

Pengaruh Biaya Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi

Muhammad Irsyad Halim^{a*} , Rita Puspita^a 

^a Program Studi Akuntansi Manajerial, Politeknik Negeri Batam. irsyadhalim@polibatam.ac.id ; ritapuspita97@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to analyze environmental costs on firm value, with profitability as an intermediary. The focus of the study was food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during 2021-2023. The method used was quantitative, with a sample of 24 companies and a total of 72 observational data. The analysis technique used Partial Least Squares (PLS-SEM)-based structural equation modeling. The results showed that environmental costs have a negative effect on profitability, while environmental costs have no effect on firm value and profitability has no effect on firm value. Profitability is not able to mediate the relationship between environmental costs and firm value. The four hypotheses proposed cannot be accepted, although most of them show the direction of the relationship in accordance with theoretical predictions. This study provides a practical contribution for companies to develop more effective strategies in managing environmental investments in order to provide long-term economic benefits.

Keywords:

Environmental Costs, Firm Value, Profitability

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis biaya lingkungan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai perantara. Fokus penelitian adalah perusahaan makanan dan minuman di BEI selama 2021-2023. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan sampel 24 perusahaan, dan total 72 data observasi. Teknik analisis menggunakan pemodelan persamaan struktural berbasis Partial Least Square (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya lingkungan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas, biaya lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak mampu memediasi hubungan antara biaya lingkungan dan nilai perusahaan. Keempat hipotesis yang diajukan tidak dapat diterima, meskipun sebagian besar menunjukkan arah hubungan yang sesuai dengan prediksi teoritis. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam mengelola investasi lingkungan agar dapat memberikan manfaat ekonomi jangka panjang.

Kata kunci:

Biaya Lingkungan, Nilai Perusahaan, Profitabilitas

Pendahuluan

Kesadaran akan pentingnya keberlanjutan lingkungan telah mendorong perusahaan untuk menggabungkan program ramah lingkungan dalam strategi perusahaan dengan mempertimbangkan tiga elemen penting: keuntungan (profit), orang (people), dan lingkungan (planet) (Susilawati et al.,

To cite this article: Halim, M, I., Puspita, R (2026). Pengaruh Biaya Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *Journal of Collaborative Multidisciplinary*, vol(1).

* Corresponding author: Muhammad Irsyad Halim, irsyadhalim@polibatam.ac.id
<https://publikatif.com/index.php/jcm>

2024). Di Indonesia, sektor makanan dan minuman dengan kontribusi 40,33% terhadap PDB industri pengolahan nonmigas menghadapi tantangan dalam menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi dengan tanggung jawab lingkungan. Perusahaan-perusahaan terkemuka seperti Unilever Indonesia, Indofood Sukses Makmur, Mayora Indah, dan Garudafood telah mengimplementasikan inisiatif kinerja lingkungan yang ambisius, mulai dari program Bank Sampah yang mengumpulkan lebih dari 62.000 ton limbah plastik hingga target pengurangan jejak karbon sebesar 30% (Dzakwan Jamal et al., 2024). Namun, audit Aliansi Zero Waste Indonesia (2022) mengungkapkan bahwa perusahaan-perusahaan tersebut masih menjadi penyumbang utama sampah plastik di beberapa pantai Indonesia, menimbulkan pertanyaan fundamental mengenai efektivitas biaya lingkungan dalam meningkatkan nilai Perusahaan.

