

PENGARUH *GREEN INNOVATION* TERHADAP *COMPANY VALUE* DENGAN UKURAN KANTOR AKUNTAN PUBLIK *BIG 4* SEBAGAI VARIABEL MODERASI

¹ Maya Novitasari,

¹ Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun, Madiun

¹ maya.novitasari@unipma.ac.id

ABSTRACT

The development of the industrial sector causes problems on the environment, where industrial behavior often ignores the impacts to the environment, such as pollution of soil, air, water and the existence of social inequalities. This study aims to determine the effect of green innovation on company value and to determine the relationship between the size of the public accounting firm in moderating the effect of green innovation on company value at PROPER companies listed on the IDX for the 2016-2018 period. The data used are secondary data from the annual report. The population of this study were all PROPER companies listed on the IDX for the 2016-2018 period. The sampling technique used purposive sampling method in order to obtain as many as 69 companies. The data analysis technique used moderated regression analysis. The data were processed using IBM SPSS Statistics 20. The results show that green innovation had a positive effect on company value and the size of public accounting firms strengthened the positive influence of green innovation on company value.

Keywords: Green Innovation, Company Value, Size of Public Accounting Firm.

ABSTRAK

Berkembangnya dunia sektor industri menimbulkan efek permasalahan terhadap lingkungan, dimana perilaku industri seringkali mengabaikan dampak yang ditimbulkan bagi lingkungan, seperti polusi tanah, udara, air dan adanya kesenjangan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *green innovation* terhadap *company value* dan mengetahui hubungan ukuran kantor akuntan publik dalam memoderasi pengaruh *green innovation* terhadap *company value* pada perusahaan PROPER yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Data yang digunakan adalah data sekunder dari annual report. Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan PROPER yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* sehingga diperoleh sebanyak 69 perusahaan. Teknik analisis data menggunakan *moderated regression analysis*. Data diolah menggunakan IBM SPSS Statistics 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green innovation* berpengaruh positif terhadap *company value* dan ukuran kantor akuntan publik memperkuat pengaruh positif *green innovation* terhadap *company value*.

Kata Kunci: *Green Innovation, Company Value, Ukuran Kantor Akuntan Publik*

Submitted: 13 Mei 2022

Revised: 16 Mei 2022

Accepted: 30 Mei 2022

Email korespondensi : maya.novitasari@unipma.ac.id

PENDAHULUAN

Berkembangnya dunia pada sektor industri tidak bisa dipungkiri menimbulkan efek permasalahan terhadap lingkungan, dimana perilaku industri seringkali mengabaikan dampak yang ditimbulkan bagi lingkungan, seperti timbulnya polusi tanah, udara, air dan adanya kesenjangan sosial pada lingkungan (Hidayat, 2016). Dengan adanya hal tersebut masyarakat ingin perusahaan mampu mengontrol dampak sosial dan lingkungan yang diakibatkan oleh kegiatan usahanya (Damanik dan Yadnyana, 2017). Peraturan yang mengatur tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan di Indonesia tercantum pada Pasal 74 UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang berbunyi: 1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, 2) tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran, 3) perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan, 4) ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Green Innovation atau yang dapat pula disebut inovasi lingkungan ini merupakan satu dari strategi lingkungan yang dapat digunakan untuk mengembangkan bisnis tanpa melanggar peraturan pemerintah (Özşahin et al., 2013). Dalam hal ini kemampuan *Green Innovation* akan sangat berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif perusahaan (Arryan, Nurtantiono, Rahmawan, 2017). Masyarakat tidak akan ragu menjadi *stakeholder* pada perusahaan, permintaan saham akan meningkat dan berimpas pada kenaikan harga saham (Sejati dan Prastiwi, 2015).

Bagi Perusahaan yang telah *go public*, memaksimalkan *company value* dapat tercermin dari harga saham yang tinggi. *Company value* menjadi penting karena dapat menggambarkan keadaan perusahaan. Dengan baiknya *company value*, calon investor akan memandang baik perusahaan tersebut karena *company value* yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan yang baik. Selain itu *company value* dapat menggambarkan prospek serta harapan akan kemampuan dalam meningkatkan kekayaan Perusahaan di masa mendatang (Wahyudi, Chuzaiman dan Sugiarti, 2016).

