



**Website:**  
[ejournal.unsil.ac.id/index.php/jak](http://ejournal.unsil.ac.id/index.php/jak)

**\*Correspondence:**  
[umi\\_hanifah@udb.ac.id](mailto:umi_hanifah@udb.ac.id)

**DOI:**

**Citation:**  
Hanifah, U., Gunaningrat, R. (2026). Eco-Driven Value: Integrasi Profitabilitas, Growth Opportunity, dan Media Exposure Melalui Mediasi Kinerja Lingkungan. Jurnal Akuntansi, 21(1), 28-45.

**Article Process Submitted:**  
September, 13, 2025

**Reviewed:**  
December, 12, 2025

**Revised:**  
April, 27, 2026

**Accepted:**  
May, 05, 2026

**Published:**  
May, 30, 2026

Editorial Address:  
**Accounting Journal**  
Accounting Study Program  
Faculty of Economics and Business  
Siliwangi University  
Copyright © 2026  
Tasikmalaya. All Rights Reserved.

P-ISSN: 1907-9958

**Article Type:** Research Paper

## ECO-DRIVEN VALUE: INTEGRASI PROFITABILITAS, GROWTH OPPORTUNITY, DAN MEDIA EXPOSURE MELALUI MEDIASI KINERJA LINGKUNGAN

Umi Hanifah<sup>1\*</sup>, Rayhan Gunaningrat<sup>2</sup>,

**Affiliation:**

<sup>1,2</sup>Accounting Study Program, Faculty of Law and Business,  
Universitas Duta Bangsa, Surakarta, Indonesia

### ABSTRACT

**Methodology/approach:** This study aims to examine the effect of profitability, growth opportunity, and media exposure on firm value with environmental performance as a mediating variable. The research employed a quantitative approach using secondary data derived from annual reports and sustainability reports of 67 industrial sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2021 to 2024, resulting in 268 firm-year observations. The analysis method applied was panel data regression and path analysis.

**Findings:** The findings reveal that profitability significantly affects both environmental performance and firm value. Media exposure positively influences environmental performance but does not significantly impact firm value. In contrast, growth opportunity has no significant effect on either environmental performance or firm value. Moreover, environmental performance is not proven to mediate the relationship between profitability, growth opportunity, and media exposure with firm value. These results indicate that investors in Indonesia's capital market still prioritize financial performance, particularly profitability, while non-financial factors such as environmental initiatives and media exposure have not yet become decisive considerations.

**Practical implications:** The findings imply that managers should strengthen financial performance while aligning environmental initiatives with strategies that create tangible value for investors. Companies and policymakers are encouraged to enhance the credibility and effectiveness of sustainability practices so that non-financial information becomes more relevant in investment decision-making.

**Originality/value:** This study contributes to the literature by integrating financial and non-financial determinants of firm value through the mediating role of environmental performance in Indonesia's industrial sector. The findings provide evidence

that financial performance remains the dominant driver of firm value, while environmental performance has not yet functioned as an effective mechanism linking corporate characteristics to market valuation in an emerging market context.

**Keywords:** Profitability; Growth Opportunity; Media Exposure; Environmental Performance; Firm Value.

#### ABSTRACT

**Metodologi:** Penelitian bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, growth opportunity, dan media exposure terhadap nilai perusahaan dengan kinerja lingkungan sebagai variabel mediasi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder berupa laporan tahunan dan laporan keberlanjutan dari 41 perusahaan sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018–2024 dengan total 287 observasi. Analisis dilakukan dengan regresi data panel dan analisis jalur.

**Hasil:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap kinerja lingkungan dan nilai perusahaan. Media exposure berpengaruh positif terhadap kinerja lingkungan, namun tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, growth opportunity tidak berpengaruh terhadap kinerja lingkungan maupun nilai perusahaan. Selain itu, kinerja lingkungan tidak terbukti memediasi hubungan antara profitabilitas, growth opportunity, dan media exposure dengan nilai perusahaan. Penelitian mengindikasikan bahwa investor di pasar modal Indonesia masih memprioritaskan kinerja keuangan, khususnya profitabilitas, sementara faktor non-keuangan belum menjadi pertimbangan utama.

**Implikasi Praktis:** Temuan penelitian mengimplikasikan bahwa manajemen perlu memperkuat kinerja keuangan sekaligus menyelaraskan inisiatif lingkungan dengan strategi yang mampu menciptakan nilai bagi investor. Perusahaan dan regulator juga didorong untuk meningkatkan kualitas serta kredibilitas praktik keberlanjutan agar informasi nonkeuangan semakin relevan dalam pengambilan keputusan investasi.

**Orisinalitas:** Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur dengan mengintegrasikan determinan keuangan dan nonkeuangan terhadap nilai perusahaan melalui peran mediasi kinerja lingkungan pada sektor industri di Indonesia. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kinerja keuangan tetap menjadi faktor dominan dalam pembentukan nilai perusahaan, sementara kinerja lingkungan belum berfungsi sebagai mekanisme yang efektif dalam menjembatani pengaruh karakteristik perusahaan terhadap penilaian pasar pada konteks pasar berkembang.

**Keywords:** Profitability; Growth Opportunity; Media Exposure; Environmental Performance; Firm Value.

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi merupakan indikator fundamental dalam mengevaluasi kinerja perekonomian suatu negara secara makro (Aprianti & Dermawan, 2024). Di Indonesia, pertumbuhan ekonomi menunjukkan dinamika yang fluktuatif sebagai akibat dari pengaruh faktor eksternal maupun internal, seperti kondisi ekonomi global, kebijakan pemerintah, tingkat konsumsi masyarakat, serta realisasi investasi. Investasi memiliki peran strategis sebagai *engine of growth* karena mampu meningkatkan kapasitas produksi, memperluas kesempatan kerja, serta mendorong pertumbuhan sektor riil (Alvaro, 2021). Oleh karena itu, aktivitas investasi menjadi salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Dalam perspektif investor, keputusan investasi tidak hanya didasarkan pada pertimbangan keuntungan jangka pendek, tetapi juga pada kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai secara berkelanjutan. Investor umumnya melakukan analisis komprehensif terhadap kinerja perusahaan untuk memastikan tingkat *expected return* yang optimal (Mumpuni, 2021). Salah satu indikator yang digunakan dalam menilai kinerja tersebut adalah nilai perusahaan, yang mencerminkan persepsi pasar terhadap kondisi fundamental dan prospek perusahaan di masa mendatang. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan tingkat kepercayaan investor yang kuat serta berimplikasi pada peningkatan kesejahteraan pemegang saham (Asep Mulyana et al., 2023).