Biaya lingkungan mencakup biaya internal untuk mengurangi dampak produksi dan biaya eksternal untuk memperbaiki kerusakan lingkungan (Pambudi, 2022). Meskipun dalam jangka pendek terlihat sebagai beban, biaya lingkungan dapat meningkatkan efisiensi, memperbaiki citra perusahaan, dan meningkatkan profitabilitas jangka panjang. Hubungan antara biaya lingkungan dan nilai perusahaan kemungkinan dimediasi oleh profitabilitas melalui dua mekanisme utama. Pertama, perusahaan dengan profitabilitas tinggi memiliki sumber daya finansial yang lebih memadai untuk mengalokasikan investasi dalam pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan (Lutfillah & Amadea, 2022). Kedua, alokasi dana untuk program berkelanjutan mampu mendorong efisiensi proses bisnis, menurunkan eksposur regulasi, dan membentuk reputasi baik sehingga meningkatkan performa finansial (Widiyaningsih & Jati, 2024). Tingkat keuntungan yang naik kemudian bisa meningkatkan harga saham perusahaan, hal ini menunjukkan pandangan pasar tentang kapasitas perusahaan menghasilkan return bagi investor. Harga saham perusahaan bukan hanya dipengaruhi oleh hasil keuangan jangka pendek, namun juga kemampuan membangun keunggulan kompetitif jangka panjang lewat operasional bisnis yang sustainable. Valuasi saham yang menjadi indikator nilai perusahaan menggambarkan harapan investor akan kinerja masa depan, termasuk kemahiran mengatasi tantangan lingkungan dan mengoptimalkan peluang dari gerakan keberlanjutan (Dahlia et al., 2024). Urgensi penelitian ini semakin diperkuat oleh karakteristik unik sektor makanan dan minuman yang menghadapi tekanan regulasi lingkungan yang semakin ketat. KLHK menutup 11 pabrik di wilayah Jabodetabek pada tahun 2024 karena melanggar regulasi lingkungan, menunjukkan konsekuensi nyata bagi perusahaan yang mengabaikan aspek keberlanjutan. Lebih lanjut, berlakunya ketentuan OJK Nomor 51/POJK.03/2017 tentang kewajiban perusahaan terbuka menyusun laporan berkelanjutan turut menguatkan signifikansi aspek lingkungan dalam proses operasional perusahaan.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil kontroversial. Beberapa studi menemukan pengaruh positif kinerja lingkungan terhadap nilai Perusahaan (Anggreni et al., 2025; Chairina et al., 2024; Fauzi, 2022a; Sari & Sutopo, 2023), namun penelitian lain menunjukkan biaya lingkungan berpengaruh negatif (Hidayat et al., 2023a; Nuzula, 2019). Hubungan biaya lingkungan dengan kinerja keuangan juga inkonsisten, mulai dari pengaruh negatif (Ismail, 2021), positif (Apriandi et al., 2022; Putri, 2023), hingga tidak signifikan (Safitri et al., 2024).

Penelitian ini mengembangkan temuan dari riset sebelumnya yang menginvestigasi bagaimana aspek environmental performance mempengaruhi nilai perusahaan yang dimediasi profitabilitas di sektor pertambangan serta manufaktur industri dasar dan kimia yang tercatat di BEI periode 2016-2018 (Fauzi, 2022a). Temuan tersebut menunjukkan bahwa kinerja lingkungan dan profitabilitas dengan proksi Return on Equity (ROE) berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan nilai perusahaan, dimana Tobin's Q digunakan sebagai alat ukur. Namun demikian, profitabilitas terbukti tidak mampu memediasi hubungan kinerja lingkungan dengan nilai perusahaan. Penelitian ini memberikan kebaruan dengan mengaplikasikan biaya lingkungan (environmental cost) untuk menggantikan

kinerja lingkungan, menggunakan Return on Assets (ROA) sebagai indikator profitabilitas, dan berfokus pada perusahaan di sektor makanan-minuman. Pemilihan sektor makanan dan minuman didasarkan pada karakteristik industri yang memiliki intensitas dampak lingkungan spesifik, tekanan konsumen tinggi terhadap isu lingkungan, dan biaya lingkungan yang mudah diidentifikasi, sehingga diharapkan dapat memberikan perspektif baru tentang dampak pengeluaran untuk lingkungan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan yang menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab lingkungan akan memperoleh legitimasi sosial yang meningkatkan nilai perusahaan. Biaya lingkungan sebagai bentuk konkret komitmen perusahaan dapat meningkatkan persepsi positif investor melalui transparansi alokasi dana untuk pelestarian lingkungan (Cahyani & Puspitasari, 2023). Lebih lanjut, temuan bukti empiris menyatakan bahwa pengeluaran untuk kepentingan lingkungan secara signifikan meningkatkan firm value pada perusahaan, mencerminkan apresiasi tinggi investor terhadap upaya keberlanjutan perusahaan (Chairina et al., 2024).

Pengeluaran untuk kepentingan lingkungan menjadi langkah strategis perusahaan membangun reputasi positif yang dapat memperkuat dukungan stakeholder dan meningkatkan keuntungan (Pradikta & Simanungkalit, 2025). dan menyimpulkan bahwa biaya yang dikeluarkan untuk lingkungan dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan manufaktur (Apriandi et al., 2022) (Putri, 2023). Dalam konteks jangka panjang, pengeluaran lingkungan perlu diposisikan sebagai investasi strategis yang menghasilkan benefit ekonomi positif, meskipun ada temuan penelitian yang menunjukkan dampak negatif.

Tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan berperan sebagai parameter kunci dalam mengukur efektivitas operasional, dimana pencapaian profit yang konsisten akan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan di mata stakeholder (Sari & Sutopo, 2023). Selain itu, bukti empiris lainnya menunjukkan bahwa profitabilitas yang tinggi berkontribusi positif terhadap nilai perusahaan (Anggreni et al., 2025) (Fauzi, 2022a). Kemampuan menghasilkan keuntungan optimal memberikan sinyal positif kepada investor mengenai kinerja perusahaan, sehingga mendorong peningkatan harga saham di pasar.