Beberapa penelitian mengenai *Green Innovation* terhadap *Company Value* belum menunjukkan hasil yang konsisten. Hasil dari (Agustia, 2019) yang menunjukkan bahwa *Green Innovation* berpengaruh signifikan terhadap *Company Value*. Hasil dari Bülent Sezen dan Sibel Yildiz Çankaya (2013) yang menunjukkan bahwa *green innovation* tidak berpengaruh pada kinerja perusahaan. Hal ini disebabkan rendahnya kemampuan perusahaan untuk berinovasi, kemampuan rendah untuk berinovasi akan mengurangi daya saing perusahaan. Perusahaan yang memiliki daya saing yang rendah tidak akan mampu bersaing dengan pesaing mereka, hasil kinerja perusahaan akan menurun, perusahaan tidak dapat menciptakan nilai bagi stakeholder dan akhirnya perusahaan akan lenyap. Penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali hasil penelitian dari Agustia (2019), untuk mengetahui interaksi antara *green innovation* terhadap *company value*, juga tujuannya mengetahui pengaruh dari Ukuran Kantor Akuntan Publik *Big 4* sebagai variabel moderasi didalam hubungan antara *green innovation* dan *company value*.

Berdasarkan *research gap* tersebut penelitian ini mampu menjawab: 1. Apakah *Green Innovation* berpengaruh terhadap *Company Value*?, 2. Apakah Ukuran Kantor Akuntan Publik *Big 4* dapat memoderasi *Green Innovation* terhadap *Company Value*?. Kontribusi dari penelitian ini adalah Meningkatkan kehati-hatian dan kecermatan pengguna laporan keuangan yang diterbitkan perusahaan dalam melakukan analisis adanya penyimpangan atau tindakan manajemen yang berorientasi pada keuntungan pribadi. Meningkatkan kehati-hatian dan kecermatan pemegang saham non pengendali dalam melakukan analisis tindakan keputusan pemegang saham pengendali yang dapat menimbulkan kerugian di pihak mereka.

TINJAUAN TEORITIS DAN HIPOTESIS

Teori Legitimasi

Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Suchman, 1995 dalam Kirana, 2009). Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan. O'Donovan (2000) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan

sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian legitimasi memiliki manfaat untuk mendukung keberlangsungan hidup suatu perusahaan. Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (society), pemerintah individu dan kelompok masyarakat, (Gray et al., 1996 dalam Ahmad dan Sulaiman, 2004). Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengutamakan keberpihakan atau kepentingan masyarakat. Operasi perusahaan harus sesuai dengan harapan dari masyarakat. Deegan, Robin dan Tobin (2002) dalam Fitriyani (2012) menyatakan legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai (congruent) dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Ketika terjadi pergeseran yang menuju ketidaksesuaian, maka pada saat itu legitimasi perusahaan dapat terancam. Dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat.

Teori Stakeholder

Teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Definisi stakeholder yang dilontarkan (Rhenald Kasali dalam Purnasiswi, 2011) adalah setiap kelompok orang baik yang berada didalam perusahaan maupun diluar perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut sehingga keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut (Fatoni dkk, 2016). Pada dasarnya tanggung jawab perusahaan tidaknya terbatas pada memaksimalkan laba demi kepentingan pemegang saham namun lebih luas lagi yakni menciptakan kesejahteraan bagi kepentingan stakeholder, yaitu semua pihak mempunyai keterkaitan terhadap perusahaan