Nilai perusahaan seringkali diprosikan melalui harga saham karena mencerminkan mekanisme penilaian pasar terhadap informasi yang tersedia (Hanifah & Gunaningrat, 2022). Dalam kondisi pasar modal yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk mampu menjaga stabilitas serta meningkatkan kinerja sahamnya. Hal ini dapat dicapai melalui peningkatan efisiensi operasional dan kemampuan menghasilkan laba. Dengan demikian, profitabilitas menjadi indikator utama yang mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya untuk menghasilkan keuntungan.

Selain *profitabilitas*, *growth opportunity* juga menjadi faktor penting dalam menentukan nilai perusahaan. Perusahaan dengan peluang pertumbuhan yang tinggi cenderung memiliki prospek yang lebih baik, sehingga meningkatkan daya tarik bagi investor. Namun demikian, perkembangan studi empiris menunjukkan bahwa penilaian investor tidak hanya didasarkan pada faktor keuangan, tetapi juga mempertimbangkan aspek non-keuangan, seperti transparansi informasi dan tanggung jawab sosial perusahaan.

Transparansi informasi yang diwujudkan melalui *media exposure* berperan penting dalam mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan investor. Tingkat keterbukaan informasi yang

tinggi dapat meningkatkan reputasi perusahaan serta memperkuat kepercayaan publik (Puspita Sari, 2021). Dalam kerangka *signaling theory*, media exposure dipandang sebagai sinyal positif yang disampaikan perusahaan kepada pasar mengenai kinerja dan prospek usaha.

Di sisi lain, meningkatnya perhatian terhadap isu keberlanjutan (*sustainability*) mendorong perusahaan untuk tidak hanya berfokus pada kinerja finansial, tetapi juga pada kinerja lingkungan. Dalam perspektif *legitimacy theory*, perusahaan berupaya memperoleh legitimasi dari masyarakat dengan menunjukkan kepatuhan terhadap norma dan regulasi lingkungan. Kinerja lingkungan yang baik mencerminkan tanggung jawab perusahaan terhadap dampak operasionalnya serta dapat meningkatkan citra perusahaan di mata pemangku kepentingan (Rusmaningsih & Setiadi, 2021).

Fenomena empiris sebelum tahun 2018 memberikan bukti nyata mengenai pentingnya kinerja lingkungan dalam memengaruhi nilai perusahaan. Kasus Lumpur Lapindo yang melibatkan PT Lapindo Brantas menunjukkan bahwa kegagalan dalam pengelolaan lingkungan dapat berdampak signifikan terhadap reputasi perusahaan dan menurunkan kepercayaan publik. Sebaliknya, perusahaan seperti PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indofood Sukses Makmur Tbk telah mengimplementasikan praktik keberlanjutan serta meningkatkan transparansi informasi sebagai upaya untuk memperkuat citra perusahaan dan menarik minat investor.

Lebih lanjut, pemerintah Indonesia melalui PROPER telah mengembangkan instrumen evaluasi kinerja lingkungan perusahaan. Peringkat PROPER menjadi salah satu indikator yang diperhatikan oleh investor dalam menilai risiko dan keberlanjutan perusahaan. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik cenderung memperoleh respons positif dari pasar, sehingga berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat kesenjangan penelitian terkait integrasi antara faktor keuangan dan non-keuangan dalam menjelaskan nilai perusahaan. Sebagian besar penelitian terdahulu cenderung mengkaji kedua aspek tersebut secara terpisah. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan pendekatan yang lebih komprehensif dengan mengintegrasikan *profitabilitas*, *growth opportunity*, dan *media exposure* sebagai determinan nilai perusahaan, serta menempatkan kinerja lingkungan sebagai variabel intervening yang menjembatani hubungan tersebut.

Sejalan dengan kerangka konseptual yang dibangun, maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Profitabilitas berpengaruh terhadap kinerja lingkungan.

H<sub>2</sub>: Growth opportunity berpengaruh terhadap kinerja lingkungan.

H<sub>3</sub>: Media exposure berpengaruh terhadap kinerja lingkungan.

H<sub>4</sub>: Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H<sub>5</sub>: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H<sub>6</sub>: Growth opportunity berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H<sub>7</sub>: Media exposure berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H<sub>8</sub>: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui kinerja lingkungan.

H<sub>9</sub>: Growth opportunity berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui kinerja lingkungan.

H<sub>10</sub>: Media exposure berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui kinerja lingkungan.

## METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data sekunder yang bersumber dari [www.idx.com](http://www.idx.com) yang berupa *annual report* dan *sustainability report* dan website resmi perusahaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah perusahaan industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018 s/d 2024. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik pengambilan sampel dengan kriteria dan kriteria pemilihan sampel sebagai berikut :

Page | 32

1. Perusahaan sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2018-2024.
2. Perusahaan sektor industri yang telah melakukan IPO sebelum atau pada tahun 2018.
3. Perusahaan sektor industri yang mengeluarkan laporan keuangan dalam bentuk rupiah.
4. Perusahaan sektor industri yang menerbitkan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan selama periode pengamatan.