Berdasarkan teori legitimasi, biaya lingkungan merupakan investasi strategis untuk memperoleh legitimasi sosial yang menghasilkan manfaat ekonomi melalui peningkatan profitabilitas tidak berdampak secara langsung pada nilai perusahaan. Hal tersebut dikonfirmasi melalui riset yang menyatakan bahwa pengeluaran untuk lingkungan tidak berkontribusi secara langsung pada nilai perusahaan (Apriandi et al., 2022), akan tetapi berpengaruh substansial ketika profitabilitas berperan sebagai variabel perantara, yang dikonfirmasi dengan menggunakan Sobel test (Chairina et al., 2024). Investor lebih responsif terhadap peningkatan profitabilitas aktual yang dihasilkan dari investasi lingkungan daripada biaya lingkungan itu sendiri.

Metode

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan memanfaatkan data sekunder sebagai cara pengumpulan data. Sumber data diperoleh dari laporan keuangan, laporan tahunan, dan laporan sustainability perusahaan yang dapat diakses melalui website resmi perusahaan dan BEI yang diterbitkan pada periode 2021-2023. Populasi dalam riset ini adalah perusahaan sektor makanan dan minuman yang listing di BEI dengan menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan. Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini ditampilkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Sampel Penelitian

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2021-2023	95
2	Perusahaan yang terdaftar di BEI selama periode 2021-2023	(24)
3	Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan periode 2021-2023 secara berturut-turut	(4)
4	Perusahaan yang memperoleh keuntungan selama periode 2021-2023	(20)
5	Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan dalam mata uang rupiah	(3)
6	Perusahaan yang mengungkapkan nilai biaya lingkungan selama periode 2021-2023 secara berturut-turut	(20)
Jumlah sampel penelitian		24
Periode penelitian		3
Total observasi sampel keseluruhan		72

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Penelitian ini melibatkan tiga jenis variabel utama. Nilai perusahaan dijadikan sebagai variabel yang dipengaruhi (dependen) dan diukur pakai Tobin's Q. Biaya lingkungan menjadi variabel yang mempengaruhi (independen), dihitung dari perbandingan biaya lingkungan dengan keuntungan bersih setelah pajak. Profitabilitas berperan sebagai variabel penghubung (mediasi) yang dievaluasi dengan Return on Assets (ROA). ROA dipilih karena cocok untuk mengukur seberapa efektif perusahaan makanan dan minuman menggunakan asetnya yang biasanya banyak. Cara mengukur setiap variabel bisa dilihat di tabel berikut.

Tabel 2. Pengukuran Variabel

Variabel	Pengukuran
Variabel Dependen	
Nilai Perusahaan	$Tobin's\ Q = \frac{Shared\ Market\ Price + Liabilities}{Total\ Asset}$ (Fauzi, 2022b)
Variabel Independen	
Biaya Lingkungan	$BL = \frac{Biaya\ Lingkungan}{Laba\ Bersih\ Setelah\ Pajak}$ (Hidayat et al., 2023b)
Variabel Mediasi	
Profitabilitas	$ROA = \frac{Net\ Income}{Total\ Assets}$ (Taufiq et al., 2024)

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Penelitian ini mengimplementasikan analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan pendekatan Partial Least Squares (PLS) dengan bantuan software SmartPLS versi 4. Adapun penggunaan metodologi SEM-PLS terletak pada kemampuannya mengakomodasi model penelitian yang memuat variabel mediasi, dalam hal ini profitabilitas yang memediasi relasi kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan, dengan tetap efektif pada kondisi sampel terbatas.

Hasil dan Diskusi

Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif diterapkan untuk menyajikan karakteristik setiap variabel yang diteliti. Dari hasil analisis tersebut, diperoleh informasi mengenai nilai terendah, tertinggi, rata-rata (mean), dan standar deviasi masing-masing variabel yang disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. Uji Statistik Deskriptif

Name	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Biaya Lingkungan	52.000	549.795.000	18.664.972	65.722.861
Nilai Perusahaan	107.032.000	4.440.501.000	1.645.262.972	980.341.941
Profitabilitas	1.126.000	343.097.000	87.297.972	61.640.484

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Hasil analisis deskriptif yang ditunjukkan pada Tabel 3 mengindikasikan bahwa, variabel biaya lingkungan mencapai nilai rata-rata 18.664.972, dengan rentang data mulai dari 52.000 hingga 549.795.000. Besaran standar deviasi 65.722.861 mencerminkan bahwa sebagian besar perusahaan mengeluarkan biaya lingkungan dalam jumlah yang relatif kecil, tetapi ada beberapa perusahaan yang mengalokasikan dana sangat besar untuk kegiatan lingkungan.

