebagai berikut:

$$Y = 0.784 - 0.468 \text{ green accounting} + 0.288 \text{ CSR} + e$$

**Uji Hipotesis**

**1. Uji t (t-Test)**

Uji t atau uji parsial digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen memberikan pengaruh secara parsial terhadap dependen.

**Table 8. Hasil Uji t**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.784	.083		9.416	.000
	Green	-.468	.230	-.192	-2.034	.044
	Accounting					
	CSR	.288	.130	.209	2.214	.029

a. Dependent Variable: Reputasi Perusahaan

Sumber : Hasil Output SPSS versi 26

Dengan  $df = (n-k-1) = (120-2-1) = 117$ , maka diperoleh nilai t-tabel sebesar 1.657. Dari hasil uji parsial pada tabel 8, variabel *green accounting* menunjukkan bahwa t-hitung (-2.034)

lebih kecil dibandingkan dengan t-tabel (1.657) dan nilai signifikannya mencapai (0.044) lebih kecil dari tingkat signifikansi (0.05). Ini menunjukkan bahwa *green accounting* berpengaruh negatif yang signifikan terhadap reputasi perusahaan. Oleh karena itu, H1 ditolak. Variabel CSR dengan nilai t-hitung (2.214) lebih besar dibandingkan dengan t-tabel (1.657) dengan tingkat signifikansi (0.029) yang kurang dari nilai (0.05). Ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Sehingga H2 diterima

**2. Uji Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)**

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya presentasi variabel independen

**Table 9. Hasil Uji Koefisien**

Model	Model Summary			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	1	.236	.056	.040

a. Predictors: (Constant), CSR, Green Accounting

**Determinasi**

Hasil dari tabel 9 menunjukkan bahwa nilai adjusted R Square sebesar 0.040 sama dengan nilai tersebut mendekati nilai 0, artinya kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat rendah.

**Moderated Regression Analysis (MRA)**

Digunakan untuk menguji interaksi antara variabel independen dan variabel moderasi, sehingga tidak hanya menganalisis pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen, tetapi juga mengavaluasi apakah hubungan antara keduanya mengalami perubahan secara signifikan ketika dipengaruhi oleh variabel moderasi

**Table 10. Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA)**

Sumber : Hasil Output SPSS versi 26

Dari tabel 10 hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) pada variabel interaksi *Green Accounting* dan ukuran perusahaan diperoleh nilai t-tabel 1.745 dimana lebih besar dari t-hitung 1.657 dan dengan signifikansi  $0.34 < 0.05$ . Maka, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh variabel *Green Accounting* terhadap Reputasi Perusahaan.

**Tabel 11. Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.644	1.951		1.867	.064
CSR	-2.800	2.801	-2.031	-1.000	.320
Ukuran Perusahaan	-.104	.069	-.562	-1.502	.136
CSR*UP	.109	.097	2.563	1.127	.262

a. Dependent Variable: Reputasi Perusahaan

Sumber : Hasil Output SPSS versi 26

Dari tabel 11 menunjukkan bahwa pada variabel interaksi CSR dan Ukuran Perusahaan diperoleh nilai t-tabel 1.127 dimana lebih kecil dari t-hitung 1.657 dan dengan nilai signifikansi  $0.262 > 0.05$  Maka, dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh variabel *Green Accounting* terhadap Reputasi Perusahaan.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Reputasi Perusahaan

Hasil uji t menunjukkan bahwa *green accounting* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan (t-hitung = (-2.034, signifikansi =  $0.044 < 0.05$ ). Maka, **H1 ditolak**.

Hal ini dapat dijelaskan melalui teori legitimasi, dimana perusahaan mungkin mengeluarkan biaya lingkungan yang tinggi tetapi tidak disertai dengan transparansi atau efektivitas yang memadai, sehingga justru menimbulkan persepsi negatif dari stakeholders. Contoh kasus seperti

PT Semen Indonesia dan Harita Group menunjukkan bahwa praktik *green accounting* yang tidak konsisten atau hanya bersifat simbolis dapat merusak reputasi perusahaan. Selain itu, biaya lingkungan yang tinggi tanpa dampak nyata mungkin dianggap sebagai beban finansial yang mengurangi nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini diperkuat dari penelitian sebelumnya oleh Rabbani (2023) yang menyatakan biaya lingkungan tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Dan penelitian oleh Hapsoro & Ambarwati (2020) menyatakan bahwa biaya lingkungan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

### Pengaruh CSR Terhadap Reputasi Perusahaan

Hasil uji t menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan (t-hitung 2.214, signifikansi =  $0.029 < 0.05$ ). Maka, **H2 diterima**.