Sampel yang digunakan sebanyak 41 perusahaan selama kurun waktu 7 tahun, sehingga jumlah populasi sebanyak 287 data observasi.

Variabel penelitian terdiri dari variabel independen, dependen, dan variabel intervening. Variabel independen terdiri atas profitabilitas, *growth opportunity*, dan media *exposure*. Variabel dependen dalam penelitian yaitu nilai perusahaan. Variabel intervening yang digunakan yaitu kinerja lingkungan.

Penilaian profitabilitas diukur dengan *Return on Asset (ROE)* dengan rumus:

$$ROE = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total ekuitas}}$$

Growth opportunity diukur melalui *company growth*:

$$\text{Company growth} = \frac{Y_t - (Y_t - 1)}{Y_t} \times 100$$

*Media exposure* diukur dengan memberikan angka 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan informasi CED, sedangkan angka 0 bagi perusahaan yang tidak mengungkapkan informasi CED.

Kinerja lingkungan dinilai melalui **PROPER** yang diselenggarakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan.

Nilai perusahaan dinilai dengan PBV, dengan rumus:

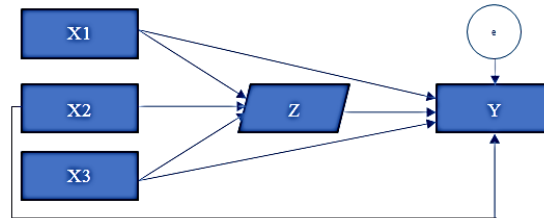
$$PBV = \frac{\text{harga saham}}{\text{nilai buku saham}}$$

Teknik pengumpulan data menggunakan metode tidak langsung, yaitu pengumpulan data dilakukan dengan studi dokumen perusahaan. Dokumen yang digunakan mencakup laporan tahunan, laporan keberlanjutan, dan surat keputusan dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) yang dapat diakses secara publik melalui situs web resmi perusahaan, situs resmi KLHK, serta situs Bursa Efek Indonesia (BEI).

Penelitian menggunakan teknik analisis integrasi dua metode, yaitu Analisis Jalur dan Analisis Regresi Data Panel atau dikenal juga sebagai "*Cross-Lagged Panel Model (CLPM)*" (Ngwabwebhoh et al.,

2020). Analisis regresi data panel mencakup model seperti *common effects “pooled OLS”*, *fixed effects*, dan *random effects* untuk menangani variasi antar individu dan antar waktu. Analisis data dilakukan menggunakan Python 3.

### Model Struktural Penelitian



Sumber : Data Diolah, 2025

**Gambar 1. Model Struktural Penelitian**

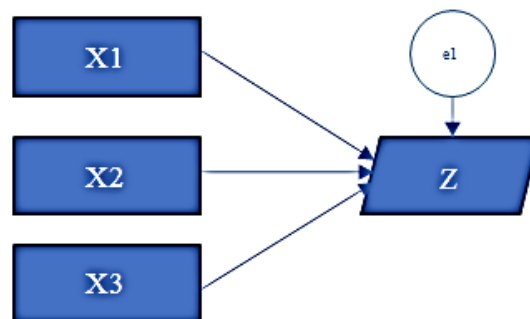
X1 : Profitabilitas

X2 : *Growth Opportunity*

X3 : *Media Exposure*

Z : Kinerja Lingkungan

Y : Nilai Perusahaan

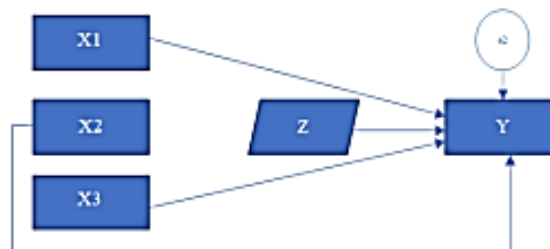


Sumber : Data Diolah, 2025

**Gambar 2. Model Sub-Struktural 1**

Persamaan regresi model sub-struktural 1 adalah:

$$Z = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e_1$$



Sumber : Data Diolah, 2025

Gambar 3. Model Sub-Struktural 2

Persamaan regresi model sub-struktural 2 adalah

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4Z + e_2$$

Tahapan Analisis

Page | 34

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui distribusi error normal diperlukan jika ingin uji-t dan uji-F sah pada sampel kecil ( $n < 100$ ).
2. Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui variabel independen tidak boleh sangat berkorelasi satu sama lain ( $VIF > 10$ ).
3. Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui hasil uji *Breusch–Pagan* atau *White* harus memiliki nilai  $p > 0.05$ , agar dinilai tidak terdapat heteroskedastisitas.
4. Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui Uji *Wooldridge* memeriksa apakah ada korelasi serial pada sisaan (residual) setelah mengontrol efek individu.
  - a) Hipotesis Nol ( $H_0$ ) artinya tidak ada autokorelasi.
  - b) Hipotesis Alternatif ( $H_1$ ) artinya ada autokorelasi serial.
  - c) Jika p-value kurang dari 0.05, maka  $H_0$  ditolak, yang berarti ada masalah autokorelasi.

Estimasi Model Regresi

Estimasi model regresi merupakan tahap penting dalam analisis kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen dan satu atau lebih variabel independen. Proses estimasi umumnya dilakukan dengan metode Ordinary Least Squares (**OLS**), yaitu teknik yang meminimalkan jumlah kuadrat dari selisih antara nilai aktual dan nilai prediksi (error).

Pendekatan ini banyak dijelaskan dalam literatur ekonometrika oleh Jeffrey M. Wooldridge, yang menekankan pentingnya pemenuhan asumsi klasik seperti tidak adanya multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi agar hasil estimasi bersifat BLUE (Best Linear Unbiased Estimator).

Dalam analisis data panel, terdapat tiga pendekatan utama yang digunakan untuk mengestimasi model regresi, yaitu **Common Effect Model (CEM)**, **Fixed Effect Model (FEM)**, dan **Random Effect Model (REM)**.