Sementara itu, variabel nilai Perusahaan menunjukkan hasil rata-rata sebesar 1.645.262.972, dimana nilai minimal tercatat 107.032.000 dan maksimal mencapai 4.440.501.000. Nilai standar deviasi yang cukup besar, yaitu sebesar 980.341.941, menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan dalam nilai perusahaan antar unit observasi yang diteliti. Variasi tersebut kemungkinan dipengaruhi oleh sejumlah aspek antara lain aset, kinerja keuangan, dan prospek bisnis yang berbeda-beda antar perusahaan.

Sementara itu, variabel profitabilitas sebagai mediasi menunjukkan nilai rata-rata yang diperoleh adalah 87.297.972, dengan rentang mulai dari 1.126.000 hingga 343.097.000. Dengan nilai standar deviasi sebesar 61.640.484, dapat disimpulkan bahwa terdapat penyebaran nilai yang cukup besar pada variabel ini, yang mengindikasikan adanya perbedaan tingkat profitabilitas yang cukup mencolok antar perusahaan dalam sampel penelitian. Hal ini kemungkinan dipengaruhi oleh perbedaan efisiensi, strategi bisnis, dan pengelolaan sumber daya perusahaan.

Uji Kelayakan Model

Apabila suatu konstruk hanya terdiri dari satu indikator dan bersifat formatif, maka pengujian outer model tidak diperlukan. Namun, agar pengujian inner model dapat dilakukan, maka tetap harus memenuhi syarat dengan melakukan uji multikolinearitas melalui nilai Variance Inflation Factor (VIF) serta uji signifikansi. Dari hasil uji multikolinearitas pada Tabel 4, didapatkan nilai VIF sebesar 1,000 untuk ketiga variabel, yang menunjukkan tidak ada masalah multikolinearitas karena masih di bawah ambang batas 5 ($VIF < 5$).

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas (VIF)

Variabel	VIF
----------	-----

Biaya Lingkungan	1,000
Nilai Perusahaan	1,000
Profitabilitas	1,000

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Uji Model Struktural (Inner Model)

Pengujian inner model merupakan prosedur analisis yang bertujuan mengkaji keterkaitan struktural antar konstruk dalam kerangka penelitian melalui pemeriksaan parameter jalur, skor t-statistik, dan nilai R-square untuk mengukur kemampuan prediktif model sekaligus memvalidasi hipotesis yang telah ditetapkan.

a. Koefisien Determinasi (R-square)

Koefisien determinasi (R-square) digunakan untuk mengetahui besaran kontribusi variabel bebas terhadap variasi variabel terikat dalam model yang dikembangkan. Hasil koefisien determinasi pada Tabel 5 menunjukkan kemampuan prediksi model yang sangat rendah, dimana variabel independen hanya mampu menjelaskan 4% ($R^2 = 0,040$) variasi nilai perusahaan dan 6,5% ($R^2 = 0,065$) variasi Profitabilitas. Nilai yang sangat rendah ini menunjukkan bahwa perubahan kedua variabel dependen disebabkan oleh faktor lain di luar penelitian, sehingga kemampuan prediksi model sangat terbatas.

Tabel 5. Hasil Uji R-Square

Variabel	R-square
Nilai Perusahaan	0,040
Profitabilitas	0,065

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

b. Predictive Relevance (Q-Square)

Uji Q-square digunakan untuk mengidentifikasi kualitas prediksi model penelitian terhadap data hasil observasi. Hasil uji Q-square yang ditunjukkan pada Tabel 6, diperoleh nilai sebesar -0,418 untuk variabel nilai perusahaan dan -1,022 untuk variabel profitabilitas. Nilai Q^2 yang bernilai negatif membuktikan ketidakmampuan model dalam menghasilkan estimasi yang valid bagi kedua variabel penelitian.

Tabel 6. Hasil Uji Q-Square

Variabel	$Q^2_{predict}$
Nilai Perusahaan	-0,418
Profitabilitas	-1,022

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan bootstrapping yang bertujuan untuk mengestimasi distribusi sampel dan menguji hubungan antar variabel dalam penelitian.

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Original sample (O)	P- values	T - statistics
Biaya Lingkungan -> Nilai Perusahaan	0.082	0.520	0.644
Biaya Lingkungan -> Profitabilitas	-0.255	0.000	3.602
Profitabilitas -> Nilai Perusahaan	0.205	0.061	1.874
Biaya Lingkungan -> Profitabilitas -> Nilai Perusahaan	-0.052	0.159	1.407

Biaya Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian yang ditunjukkan pada Tabel 7, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,082 dengan nilai signifikansi 0,520 dan t-statistik 0,644. Hasil ini menunjukkan bahwa biaya lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sesuai dengan prediksi awal dalam hipotesis yang diajukan. Akan tetapi, nilai signifikansi yang diperoleh menunjukkan bahwa Hipotesis 1 tidak dapat diterima. Temuan ini sejalan dengan temuan sebelumnya yang juga menunjukkan bahwa biaya lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Hidayat et al., 2023a) (Nuzula, 2019).