Green Innovation

Green Innovation atau inovasi lingkungan adalah teknik, praktek, sistem, dan proses produksi baru atau dimodifikasi untuk mengurangi dampak kerusakan lingkungan (Rennings dan Rammer, 2009). Di era yang sangat kompetitif ini, *green innovation* menarik perhatian bagi perusahaan yang bertujuan memperoleh *market ratios and competitive advantage* yang tinggi. Khususnya, perusahaan manufaktur yang focus pada desain produk baru yang memungkinkan konsumsi energi yang lebih rendah selama penggunaan oleh konsumen, limbah minimum setelah dikonsumsi atau tanpa mengandung bahan yang berbahaya. Semua contoh tersebut menunjukkan kecenderungan perusahaan mengenai pemeliharaan dan lingkungan. Perusahaan juga memperhatikan proses mereka dalam hal penghargaan lingkungan. Mereka mencari solusi untuk mengurangi penggunaan bahan dan energi selama tahap produksi atau daur ulang bahan bekas dan mengurangi limbah dan pembuangan bahan setelah kegiatan produksi (Mübeyyen dan R. İbrahim Pınar, 2015).

Company Value

Menurut Azhari dan Ruzikna (2018), *company value* merupakan harga sebuah saham pada pasar saham yang bersedia dibayar oleh investor untuk memiliki sebuah perusahaan. Selain dari harga saham, *company value* dapat dilihat dari bagaimana perkembangan kinerja keuangan suatu perusahaan. Kinerja keuangan tersebut berasal dari laporan keuangan sebagai informasi keuangan suatu perusahaan (Tahu dan Dominicus, 2017). Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula *company value* tersebut di mata para pemegang saham atau calon investor (Dewanti & Djajadikerta, 2018).

Ukuran Kantor Akuntan Publik Big 4

Merujuk pada SK Menkeu No.470/KMK.017/1999, Kantor Akuntan Publik merupakan tempat untuk akuntan publik untuk menjalankan pekerjaannya. Kantor Akuntan Publik merupakan lembaga yang sudah memiliki legalitas dari Menteri Keuangan. Menurut Arens, et al. (2017), ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP) dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu: kantor akuntan publik internasional *the big four*, kantor akuntan publik nasional dan regional, dan kantor akuntan publik local.

Hipotesis

Pengaruh *Green Innovation* terhadap *Company Value*

Tujuan utama dari perusahaan adalah tidak hanya untuk menciptakan nilai pemegang saham, tetapi untuk menciptakan nilai bagi seluruh stakeholder. Tingginya *Company Value* perusahaan akan menarik investor untuk berinvestasi. Namun dalam proses mewujudkan tujuannya, perusahaan sering mengalami konflik dalam menyelaraskan tujuan ekonomi dan tujuan lingkungan. penciptaan nilai bagi semua pemangku kepentingan memerlukan manajer untuk meningkatkan kinerja mereka dalam kinerja keuangan, kinerja sosial dan kinerja lingkungan dan memastikan bahwa perusahaan tetap berkelanjutan di masa depan. *Green Innovation* adalah salah satu kunci bagi perusahaan untuk mendapatkan tujuan, terutama untuk perusahaan di tingkat kompetisi yang tinggi dan lingkungan yang tidak stabil. *Green Innovation* dapat menjadi keuntungan kompetitif bagi perusahaan jika dilakukan secara teratur dan diterapkan pada proses bisnis secara keseluruhan. *Green Innovation* juga dapat digunakan sebagai alat yang unik bagi kegiatan pemasaran untuk meningkatkan pangsa pasar secara terus menerus (Küçükoglu and Pinar, 2015). Hasil penelitian Dian Agustia (2019), menyatakan bahwa *Green Innovation* berpengaruh signifikan terhadap *Company Value*.

H1 : *Green Innovation* berpengaruh signifikan terhadap *Company Value*

Pengaruh Ukuran Kantor Akuntan Publik Big 4 sebagai variabel pemoderasi

Kantor Akuntan Publik merupakan tempat untuk akuntan publik untuk menjalankan pekerjaannya. Kantor Audit Publik *big 4* dapat meningkatkan kepercayaan perusahaan untuk investasi diperusahaan tersebut. Hasil penelitian dari Ni Made Ari Murti (2016), menyatakan bahwa Reputasi KAP memoderasi pengaruh profitabilitas pada *audit delay*. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba. Manajemen akan cenderung menerbitkan laporan keuangan lebih cepat karena tingkat profitabilitas yang tinggi merupakan berita baik yang menunjukkan penilaian kinerja perusahaan. KAP yang menjadi bagian dari *Big Four* mampu mengaudit lebih efisien dan memiliki fleksibilitas lebih besar dalam penjadwalan audit sehingga audit dapat diselesaikan tepat waktu.