Uji Pemilihan Model

1. Uji Chow digunakan untuk membandingkan model *Common Effect* dengan *Fixed Effect*.
  - a. Hipotesis:
    - 1)  $H_0$ : Model *Common Effect* lebih baik.
    - 2)  $H_1$ : Model *Fixed Effect* lebih baik.
  - b. Keputusan:
    - 1) Jika nilai probabilitas ( $\text{Prob} > F$ )  $< 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak. Artinya, model *Fixed Effect* lebih baik.

- 2) Jika nilai probabilitas ( $\text{Prob} > F$ )  $> 0.05$ , maka  $H_0$  tidak ditolak. Artinya, model *Common Effect* lebih baik.
2. Uji Hausman digunakan untuk membandingkan model *Fixed Effect* dengan model *Random Effect*.
  - a. Hipotesis:
    - 1)  $H_0$ : Model *Random Effect* lebih baik.
    - 2)  $H_1$ : Model *Fixed Effect* lebih baik.
  - b. Keputusan:
    - 1) Jika nilai probabilitas ( $\text{Prob} > \text{Chi}^2$ )  $< 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak. Artinya, model *Fixed Effect* lebih baik.
    - 2) Jika nilai probabilitas ( $\text{Prob} > \text{Chi}^2$ )  $> 0.05$ , maka  $H_0$  tidak ditolak. Artinya, model *Random Effect* lebih baik.
3. Uji *Breusch-Pagan (Lagrange Multiplier)* digunakan untuk membandingkan model *Common Effect* dengan model *Random Effect*.
  - a. Hipotesis:
    - 1)  $H_0$ : Model *Common Effect* lebih baik.
    - 2)  $H_1$ : Model *Random Effect* lebih baik.
  - b. Keputusan:
    - 1) Jika nilai probabilitas ( $\text{Prob} > \text{Chi}^2$ )  $< 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak. Artinya, model *Random Effect* lebih baik.
    - 2) Jika nilai probabilitas ( $\text{Prob} > \text{Chi}^2$ )  $> 0.05$ , maka  $H_0$  diterima. Artinya, model *Common Effect* lebih baik.

### Uji Hipotesis dan Interpretasi Hasil

1. Uji Hipotesis (t-statistic)
  - a.  $t\text{-statistic} > t\text{-tabel}$  (atau  $p\text{-value} < 0.05$ )  $\rightarrow$  jalur signifikan.
  - b.  $t\text{-statistic} \leq t\text{-tabel}$  (atau  $p\text{-value} \geq 0.05$ )  $\rightarrow$  jalur tidak signifikan.
2. Uji Signifikansi Jalur (*Mediated Effect*)  
 Metode *Bootstrapping* (Efron & Tibshirani, 1993) dan (Hayes & Rockwood, 2020)
  - a. Dari data asli berukuran  $n$ , dilakukan pengambilan sampel ulang sebanyak  $n$  dengan pengembalian.
  - b. Proses diulang ribuan kali (misalnya 1.000 atau 5.000 kali).
  - c. Dari setiap resample dihitung nilai estimasi (misalnya koefisien jalur, regresi, dll).
  - d. Distribusi dari hasil resampling digunakan untuk menghitung *standard error*, *confidence interval*, dan signifikansi ( $p\text{-value}$ ).
  - e. Uji signifikansi jalur dapat dilakukan dengan melihat *bias-corrected confidence interval*:
    - 1) Jika *Confidence Interval* (CI) tidak melewati angka 0  $\rightarrow$  jalur signifikan.

Jika *Confidence Interval* (CI) melewati angka 0 → jalur tidak signifikan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Uji Asumsi Klasik

##### Uji Normalitas

Page | 36

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas**

| Uji Normalitas (Jarque-Bera) |                           |
|------------------------------|---------------------------|
| Statistic                    | 62.3065 (P-value: 0.0000) |

Sumber : Data Diolah, 2025

Residual tidak terdistribusi normal. Asumsi ini dapat dilonggarkan untuk sampel besar atau menggunakan *robust standard error* untuk langsung mengatasinya (Greene, 2018).

Pada sampel besar ( $n > 100$ ), asumsi normalitas bisa “dilonggarkan” berkat *Central Limit Theorem* (CLT), yang membuat estimator mendekati distribusi normal meskipun error tidak benar-benar normal (Wooldridge, 2010).

##### Uji Multikolinearitas

**Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas**

| Variabel           | VIF      |
|--------------------|----------|
| Profitabilitas     | 1.000277 |
| Growth Opportunity | 1.014411 |
| Media Exposure     | 1.014438 |

Sumber : Data Diolah, 2025

Semua nilai VIF untuk variabel independen yaitu Profitabilitas, *Growth Opportunity*, dan Media Exposure berada di bawah 10, data menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas yang signifikan dalam model regresi.

##### Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

| Uji Heteroskedastisitas (Breusch-Pagan) |                          |
|-----------------------------------------|--------------------------|
| Statistic                               | 6.7281 (P-value: 0.0811) |

Sumber : Data Diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengujian maka data penelitian dinyatakan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

##### Uji Autokorelasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak. Terdapat autokorelasi. Permasalahan pada tidak tercapainya asumsi ini dapat diatasi menggunakan *robust standard error* (Greene, 2018).

**Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi**

|                |               |                 |       |  |  |  |
|----------------|---------------|-----------------|-------|--|--|--|
| Dep. Variable: | residuals     | R-squared:      | 0.257 |  |  |  |
| Model:         | OLS           | Adj. R-squared: | 0.254 |  |  |  |
| Method:        | Least Squares | F-statistic:    | 84.49 |  |  |  |

|                   |                  |                     |          |       |        |        |
|-------------------|------------------|---------------------|----------|-------|--------|--------|
| Date:             | Wed, 03 Sep 2025 | Prob (F-statistic): | 1.75e-17 |       |        |        |
| Time:             | 03:48:20         | Log-Likelihood:     | -317.29  |       |        |        |
| No. Observations: | 246              | AIC:                | 638.6    |       |        |        |
| Df Residuals:     | 244              | BIC:                | 645.6    |       |        |        |
| Df Model:         | 1                |                     |          |       |        |        |
| Covariance Type:  | nonrobust        |                     |          |       |        |        |
|                   | coef             | std err             | t        | P> t  | [0.025 | 0.975] |
| const             | -0.0429          | 0.056               | -0.763   | 0.446 | 0.154  | 0.068  |
| residuals_lagged  | 0.4970           | 0.054               | 9.192    | 0.000 | 0.391  | 0.604  |

Sumber : Data Diolah, 2025

### Estimasi Model Regresi Sub-Struktural 1

**Tabel 5. Hasil Estimasi Common Effect Model Sub-Struktural 1**

|                   |                    |                       |          |  |  |  |
|-------------------|--------------------|-----------------------|----------|--|--|--|
| Dep. Variable:    | KINERJA LINGKUNGAN | R-squared:            | 0.3169   |  |  |  |
| Estimator:        | PooledOLS          | R-squared (Between):  | 0.4459   |  |  |  |
| No. Observations: | 287                | R-squared (Within):   | 0.0507   |  |  |  |
| Date:             | Wed, Sep 03 2025   | R-squared (Overall):  | 0.3169   |  |  |  |
| Time:             | 03:55:08           | Log-likelihood        | -415.94  |  |  |  |
| Cov. Estimator:   | Robust             |                       |          |  |  |  |
|                   |                    | F-statistic:          | 43.771   |  |  |  |
| Entities:         | 41                 | P-value               | 0.0000   |  |  |  |
| Avg Obs:          | 7.0000             | Distribution:         | F(3,283) |  |  |  |
| Min Obs:          | 7.0000             |                       |          |  |  |  |
| Max Obs:          | 7.0000             | F-statistic (robust): | 73.435   |  |  |  |
|                   |                    | P-value               | 0.0000   |  |  |  |
| Time periods:     | 7                  | Distribution:         | F(3,283) |  |  |  |

|                    |           |           |        |         |            |           |
|--------------------|-----------|-----------|--------|---------|------------|-----------|
| Avg Obs:           | 41.000    |           |        |         |            |           |
| Min Obs:           | 41.000    |           |        |         |            |           |
| Max Obs:           | 41.000    |           |        |         |            |           |
|                    |           |           |        |         |            |           |
|                    | Parameter | Std. Err. | T-stat | P-value | Lower CI   | Upper CI  |
| const              | 0.3060    | 0.0703    | 4.3556 | 0.0000  | 0.1677     | 0.4443    |
| Profitabilitas     | 1.967e-05 | 5.779e-06 | 3.4032 | 0.0008  | 8.291e-06  | 3.104e-05 |
| GROWTH OPPORTUNITY | 8.319e-05 | 8.374e-05 | 0.9934 | 0.3214  | -8.165e-05 | 0.0002    |
| MEDIA EXPOSURE     | 1.4150    | 0.1305    | 10.842 | 0.0000  | 1.1581     | 1.6719    |

Sumber : Data Diolah, 2025

*Common Effect Model (CEM)* menunjukkan tidak ada perbedaan karakteristik antar unit perusahaan) dan waktu (Wooldridge, 2010)

Karakteristik data terdiri dari 287 data observasi dari 41 rentang waktu 7 tahun (*Balanced Panel Data*).

#### Uji R-Squared (Within)

*R-squared* (Within): 0.0507 yang artinya 5,07% dari variasi dalam variabel dependen (kinerja lingkungan) dijelaskan oleh variabel independen yaitu profitabilitas, *growth opportunity*, media *exposure*.

#### Uji F Statistic dan P-Value

*F-statistic*: 73.435 dan *P-value*: 0.0000 artinya *P-value* yang sangat kecil ( $0.0000 < 0.05$ ) menunjukkan bahwa secara keseluruhan, model regresi signifikan, yang menunjukkan variabel independen memengaruhi variabel dependen

#### Parameter Estimasi

1. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan (*p-value* = 0.0008) terhadap Kinerja Lingkungan.
2. Media *Exposure* berpengaruh positif signifikan (*p-value* = 0.0000) terhadap Kinerja Lingkungan.
3. *Growth Opportunity* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Lingkungan (*p-value* = 0.3214).

#### Estimasi Model Regresi Sub-Struktural 2

Tabel 6. Hasil Estimasi Common Effect Model Sub-Struktural 2

|                   |                  |                      |         |  |  |  |
|-------------------|------------------|----------------------|---------|--|--|--|
| Dep. Variable:    | Nilai Perusahaan | R-squared:           | 0.0017  |  |  |  |
| Estimator:        | PooledOLS        | R-squared (Between): | 0.0083  |  |  |  |
| No. Observations: | 287              | R-squared (Within):  | -0.0004 |  |  |  |
| Date:             | Wed, Sep 03 2025 | R-squared (Overall): | 0.0017  |  |  |  |

|                 |           |                       |          |         |          |           |
|-----------------|-----------|-----------------------|----------|---------|----------|-----------|
| Time:           | 04:04:58  | Log-likelihood        | -3552.6  |         |          |           |
| Cov. Estimator: | Robust    |                       |          |         |          |           |
|                 |           | F-statistic:          | 0.1228   |         |          |           |
| Entities:       | 41        | P-value               | 0.9742   |         |          |           |
| Avg Obs:        | 7.0000    | Distribution:         | F(4,282) |         |          |           |
| Min Obs:        | 7.0000    |                       |          |         |          |           |
| Max Obs:        | 7.0000    | F-statistic (robust): | 6.0901   |         |          |           |
|                 |           | P-value               | 0.0001   |         |          |           |
| Time periods:   | 7         | Distribution:         | F(4,282) |         |          |           |
| Avg Obs:        | 41.000    |                       |          |         |          |           |
| Min Obs:        | 41.000    |                       |          |         |          |           |
| Max Obs:        | 41.000    |                       |          |         |          |           |
|                 | Parameter | Std. Err.             | T-stat   | P-value | Lower CI | Upper CI  |
| const           | 1.309e+04 | 6131.0                | 2.1358   | 0.0336  | 1026.3   | 2.516e+04 |

Sumber : Data Diolah, 2025

*Common Effect Model (CEM)* menunjukkan tidak ada perbedaan karakteristik antar unit perusahaan) dan waktu (Wooldridge, 2010)

Karakteristik data terdiri dari 287 data observasi dari 41 rentang waktu 7 tahun (Balanced Panel Data).