Meskipun hipotesis ditolak, arah hubungan yang ditunjukkan konsisten dengan prediksi teoritis dalam teori legitimasi. Perusahaan yang mengalokasikan dana untuk kegiatan lingkungan menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial, yang secara konseptual dapat meningkatkan kepercayaan publik dan investor (Hidayat et al., 2023a). Aktivitas seperti pengelolaan limbah, penggunaan bahan ramah lingkungan, dan transparansi dalam laporan keberlanjutan menjadi sinyal positif yang memengaruhi persepsi pasar.

Penolakan hipotesis ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, rendahnya transparansi dan konsistensi dalam pelaporan biaya lingkungan. Kedua, khusus di sektor makanan dan minuman, perhatian investor lebih terfokus pada efisiensi dan inovasi produk dibanding isu lingkungan. Ketiga, banyak perusahaan belum memiliki standar pengungkapan yang seragam, sehingga informasi yang tersedia kurang relevan bagi investor (Apriandi et al., 2022).

Biaya Lingkungan terhadap Profitabilitas

Berdasarkan hasil pengujian yang ditunjukkan pada Tabel 7, diperoleh nilai koefisien sebesar -0,255 dengan nilai signifikansi 0,000 dan t-statistik 3,602. Hasil ini menunjukkan bahwa biaya lingkungan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas, berlawanan dengan prediksi awal dalam hipotesis yang diajukan. Dengan nilai signifikansi yang diperoleh, Hipotesis 2 tidak dapat diterima. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Ismail (Ismail, 2021) dan Safitri et al. (Safitri et al., 2024) yang menyatakan bahwa pengeluaran untuk aktivitas lingkungan berdampak negatif terhadap profitabilitas, karena dianggap sebagai beban operasional tambahan yang belum memberikan manfaat ekonomi langsung.

Penurunan profitabilitas sebagai akibat dari biaya lingkungan dapat dipahami melalui perspektif teori legitimasi, di mana pengeluaran untuk memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan sering kali tidak langsung menghasilkan keuntungan finansial dalam jangka pendek (Ismail, 2021). Dalam praktiknya, kepatuhan terhadap regulasi lingkungan dan pelaksanaan program ramah lingkungan membutuhkan biaya yang cukup besar, yang sementara waktu mengurangi margin laba perusahaan (Ismail, 2021; Putri, 2023).

Dalam konteks industri makanan dan minuman, biaya lingkungan seperti pengelolaan limbah, penggunaan bahan ramah lingkungan, dan sistem produksi berkelanjutan memerlukan investasi teknologi dan operasional yang signifikan. Meskipun investasi ini penting untuk legitimasi perusahaan di mata stakeholder, dampak finansial jangka pendeknya cenderung mengurangi profitabilitas. Namun, biaya ini tetap menjadi bentuk investasi legitimasi yang berpotensi memberikan dampak ekonomi jangka panjang.

Pengaruh negatif biaya lingkungan terhadap profitabilitas juga dapat disebabkan oleh adanya keterlambatan dalam realisasi manfaat ekonomi dari aktivitas lingkungan (Ismail, 2021). Investasi pada aspek lingkungan membutuhkan waktu untuk memberikan hasil yang terlihat dalam profitabilitas, sementara beban biayanya langsung berdampak pada laporan keuangan periode berjalan (Putri, 2023).

Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian yang ditunjukkan pada Tabel 7, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,205 dengan nilai signifikansi 0,061 dan t-statistik 1,874. Hasil ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sesuai dengan prediksi awal dalam hipotesis yang diajukan. Akan tetapi, nilai signifikansi yang diperoleh menunjukkan bahwa Hipotesis 3 tidak dapat diterima. Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan studi sebelumnya yang menemukan bahwa meskipun profitabilitas memiliki hubungan positif dengan nilai perusahaan, pengaruh tersebut tidak selalu signifikan secara statistik (Anggreni et al., 2025) (Fauzi, 2022a). Hal ini bergantung pada sektor industri dan periode waktu penelitian yang diamati.

Meskipun hipotesis ini ditolak, hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif yang sejalan dengan teori legitimasi. Dalam teori ini, profitabilitas dianggap sebagai indikator bahwa manajemen berhasil mengelola sumber daya perusahaan dengan baik. Ketika perusahaan memperoleh keuntungan yang baik, hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor dan memberikan gambaran bahwa perusahaan tersebut memiliki model bisnis yang dapat bertahan dalam jangka panjang (Anggreni et al., 2025).