H2 : Ukuran Kantor Akuntan Publik *Big 4* dapat memoderasi hubungan antara *Green Innovation* dengan *Company Value*..

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan berdasarkan pada laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2018 yang diperoleh dari situs *www.idx.com*. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi dan sumber data dari penelitian ini adalah data sekunder. Metode dokumentasi dilakukan menggunakan cara mengumpulkan data pada laporan pada laporan keuangan perusahaan PROPER yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018. populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tiga periode berturut-turut dari tahun 2016-2018 sebanyak 141 perusahaan manufaktur. Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 69 (Enam Puluh Sembilan) perusahaan PROPER yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang mengikuti program PROPER tahun 2016 - 2018.

Pengukuran Variabel

Company Value

Company value yang tinggi akan membuat investor percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini tapi juga pada prospek masa depan perusahaan. Variabel dependen pada penelitian ini adalah *company value* yang diukur menggunakan rumus Tobin Q. Dalam Smithers dan Wright (2007) Tobin's Q dihitung dengan rasio nilai pasar saham perusahaan ditambah dengan hutang lalu membandingkan dengan total aset perusahaan. Rumus Tobin Q adalah sebagai berikut :

$$\text{Tobin Q} = \frac{EMV + D}{EBV + D}$$

Green Innovation

Menurut (Machali, 2017:49) variabel independen (bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Green Innovation*. *Green innovation* tidak hanya meningkatkan kinerja perusahaan secara ekonomi tapi juga untuk mengurangi dampak negatif pada lingkungan dan menciptakan keunggulan kompetitif untuk perusahaan. Indikator *green innovation* adalah sebagai berikut: proses produksi menggunakan teknologi baru untuk mengurangi energi, air dan limbah, produk yang menggunakan lebih sedikit bahan yang berbahaya dan dapat mencemari lingkungan, produk yang menggunakan kemasan produk

yang ramah lingkungan (misalnya kertas dan plastik), komponen atau bahan dalam proses produksinya dapat didaur ulang atau direkondisi

KAP Big 4

Menurut (Machali, 2017:50) Variabel Moderator/ Moderasi adalah variabel yang karena fungsinya ikut mempengaruhi memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dengan dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel moderasi adalah Ukuran Kantor Audit Publik *Big 4*. Kantor Akuntansi Publik *Big 4* dianggap mampu mempertahankan tingkat independensi yang memadai dari pada Kantor Audit Publik *non big 4*, karena biasanya menyediakan layanan untuk klien dalam jumlah besar, sehingga mengurangi ketergantungan mereka pada klien tersebut. Kantor Audit Publik *big 4* dapat meningkatkan kepercayaan perusahaan untuk investasi diperusahaan tersebut. Diukur variabel *dummy* = nilai 1 = untuk laporan keuangan yang di audit oleh Kantor Akuntansi Publik *Big 4* dan nilai 0 = untuk laporan keuangan yang di audit oleh Kantor Akuntansi Publik *Non Big 4*

Variabel Kontrol

Profitabilitas adalah petunjuk yang berguna dalam menilai keefektifan dari operasi sebuah perusahaan, sehingga rasio profitabilitas akan menunjukkan kombinasi dari efek likuiditas, manajemen aktiva, dan utang pada hasil-hasil operasi (Khafa dan Laksito, 2015). Pengukurannya adalah sebagai berikut : ROE: laba setelah pajak dibagi modal.

Leverage digunakan untuk Leverage adalah rasio yang mengukur tingkat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan operasionalnya dengan menggunakan utang. *Debt to Equity* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dan ekuitas. Pengukurannya adalah sebagai berikut: DER: total hutang dibagi total ekuitas.

Likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek dengan menggunakan aktiva lancar. Perusahaan dengan likuiditas yang tinggi menunjukkan tingginya kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, yaitu perusahaan dalam kondisi keuangan yang sehat, semakin tinggi likuiditas akan meningkatkan nilai perusahaan (Riny, 2018). Pengukurannya adalah sebagai berikut: *current ratio*: aktiva lancar dibagi liabilitas lancar.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

| Variabel | N | Min | Max | Mean | Std. Dev |
|------------------------------|-----|--------|-------|--------|----------|
| CP | 207 | 0,25 | 5,10 | 1,4407 | 0,91655 |
| GI | 207 | 1 | 4 | 2,45 | 0,998 |
| KAP | 207 | 0 | 1 | 0,63 | 0,483 |
| PRO | 207 | -0,42 | 2,24 | 0,1293 | 0,28073 |
| LEV | 207 | -10,31 | 11,27 | 0,9245 | 1,56377 |
| LIK | 207 | 0,10 | 8,64 | 2,1288 | 1,47000 |
| VALID (N) <i>listwise</i> | 207 | | | | |

Berdasarkan hasil pengolahan data tabel diatas diketahui bahwa *company value* (CP) yang diprosikan menggunakan tobin's q untuk mengukur kinerja perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 0,25 yang dimiliki oleh PT Sat Nusa Persada, Tbk dan nilai maksimum sebesar 5,10 yang dimiliki oleh PT Pelat Timah Nusantara. Nilai rata-rata untuk distribusi *company value* berada pada nilai 1,4407 dan standar deviasi untuk distribusi *company value* berada pada nilai 0,91655. Standar deviasi memiliki nilai lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata menunjukkan bahwa sebaran data variabel *company value* cukup baik.

Green innovation (GI) merupakan teknik produksi atau produk yang dimiliki perusahaan yang mengarah pada peningkatan produktivitas dan efisiensi energi. *Green innovation* dicerminkan melalui indikator-indikator yang berkaitan dengan lingkungan pada laporan tahunan perusahaan. Pada *green innovation* terdapat 4 indikator yang masing-masing bernilai 1 jika perusahaan menunjukkan memiliki salah satu dari indikator *green innovation* tersebut. Variabel *green innovation* mendapatkan nilai minimum 1 dan nilai maksimum sebesar 4. Variabel *green innovation* mendapatkan nilai rata-rata sebesar 2,45 yang menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan telah memiliki *green innovation*. Standar deviasi untuk distribusi *green innovation* berada pada nilai 0,998. Standar deviasi memiliki nilai lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata menunjukkan bahwa sebaran data variabel *green innovation* cukup baik.

Ukuran Kantor Audit Publik (KAP) yang diproksikan dengan variabel *dummy* menggambarkan nilai maksimum variabel KAP sebesar 1 yang berarti laporan keuangan perusahaan diaudit oleh kantor akuntansi publik *big 4*. Nilai minimum sebesar 0 menggambarkan bahwa perusahaan laporan keuangan perusahaan diaudit oleh kantor akuntansi publik non *big 4*. Variabel KAP mendapatkan nilai rata-rata sebesar 0,63 yang menunjukkan bahwa lebih banyak perusahaan yang di audit oleh kantor akuntansi publik *big 4*. Standar deviasi untuk distribusi KAP berada pada nilai 0,483. Standar deviasi memiliki nilai lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata menunjukkan bahwa data dalam variabel KAP sebaran data variabel KAP cukup baik.

Profitabilitas yang diproksikan dengan ROE diketahui nilai minimum sebesar -0,42 nilai ini dimiliki oleh PT. Tirta Mahakam Resources pada tahun 2018 hal ini menunjukkan bahwa laba perusahaan pada tahun tersebut sedang mengalami penurunan. Nilai maximum pada uji tabel diatas menunjukkan nilai 2,24 hal ini menunjukkan bahwa kemampuan mengelola ekuitas untuk yang di lakukan oleh PT Merck Indonesia pada tahun 2018 mengalami kenaikan dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Sedangkan rata-rata *profitabilias* perusahaan yang dijadikan sampel yaitu sebesar 0,1293, dengan standart deviasi 0,28073. Dapat dilihat bahwa nilai standart deviasi yang lebih besar dibandingkan dengan rata-rata menunjukkan bahwa data bersifat heterogen dan tingkat penyimpangan variabel *profitabilitas* lebih tinggi.