Hal ini sejalan dengan teori stakeholder, yang menyatakan bahwa CSR yang efektif dapat meningkatkan kepercayaan dan citra positif perusahaan di mata stakeholders. Pelaksanaan CSR yang terukur dan berdampak nyata, seperti yang diindikasikan oleh indeks GRI, dapat

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.475	.708		2.082	.040
Green Accounting	-7.592	4.144	-3.113	-1.832	.069
Ukuran Perusahaan	-.018	.025	-.096	-.717	.475
GA*UP	.243	.139	3.031	1.745	.034

a. Dependent Variable: Reputasi Perusahaan

memperkuat legitimasi perusahaan. Namun, penelitian juga menunjukkan bahwa CSR yang hanya bersifat simbolis (seperti kasus pada PT Semen Indonesia) tidak memberikan keuntungan pada reputasi. Dengan demikian, konsistensi dan integritas dalam pelaksanaan CSR menjadi kunci untuk membangun reputasi yang baik.

Hasil penelitian ini diperkuat dari penelitian sebelumnya oleh Agustina et al. (2023) yang menyatakan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan. Penelitian oleh Widiyanti & Lovett (2021) juga menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

### **Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Reputasi Perusahaan Melalui Ukuran Perusahaan**

Hasil uji MRA menunjukkan bahwa ukuran perusahaan secara signifikan dapat memoderasi pengaruh *green accounting* terhadap reputasi perusahaan (signifikansi = 0.034 < 0.05). Artinya, semakin besar ukuran perusahaan, maka pengaruh negatif *green accounting* terhadap reputasi dapat berkurang. Maka, **H3 diterima**.

Hal ini didasari oleh kenyataan bahwa perusahaan-perusahaan besar memiliki lebih banyak sumber daya untuk menerapkan *green accounting* dengan efektif dan mengkomunikasikannya dengan baik kepada stakeholder. Namun, hasil ini juga menunjukkan bahwa perusahaan kecil mungkin mengalami kesulitan dalam menanggung biaya lingkungan tanpa pengaruh reputasi yang positif, sehingga perlu strategi khusus untuk meningkatkan transparansi dan tanggung jawab.

Hasil penelitian ini diperkuat dari penelitian sebelumnya oleh Hamdani (2017) dan Wahyudi et al.(2015) berpendapat bahwa tingkat pengungkapan *green accounting* yang lebih tinggi akan meningkatkan ukuran perusahaan, yang diakibatkan oleh keputusan investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

### **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Reputasi**

### **Perusahaan Melalui Ukuran Perusahaan**

Hasil uji MRA menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi CSR terhadap reputasi perusahaan (signifikansi = 0.262 > 0.05). Maka, **H4 ditolak**.

Hal ini berarti baik perusahaan besar maupun kecil dapat memperoleh peningkatan reputasi dari CSR selama programnya relevan dan memberikan dampak yang nyata. Temuan ini menegaskan pentingnya kualitas pelaksanaan CSR, bukan hanya sekedar ukuran perusahaan. Contoh kasus di Raja Ampat menunjukkan bahwa perusahaan besar sekalipun bisa gagal membangun reputasi jika CSR yang dilakukan tidak memenuhi kebutuhan stakeholders.

Hasil penelitian ini diperkuat dari penelitian sebelumnya oleh Adnyana et al. (2024) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi CSR terhadap *Sustainable Development Goals*.

### **PENUTUP Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa *green accounting* berpengaruh negatif terhadap reputasi perusahaan, terutama jika tidak memiliki transparansi dan tindakan nyata, sehingga dianggap sebagai beban finansial atau *greenwashing*. Di sisi lain, CSR berpengaruh positif yang signifikan terhadap reputasi perusahaan, dengan catatan program yang dijalankan benar-benar berdampak nyata bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Ukuran perusahaan dapat memoderasi hubungan *green accounting* terhadap reputasi perusahaan. Namun, tidak dapat memoderasi hubungan CSR terhadap reputasi perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa kualitas

implementasi CSR lebih penting daripada ukuran perusahaan itu sendiri.