Namun, ditolaknya hipotesis ini menunjukkan bahwa keuntungan perusahaan belum menjadi faktor utama yang menentukan nilai perusahaan, terutama di sektor makanan dan minuman. Investor di sektor ini ternyata lebih memperhatikan faktor-faktor non-keuangan seperti reputasi merek, kemampuan berinovasi, dan keberlanjutan bisnis (Anggreni et al., 2025). Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan tidak hanya dinilai dari keuntungan yang diperoleh, tetapi juga dari sejauh mana tindakan mereka sesuai dengan harapan masyarakat.

Hasil ini mendukung penelitian yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak selalu berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Investor saat ini lebih memprioritaskan keberlanjutan jangka panjang daripada keuntungan jangka pendek (Chairina et al., 2024). Isu-isu seperti ketahanan rantai pasok, keamanan pangan, dan dampak terhadap lingkungan menjadi perhatian utama, khususnya di sektor makanan dan minuman. Apabila aspek keberlanjutan tidak dikomunikasikan dengan baik kepada publik, keuntungan yang tinggi sekalipun belum tentu dapat meningkatkan nilai perusahaan (Apriandi et al., 2022).

Profitabilitas sebagai Mediasi antara Biaya Lingkungan dan Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian mediasi yang ditunjukkan pada Tabel 7, ditemukan bahwa jalur mediasi melalui profitabilitas memiliki koefisien sebesar -0,052 dengan nilai signifikansi 0,159 dan t-statistik

1,407. Hasil ini menunjukkan bahwa profitabilitas memediasi hubungan antara biaya lingkungan terhadap nilai perusahaan secara negatif, berlawanan dengan prediksi awal dalam hipotesis yang diajukan. Akan tetapi, nilai signifikansi yang diperoleh menunjukkan bahwa Hipotesis 4 tidak dapat diterima.

Arah mediasi negatif menunjukkan bahwa peningkatan biaya lingkungan justru diikuti penurunan profitabilitas yang tidak mampu mendorong peningkatan nilai perusahaan. Dalam teori legitimasi, perusahaan berupaya memperoleh penerimaan sosial melalui aktivitas lingkungan, namun belum semua aktivitas tersebut memberikan manfaat ekonomi langsung (Renaldi & Idrianita Anis, 2023).

Penolakan hipotesis ini menunjukkan bahwa hubungan tidak langsung antara biaya lingkungan dan nilai perusahaan melalui profitabilitas tidak signifikan. Secara teoritis, pengeluaran lingkungan seharusnya meningkatkan efisiensi dan reputasi yang kemudian berdampak positif pada profit dan nilai perusahaan, namun hal ini tidak terbukti dalam penelitian ini.

Ketika biaya lingkungan belum diimbangi peningkatan efisiensi atau dukungan pasar yang kuat, jalur profitabilitas tidak menjadi saluran efektif dalam meningkatkan nilai perusahaan (Hidayat et al., 2023a; Putri, 2023). Hal ini mengindikasikan bahwa legitimasi sosial melalui pengeluaran lingkungan belum cukup kuat untuk mengonversi ke kinerja keuangan yang berdampak pada nilai perusahaan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, keempat hipotesis yang diajukan tidak dapat diterima, meskipun sebagian besar menunjukkan arah hubungan yang sesuai dengan prediksi teoritis. Biaya lingkungan terbukti berpengaruh negatif terhadap profitabilitas, mengindikasikan bahwa pengeluaran untuk aktivitas lingkungan dalam jangka pendek mengurangi keuntungan perusahaan karena dianggap sebagai beban operasional tambahan. Sementara itu, hubungan positif antara biaya lingkungan dan nilai perusahaan, serta antara profitabilitas dan nilai perusahaan, menunjukkan bahwa investor di sektor makanan dan minuman lebih mempertimbangkan faktor non-keuangan seperti reputasi merek, inovasi, dan keberlanjutan bisnis dalam menilai perusahaan. Profitabilitas juga tidak mampu memediasi hubungan antara biaya lingkungan dan nilai perusahaan, menunjukkan bahwa legitimasi sosial yang dibangun melalui pengeluaran lingkungan belum cukup kuat untuk mengonversi menjadi kinerja keuangan yang berdampak pada nilai perusahaan, sehingga perusahaan perlu mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam mengelola investasi lingkungan agar dapat memberikan manfaat ekonomi jangka panjang.