#### Uji *R-Squared* (Within)

*R-squared* (Within): 0.0083 yang artinya 0,83% dari variasi dalam variabel dependen (nilai perusahaan) dijelaskan oleh variabel independen yaitu profitabilitas, *growth opportunity*, media *exposure*, dan kinerja lingkungan.

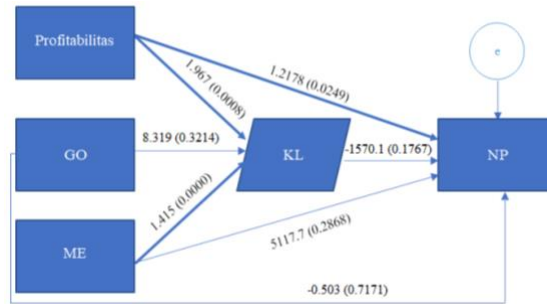
#### Uji *F Statistic* dan *P-Value*

*F-statistic*: 6.0901 dan *P-value*: 0.00001 artinya *P-value* yang sangat kecil ( $0.0001 < 0.05$ ) menunjukkan bahwa secara keseluruhan, model regresi signifikan, yang menunjukkan variabel independen memengaruhi variabel dependen

#### Parameter Estimasi

1. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan ( $p\text{-value} = 0.0249$ ) terhadap Nilai Perusahaan.
2. *Growth Opportunity* tidak berpengaruh signifikan terhadap ( $p\text{-value} = 0.7171$ )
3. Media *Exposure* tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan ( $p\text{-value} = 0.2868$ )
4. Kinerja Lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan ( $p\text{-value} = 0.1767$ ).

#### Estimasi Model Regresi Umum



Sumber : Data Diolah, 2025

**Gambar 8. Hasil Uji Estimasi Model Regresi Umum**

### Parameter Estimasi

1. Kinerja Lingkungan tidak dapat memediasi hubungan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.
2. Kinerja Lingkungan tidak dapat memediasi hubungan *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan.
3. Kinerja Lingkungan tidak dapat memediasi hubungan *Media Exposure* terhadap Nilai Perusahaan.

### Pembahasan

#### Pengaruh Profitabilitas terhadap Kinerja Lingkungan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap kinerja lingkungan. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam mengelola operasi secara efisien sekaligus memberikan ruang finansial untuk menjalankan program berorientasi lingkungan (B. Bour et al., 2024). Perusahaan dengan laba besar biasanya lebih mampu mengadopsi strategi ramah lingkungan, seperti investasi teknologi hijau atau pengelolaan limbah, karena dorongan kesadaran publik dan potensi manfaat ekonomi jangka panjang. Berdasarkan perspektif teori legitimasi, tingkat profitabilitas yang tinggi mendorong perusahaan untuk menjaga reputasi positif dengan menerapkan praktik berkelanjutan (Wahyono, 2010).

#### Pengaruh *Growth Opportunity* terhadap Kinerja Lingkungan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *growth opportunity* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja lingkungan. Fokus utama perusahaan yang sedang bertumbuh cenderung diarahkan pada peningkatan kapasitas produksi dan efisiensi, bukan pada pengelolaan lingkungan (Dewanti & Afif, 2022). Hasil penelitian tidak mendukung teori legitimasi, melainkan lebih sejalan dengan teori *stakeholder*, yang menekankan bahwa perhatian perusahaan lebih banyak diberikan kepada pihak dominan seperti investor, sehingga aspek lingkungan sering kali tidak menjadi prioritas (Widiastuti et al., 2018).

#### Pengaruh *Media Exposure* terhadap Kinerja Lingkungan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *media exposure* berpengaruh terhadap kinerja lingkungan. Peningkatan perhatian publik terhadap isu lingkungan mendorong perusahaan menjadi lebih responsif terhadap pemberitaan media (Cai et al., 2024). Liputan negatif dapat memicu perusahaan melakukan perbaikan agar citra tidak menurun dan terhindar dari tekanan eksternal, sementara pemberitaan positif dapat memperkuat dorongan untuk terus meningkatkan komitmen keberlanjutan. Teori legitimasi memiliki pandangan bahwa media berfungsi sebagai mekanisme kontrol sosial yang membuat perusahaan terdorong menjaga legitimasi melalui peningkatan kinerja lingkungan (Sukmawati, 2023).

#### Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kinerja lingkungan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Peringkat PROPER menunjukkan kepatuhan perusahaan terhadap standar lingkungan, namun investor masih lebih memfokuskan penilaian pada kinerja keuangan dan laba

jangka pendek (Putuhena & Fauzan, 2023). Tidak semua informasi PROPER diungkapkan secara terbuka, dan biaya yang dikeluarkan untuk pengelolaan lingkungan sering dianggap sebagai pengurang keuntungan, sehingga kondisi tersebut menyebabkan kontribusi kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan menjadi kurang terlihat secara langsung (Supriadi, 2023).

#### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Page | 41

Hasil penelitian membuktikan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berkelanjutan yang menjadi daya tarik utama bagi investor, serta berkontribusi pada peningkatan harga saham (Bahrul Ulum Alamsyah, 2024). Tingginya tingkat profitabilitas juga memungkinkan perusahaan memenuhi kewajibannya terhadap pemangku kepentingan, baik melalui peningkatan kesejahteraan karyawan maupun pelaksanaan tanggung jawab sosial. Tingkat profitabilitas memperkuat reputasi, memberikan stabilitas keuangan, serta meningkatkan prospek pertumbuhan perusahaan (Ramdhonah et al., 2019).

#### **Pengaruh *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *growth opportunity* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Peluang pertumbuhan perusahaan yang tinggi dapat mencerminkan potensi ekspansi, tetapi hal tersebut belum tentu meningkatkan nilai perusahaan karena investor lebih menekankan pada stabilitas laba, pembagian dividen, dan efisiensi kinerja operasional (Amelia & Riharjo, 2021). Pertumbuhan penjualan tidak selalu menggambarkan kondisi keuangan yang sebenarnya, bahkan dalam beberapa kasus *growth opportunity* yang rendah justru memberi sinyal negatif bagi pasar, sehingga *growth opportunity* tidak menjadi acuan utama investor dalam menilai prospek perusahaan di pasar modal (Nurhasanah & Napisah, 2024).

#### **Pengaruh Media *Exposure* terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian menunjukkan media *exposure* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Publikasi melalui media, baik berupa informasi kegiatan maupun pencapaian, belum dianggap sebagai faktor yang menentukan keputusan investor. Penilaian investor masih berorientasi pada potensi keuntungan finansial dan indikator kinerja keuangan (Sari & Wahidahwati, 2021). Hasil penelitian bertentangan dengan teori sinyal yang berasumsi bahwa media *exposure* dapat menjadi sinyal positif, tetapi justru mendukung pandangan teori *stakeholder* yang menilai investor lebih fokus pada kepentingan jangka pendek dan analisis teknikal ketimbang isu non-keuangan seperti sorotan media (Saputri et al., 2023).

#### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan melalui Kinerja Lingkungan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja lingkungan tidak berperan sebagai mediator dalam hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Profitabilitas terbukti memengaruhi nilai perusahaan secara langsung melalui peningkatan laba yang memicu respons positif investor, alokasi keuntungan untuk kegiatan lingkungan tidak memperkuat persepsi pasar (Asjuwita & Agustin, 2023.). Kinerja lingkungan belum dianggap sebagai sinyal yang cukup kuat bagi investor (Yang et al., 2022). Teori stakeholder memberikan perspektif bahwa aktivitas lingkungan lebih sering dipandang sebagai beban tambahan yang tidak memberikan keuntungan langsung, sehingga investor lebih mengutamakan pemanfaatan laba untuk dividen maupun investasi yang berdampak cepat (Hartanti et al., 2025).

#### **Pengaruh *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan melalui Kinerja Lingkungan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja lingkungan tidak mampu memediasi hubungan antara *growth opportunity* dan nilai perusahaan. Peluang pertumbuhan yang tinggi dapat memberikan potensi ekspansi dan peningkatan kapasitas produksi dan juga tidak diikuti dengan peningkatan perhatian terhadap isu lingkungan (Rodríguez, Velastequí, 2019). Perusahaan lebih cenderung memfokuskan sumber daya pada pencapaian target pertumbuhan finansial jangka pendek daripada pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan (Anugraheni et al., 2025). Kinerja lingkungan tidak dapat

memberikan kontribusi signifikan dalam memperkuat hubungan antara *growth opportunity* dan nilai perusahaan. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa *growth opportunity* lebih dipersepsikan investor sebagai indikator ekspansi ekonomi semata, tanpa mempertimbangkan aspek lingkungan sebagai faktor yang meningkatkan nilai pasar perusahaan (Ramadhana et al., 2022).

## **Pengaruh Media *Exposure* terhadap Nilai Perusahaan melalui Kinerja Lingkungan**

Hasil penelitian menunjukkan kinerja lingkungan juga tidak berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara media *exposure* dan nilai perusahaan. Sorotan media dapat meningkatkan kesadaran publik mengenai aktivitas lingkungan, namun publikasi tersebut belum cukup memengaruhi keputusan investor dalam menilai nilai perusahaan (Hidayat et al., 2023). Investor lebih menitikberatkan pada kinerja keuangan dan laba yang dihasilkan, sehingga paparan media terkait isu lingkungan tidak menjadi pertimbangan utama (Julekhah & Rahmawati, 2019). Hasil penelitian menunjukkan bahwa informasi mengenai kinerja lingkungan melalui media belum mampu memberikan sinyal positif yang kuat untuk meningkatkan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan, sehingga meskipun perusahaan mendapat eksposur tinggi di media, nilai perusahaannya tidak secara otomatis terdorong naik melalui kinerja lingkungan (Sagala, 2023).

## **SIMPULAN**

Penelitian dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap kinerja lingkungan dan nilai perusahaan, sedangkan *growth opportunity* tidak berpengaruh pada keduanya. Media *exposure* berpengaruh terhadap kinerja lingkungan, namun tidak berpengaruh langsung pada nilai perusahaan, sementara kinerja lingkungan tidak terbukti memediasi hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menegaskan bahwa aspek keuangan, khususnya profitabilitas, masih menjadi pertimbangan utama investor, sementara faktor non-keuangan belum mendapat perhatian besar. Implikasi praktisnya, perusahaan perlu mengoptimalkan profitabilitas sekaligus meningkatkan transparansi kinerja lingkungan agar berkontribusi pada nilai jangka panjang. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan mengeksplorasi variabel lain seperti tata kelola, kebijakan dividen, atau analisis lintas negara untuk memperluas pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Serta dapat menggunakan *mix method* dalam penelitian selanjutnya, agar mendapatkan hasil dan pemahaman yang lebih komprehensif.