Leverage diproksikan dengan DER memiliki nilai minimum sebesar -10.31 nilai ini dimiliki oleh PT Bakrie Sumatera Plantation pada tahun 2018 dan nilai maximum sebesar 11,27 nilai ini dimiliki oleh PT Bakrie Sumatera Plantation pada tahun 2016. Sedangkan rata-rata *leverage* perusahaan yang dijadikan sampel yaitu sebesar 0,9245, dengan standart deviasi 1,56377. Dapat dilihat bahwa nilai standart deviasi yang lebih besar dibandingkan dengan rata-rata menunjukkan bahwa data bersifat heterogen dan tingkat penyimpangan variabel *leverage* lebih tinggi.

Likuiditas diproksikan dengan *Current Rasio* memiliki nilai minimum sebesar 0,10 nilai ini dimiliki oleh PT Asia Pacific Fibers pada tahun 2016 dan nilai maximum sebesar 8,64 nilai ini dimiliki oleh PT Delta Djakarta pada tahun 2017. Sedangkan rata-rata *leverage* perusahaan yang dijadikan sampel yaitu sebesar 2,1288, dengan standart deviasi 1,47000. Standar deviasi

memiliki nilai lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata menunjukkan bahwa sebaran data variabel likuiditas cukup baik.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 2 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | |
|------------|-------|
| Asymp. Sig | 0,121 |
|------------|-------|

Pada tabel 2 hasil output dari pengujian normalitas diatas menunjukkan bahwa terlihat bahwa *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada kolom *Unstandardized Residual* sebesar 0,121 dan nilai tersebut diatas 0,05. Hal ini berarti hipotesis alternative ditolak atau data terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 3 Uji Multikolinieritas

| Model | Tolerance | VIF |
|-------|-----------|-------|
| GI | 0,420 | 2,381 |
| KAP | 0,150 | 6,654 |
| PRO | 0,898 | 1,113 |
| LEV | 0,943 | 1,060 |
| LIK | 0,917 | 1,090 |

Berdasarkan tabel 4.3, diketahui nilai *tolerance* > 0.10 dan *VIF* < 10 untuk semua variabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas.