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi bagi perusahaan makanan dan minuman untuk lebih meningkatkan kualitas pengungkapan biaya lingkungan dalam laporan keuangan secara konsisten dan informatif, guna membangun kepercayaan investor. Selain itu, perusahaan perlu mengoptimalkan investasi lingkungan secara strategis dengan perencanaan keuangan yang matang, agar dampaknya terhadap profitabilitas dapat diminimalkan dalam jangka pendek dan bernilai tambah dalam jangka panjang. Perusahaan juga disarankan untuk memperkuat transparansi komunikasi terkait program keberlanjutan kepada para pemangku kepentingan sebagai bagian dari upaya memperoleh legitimasi sosial. Selain itu, bagi investor hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya mempertimbangkan bahwa biaya lingkungan bukan sekadar beban, melainkan bentuk investasi jangka panjang. Meskipun pengaruhnya terhadap laba belum terlihat secara langsung, namun dalam konteks keberlanjutan dan reputasi perusahaan di sektor makanan dan minuman, pengeluaran tersebut berpotensi memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan di masa depan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, periode penelitian yang digunakan hanya mencakup tiga tahun, sehingga mungkin belum cukup untuk melihat pengaruh jangka panjang dari biaya lingkungan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan. Kedua, data biaya lingkungan diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan, yang mana pengungkapannya bisa berbeda-beda tergantung kebijakan masing-masing perusahaan. Hal ini bisa menyebabkan informasi yang didapat kurang lengkap atau tidak mewakili kondisi sebenarnya. Ketiga, penelitian ini belum membedakan jenis-jenis biaya lingkungan secara lebih detail, padahal bisa saja setiap jenis biaya memiliki dampak yang berbeda terhadap profitabilitas maupun nilai perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga belum mempertimbangkan faktor-faktor khusus dalam industri makanan dan minuman, seperti tingkat penggunaan air, sertifikasi keamanan pangan, atau perbedaan antara perusahaan lokal dan asing, yang mungkin saja memengaruhi hasil penelitian.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain maupun faktor eksternal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan profitabilitas. Selain itu, rentang waktu observasi yang lebih panjang juga perlu dipertimbangkan agar dapat menangkap dampak jangka panjang dari investasi lingkungan secara lebih akurat. Cakupan sektor penelitian juga dapat diperluas ke industri lain seperti otomotif, tekstil, atau pertambangan yang memiliki karakteristik biaya lingkungan berbeda. Penggunaan alat analisis data yang berbeda juga dapat dilakukan untuk membandingkan hasil dan menguji konsistensi temuan antar pendekatan.

Referensi

- [1] S. Susilawati, D. Arifiyanti, M. Suryaningsih, and A. Dewi Kuraesin, "GREEN ACCOUNTING, CSR DISCLOSURE, FIRM VALUE, AND PROFITABILITY MEDIATION," *Economic Studies Journal (Ikonomicheski Izsledvania)*, vol. 33, no. 1, pp. 14–26, 2024.
- [2] D. Dzakwan Jamal, A. Fathul Mawaddah, M. Dzaky Farhan, and J. Adrian, "Capital Market Explained (CME) #17 Challenges for FMCG Sector to Face Sustainability Problems," May 2024.
- [3] J. E. Pambudi, "PENGARUH ENVIRONMENTAL PERFORMANCE, ENVIRONMENTAL COST, DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP FINANCIAL PERFORMANCE PADA PERUSAHAAN TAMBANG YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2017 – 2021," *Competitive Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, vol. 4, no. 2, pp. 1–17, 2022.
- [4] N. Q. Lutfillah and T. S. Amadea, "Does Environmental Performance in Green Accounting Affect Profitability?," *Baskara : Journal of Business and Entrepreneurship*, vol. 5, no. 1, pp. 57–67, 2022, doi: 10.54628.
- [5] V. A. Widiyaningsih and A. K. N. Jati, "IMPLEMENTATION OF GREEN ACCOUNTING, INTELLECTUAL CAPITAL AND ENVIRONMENTAL PERFORMANCE ON COMPANY VALUE MEDIATED BY FINANCIAL PERFORMANCE," *Jurnal Akuntansi Bisnis*, vol. 17, no. 1, p. 129, Feb. 2024, doi: 10.30813/jab.v17i1.4981.
- [6] A. Dahlia, I. Hadiwibowo, and M. T. Azis, "THE INFLUENCE OF GREEN ACCOUNTING, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND PROFITABILITY ON FIRM VALUE," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga*, vol. 34, no. 2, pp. 268–283, Nov. 2024, doi: 10.20473/jeba.v34i22024.268-283.