## **REFERENSI**

- Alvaro, R. (2021). Pengaruh Investasi, Tenaga Kerja, Serta Ekspor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Budget*, 6(1), 114–131.
- Amelia, B., & Riharjo, I. B. (2021). *Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Dan Growth*.
- Anugraheni, B. D., Hanifah, U., Duta, U., Surakarta, B., Duta, U., & Surakarta, B. (2025). Manifestasi Eco-Economy Nilai Perusahaan : Kontribusi Profitabilitas, Growth Opportunity, Media Exposure, Dan. 2, 49–61.
- Aprianti, F., & Dermawan, E. S. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 6(2), 1035–1045.
- Asep Mulyana, Endang Susilawati, Alif Hendri Putranto, Arfianty Arfianty, Muangsal Muangsal, Ita Suryanita Supyan, Reza Kurniawan, Lily Rahmawati Harahap, & Dwi Soegiarto. (2023).

*Manajemen Keuangan. Iii*(3), 1.

Asjuwita, M., & Agustin, H. (2023). Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Biaya Lingkungan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018.

Page | 43

B. Bour, K., Adu, K., Amoah, A., Kassum, B., Gameli Hodoli, C., & A. K. Awua-Boateng, P. (2024). Profit As A Predictor Variable For Environmental Sustainability Practices (Esp) Of Manufacturing Companies For Achieving Green Manufacturing In Contemporary Ghana. *Cogent Economics And Finance*, 12(1).

Bahrul Ulum Alamsyah. (2024). Jurnal Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Likuiditas Terhadap 4. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(3), 2185–2190.

Cai, C., Fan, M., Dong, X., & Zhang, J. (2024). The Effect Of Environmental Protection-Related Media Coverage On Corporate Green Innovation. *Sustainability (Switzerland)*, 16(24), 1–20.

Dewanti, I., & Afif, A. S. (2022). Pengaruh Size, Ukuran Dewan Komisaris, Roa Dan Sales Growth Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr). *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(10), 4112–4119.

Efron, B., & Tibshirani, R. J. (1993). An Introduction To The Bootstrap. Monographs On Statistics And Applied. *Monographs On Statistics And Applied Probability*, 57(1989), 436.

Hanifah, U., & Gunaningrat, R. (2022). Analysis Of Leverage On Firm Value That Is Moderated By Carbon Emission Disclosure. *Proceeding Of International Conference On Science, Health, And Technology*, 17, 338–343.

Hartanti, U., Asset, R. O. N., & Leverage, D. A. N. (2025). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan,. 0832, 93–108.

Hayes, A. F., & Rockwood, N. J. (2020). Conditional Process Analysis: Concepts, Computation, And Advances In The Modeling Of The Contingencies Of Mechanisms. *American Behavioral Scientist*, 64(1), 19–54.

Hidayat, M., Saggaf, A., Siregar, M. I., & Erman, E. (2023). Pengaruh Pengungkapan Media Terhadap Nilai Perusahaan Saat Pandemi Covid-19 Pada Perusahaan Retail Dan Grosir Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. 7, 2625–2632.

Julekhah, F., & Rahmawati, E. (2019). Pengaruh Media Exposure, Sensitivitas Industri, Kepemilikan Asing, Kepemilikan Publik Dan Profitabilitas Terhadap Environmental Disclosure Dan Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 50–66.

Mumpuni, F. S. (2021). Keputusan Investasi Dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Tsm*, 1(1), 83–96.

Ngwabebhoh, F. A., Saha, N., Nguyen, H. T., Brodnjak, U. V., Saha, T., Lengalova, A., & Saha, P. (2020). Preparation And Characterization Of Nonwoven Fibrous Biocomposites For Footwear

Nurhasanah, I., & Napisah, N. (2024). Pengaruh Sales Growth, Kualitas Audit Dan Opini Audit Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Pemoderasi. *Kompartemen: Jurnal Ilmiah*, 22(1), 157–178. 6

Puspita Sari, S. (2021). Pengaruh Pengungkapan Lingkungan Dan Media Exposure Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Akuntansi Aisyah*, 1(Vol 1 No 1 (2021)), 24–29.

Putuhena, H., & Fauzan, R. (2023). *Zalni.(2023)*. Kinerja Lingkungan, Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Dividend Payout Ratio Terhadap Nilai Perusahaan. *Cita Ekonomika Jurnal Ilmu Ekonomi*, Vol. 18 (1), 26–33.

Ramadhana, D., Ekonomika, F., & Diponegoro, U. (2022). Terhadap Nilai Perusahaan. 11, 1–14.

Ramdhonah, Z., Solikin, I., & Sari, M. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 67–82.

Rodríguez, Velastequí, M. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. 9(2), 1–23.

Rusmaningsih, R., & Setiadi, I. (2021). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Financial Performance Dengan Corporate Social Responsibility Disclosure Sebagai Variabel Intervening. *Kompartemen : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 19(1), 25.

Sagala, D. R. (2023). *Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Pengungkapan Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan*. 12, 1–13.

Saputri, S. A., Maharani, B., & Prasetya, W. A. (2023). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Pengungkapan Lingkungan, Dan Biaya Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *Juara: Jurnal Riset Akuntansi*, 13(1), 94–111.

Sari, D. K., & Wahidahwati. (2021). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(4), 1–19.

Sukmawati, Y. T. (2023). Pengaruh Media Exposure Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 12(9), 1–18.

Supriadi, A. (2023). Moderasi Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Land Journal*, 4(1), 12–20.

Wahyono. (2010). Mekanisme Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan. 5(1), 1–10.

Widiastuti, H., Utami, E. R., & Handoko, R. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri,

Growth, Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2015). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 3(2), 107–117.

Page | 45      Wijaya, B. I., & Sedana, I. . P. (2015). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen Dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(12), 4477–4500.

Wooldridge, J. M., 2010. Econometric Analysis of Cross Section and Panel data. *2nd Edition ed. Cambridge, MA: MIT Press.*

Yang, M., Di, T., & Tahun, B. E. I. (2022). (Empirical Study On Manufacturing Companies Listed. 7(3), 168–179.