#### KETERBATASAN

Pada penelitian ini terdapat beberapa batasan yang dapat menjadi tolak ukur untuk penelitian selanjutnya. Berikut keterbatasan dalam penelitian ini : (1) Penelitian hanya berfokus pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di BEI. (2) Periode observasi singkat (2022-2024). (3) Pengukuran *green accounting* hanya berdasarkan rasio biaya CSR terhadap laba. (4) Variabel reputasi perusahaan hanya diukur menggunakan Tobin's Q. (5) Hanya menggunakan dua variabel independen yaitu *green accounting* dan CSR.

#### SARAN

Dari hasil penelitian ini, terdapat saran yang dapat dipertimbangkan oleh berbagai pihak, sebagai berikut : (1) Untuk perusahaan, meningkatkan transparansi dalam pelaporan *green accounting* dengan menyertakan bukti-bukti implementasi konkret dan dapat diverifikasi, seperti melalui audit independen. (2) Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan memperluas cakupan penelitian, menambah variabel lain (seperti kinerja keuangan, *corporate governance* dan lain sebagainya), dan memperpanjang periode penelitian untuk mengamati dampak jangka panjang dari praktik *green accounting* dan CSR terhadap reputasi perusahaan.

#### DAFTAR PUSTAKA

Agustina, L., Nurmalarasari, E., & Astuty, W. (2023). *Corporate Social Responsibility dan Risiko Investasi Terhadap Reputasi Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening*. Owner : Riset & Jurnal

Akuntansi, 7(1), 687-699. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1218>

Anastasya, T., Susanti, S., & Sumiati, A. (2025). Pengaruh *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai variabel Moderasi Pada Perusahaan Sektor *Basic Materials* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2023. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, 2(2), 14-27. <https://doi.org/10.69714/jkaaej05>

Asjuwita, M., & Agustin, H. (2020). Engaruh Kinerja Lingkungan Dan Biaya Lingkungan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 2(3), 3327-3345. <https://doi.org/10.24036/jea.v2i3.285>

Bursa Efek Indonesia. (2024). *Sustainability Reporting Guidelines*.

Deegan, C, Rankin, M, Tobin, J. (2002). "An Examination of the Corporate Social and Environmental Disclosure BHP from 1983-1997 a Test of Legitimacy Theory" *Accounting, Auditing and Accountability*, Vol 15, No3, pp 312343

Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.

Ghozali, I. dan Chariri, A. (2007). *Teori Akunansi*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.

Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Undip: Bandung.

Global Forest Watch. (2024). *Indonesia Deforestation Dashboard*.

- <https://www.globalforestwatch.org>
- Hapsoro, D., & Ambarwati, A. (2020). Apakah Pengungkapan Informasi Lingkungan Memoderasi Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Biaya Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan? *The Indonesian Journal Of Accounting Research*, 23(02), 41-52. <https://doi.org/10.33312/ijar.487>
- IEA. (2022). *CO<sub>2</sub> emissions from cement production*. International Energy Agency.
- KPA. (2023). *Laporan Tahunan Konflik Agraria 2022*. Konsorsium Pembaruan Agraria.
- KPMG. (2022). *The KPMG Survey of Sustainability Reporting 2022*.
- Liputan6.com. (2021). "Menggugat Tanggung Jawab Sosial Pabrik Semen di Aceh Besar". <https://www.liputan6.com/regional/read/4528982/menggugat-tanggung-jawab-sosial-pabrik-semen-di-aceh-besar>
- Mongabay. (2025). *Indonesia halts most nickel mining in Raja Ampat, but allows one controversial permit*. Mongabay. <https://news.mongabay.com/2025/06/indonesia-halts-most-nickel-mining-in-raja-ampat-but-allows-one-controversial-permit/>
- OJK. (2017). *POJK No. 51 Tahun 2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan*.
- OJK. (2023). *Sustainable Finance Report 2023*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Rabbani, M.F. (2025). Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Reputasi Perusahaan Dengan *Intellectual Capital* Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Sektor *Basic Materials* dan *Energy* di BEI Tahun 2019-2021). Skripsi. Universitas Islam Indonesia (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610. <https://doi.org/10.2307/258788>
- The Guardian. (2025). *Company supplying critical EV metal 'did not disclose' Erin Brockovich pollutant in drinking water*. <https://www.theguardian.com/environment/2025/apr/30/ev-metal-company-chromium-6-water-pollution>
- Widiyanti, D. I., & Lovett, M. M. (2021). Implementasi *Corporate Social Responsibility* Program “Pojok Baca” PT Pertamina Ep Dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan. *Scriptura*, 11(2), 85-95.