- [7] S. M. Anggreni, E. A. Sisdiyani, and I. D. N. Badera, "Enhancing Firm Value through Green Accounting and Environmental Performance: The Mediating Effect of Profitability," *Jurnal Dinamika Akuntansi*, vol. 17, no. 1, pp. 50–64, Apr. 2025, doi: 10.15294/jda.v17i1.10242.
- [8] S. W. Chairina, E. Suharti, and U. Muhammadiyah Jakarta, "AKUNTANSI LINGKUNGAN DAN NILAI PERUSAHAAN DENGAN KINERJA KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING," *JURNAL AKUNTANSI*, vol. 24, no. 2, pp. 107–122, Dec. 2024.
- [9] T. H. Fauzi, "The Effect of Environmental Performance on Firm Value with Mediating Role of Financial Performance in Manufacturing Companies in Indonesia," *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, vol. 11, no. 3, pp. 256–265, May 2022, doi: 10.36941/ajis-2022-0081.
- [10] R. H. D. P. Sari and B. Sutopo, "Impact of environment performance on firm value: Evidence from Indonesia," *International Journal of Management and Sustainability*, vol. 12, no. 2, pp. 259–270, Feb. 2023, doi: 10.18488/11.v12i2.3365.
- [11] I. Hidayat, T. Ismail, M. Taqi, and A. S. Yulianto, "The Effects of Environmental Cost, Environmental Disclosure and Environmental Performance on Company Value with an Independent Board of Commissioners as Moderation," *International Journal of Energy Economics and Policy*, vol. 13, no. 3, pp. 367–373, May 2023, doi: 10.32479/ijeep.14159.
- [12] N. F. Nuzula, "Does environmental cost affect Japanese Firms' performance?," *International Journal of Professional Business Review*, vol. 4, no. 1, pp. 14–21, Jan. 2019, doi: 10.26668/businessreview/2019.v4i1.105.
- [13] A. A. Ismail, "The Influence of Environmental Performance and Environmental Costs on Financial Performance," *JASa (Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi)*, vol. 5, no. 3, pp. 395–408, Dec. 2021, doi: 10.36555/jasa.v5i3.1622.
- [14] D. Apriandi, I. H. Mardika, and T. B. Astuti, "PENGARUH BIAYA LINGKUNGAN DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING," *Jurnal Digital Akuntansi (JUDIKA)*, vol. 2, no. 2, pp. 47–62, Dec. 2022.
- [15] L. G. Putri, "Pengaruh Biaya Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2017-2021)," *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, vol. 11, no. 1, pp. 831–838, Jan. 2023, doi: <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1>.
- [16] N. Safitri, I. Hadiwibowo, and M. T. Azis, "Evaluating Financial Performance Based On Environmental Performance, Environmental Costs, and Environmental Disclosure," *MAKSIMUM : Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang*, vol. 14, no. 2, p. 243, Sep. 2024, doi: 10.26714/mki.14.2.2024.243-256.
- [17] R. S. A. Cahyani and W. Puspitasari, "PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN, BIAYA LINGKUNGAN, KEPEMILIKAN SAHAM PUBLIK, GREEN ACCOUNTING, DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP KINERJA KEUANGAN," *Jurnal Akuntansi Trisakti*, vol. 10, no. 2, pp. 189–208, Sep. 2023, doi: 10.25105/jat.v10i2.17846.
- [18] R. Pradikta and R. M. Simanungkalit, "THE EFFECT OF ENVIRONMENTAL INDICATORS, ENVIRONMENTAL COSTS ON FINANCIAL PERFORMANCE WITH CORPORATE SOCIAL

RESPONSIBILITY (CSR) AS AN INTERVENING VARIABLE,” in *The Asia Pacific Journal Of Management Studies*, Apr. 2025.

- [19] T. H. Fauzi, “The Effect of Environmental Performance on Firm Value with Mediating Role of Financial Performance in Manufacturing Companies in Indonesia,” *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, vol. 11, no. 3, pp. 256–265, 2022, doi: 10.36941/ajis-2022-0081.
- [20] I. Hidayat, T. Ismail, M. Taqi, and A. S. Yulianto, “The Effects of Environmental Cost, Environmental Disclosure and Environmental Performance on Company Value with an Independent Board of Commissioners as Moderation,” *International Journal of Energy Economics and Policy*, vol. 13, no. 3, pp. 367–373, 2023, doi: <https://doi.org/10.32479/ijeep.14159>.
- [21] M. I. Taufiq, D. I. Lestari, A. Vasudevan, T. Adialita, S. T. Hai, and A. Rungsuk, “Raising or lowering: Can Green Accounting and Environmental Performance Affect Stock Prices when Profitability Rises?,” *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, vol. 8, no. 8, Aug. 2024, doi: 10.24294/jipd.v8i8.4416.
- [22] A. Renaldi and Idrianita Anis, “PENGARUH PENGUNGKAPAN BIAYA DAN KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN : STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN INDUSTRI MANUFAKTUR DI INDONESIA,” *Jurnal Ekonomi Trisakti*, vol. 3, no. 2, pp. 3853–3862, Oct. 2023, doi: 10.25105/jet.v3i2.18216.