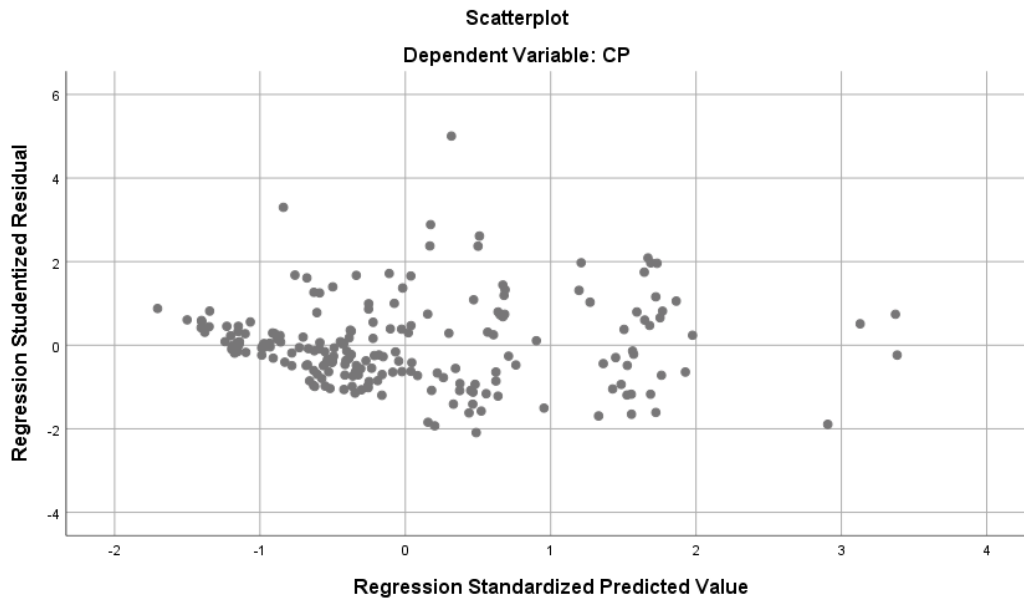
Uji Autokorelasi

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

| | |
|------------|-------|
| Asymp. Sig | 0,215 |
|------------|-------|

Dari tabel 4 hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,215 nilai ini lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak adanya autokorelasi dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Grafik Scatterplot

Pada gambar 1 dapat disimpulkan bahwa diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Uji T

Tabel 5. Hasil Uji regresi

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | ,389 | ,195 | | 1,996 | ,047 |
| GI | ,259 | ,075 | ,282 | 3,434 | ,001 |
| PRO | ,933 | ,183 | ,286 | 5,092 | ,000 |
| 1 LEV | ,011 | ,032 | ,019 | ,348 | ,728 |
| LIK | ,045 | ,035 | ,072 | 1,300 | ,195 |
| KAP | -,493 | ,260 | -,260 | -1,892 | ,060 |
| GI*KAP | ,307 | ,100 | ,484 | 3,070 | ,002 |

a. Dependent Variable: CP

Hasil pada tabel 5 adalah sebagai berikut:

1. Variable *profitabilitas* memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,001. Nilai signifikansi ini lebih kecil daripada nilai α yaitu 0,050. nilai ($\text{sig} < \alpha = 0,001 < 0,050$) maka variabel *profitabilitas* **berpengaruh** terhadap variabel dependen yaitu *company value* (CP), **H1 diterima**.
2. Variable *leverage* memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,660. Nilai signifikansi ini lebih besar daripada nilai α yaitu 0,05. nilai ($\text{sig} > \alpha = 0,002 > 0,050$) maka variabel *leverage* **tidak berpengaruh** terhadap variabel dependen yaitu *company value* (CP).
3. Variable likuiditas memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,029. Nilai signifikansi ini lebih kecil daripada nilai α yaitu 0,05. nilai ($\text{sig} < \alpha = 0,029 < 0,050$) maka variabel likuiditas **berpengaruh** terhadap variabel dependen yaitu *company value* (CP).

Uji MRA

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.6 dapat dilihat bahwa variabel ukuran kantor akuntan publik *big 4* (KAP) memiliki nilai signifikan sebesar 0,002. Nilai signifikansi ini lebih kecil daripada nilai α yaitu 0,05. nilai ($\text{sig} < \alpha = 0,002 < 0,050$) maka hipotesis diterima, maka variabel moderasi ukuran kantor akuntan publik *big 4* (KAP) **mampu mendukung** hubungan *green innovation* (GI) terhadap variabel *company value* (CP), **H2 diterima**.

Pembahasan (Book Antiqua, size 11, spasi 1,5)

Pengaruh *Green Innovation* Terhadap *Company Value*.

Hipotesis pertama merumuskan bahwa *Green Innovation* berpengaruh terhadap *Company Value*. Berdasarkan hasil uji statistik t nilai koefisien variabel adalah sebesar 0,001. Nilai ($\text{sig} < \alpha = 0,001 < 0,050$) dan tingkat signifikansi lebih kecil dari nilai α yaitu 0,050. Maka H1 yang menyatakan bahwa *green innovation* berpengaruh terhadap *company value* diterima. Koefisien variabel *green innovation* yang bernilai positif yakni sebesar 0,001 menjelaskan bahwa pengaruh *green innovation* berbanding lurus terhadap *company value*. Penerapan *green innovation* dapat meningkatkan nilai dari perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Dian Agustia (2019) yang menyatakan bahwa *green innovation* berpengaruh positif terhadap *company value*. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa pencapaian perusahaan tidak hanya menciptakan nilai untuk pemegang sahamnya, tapi juga untuk menciptakan nilai bagi semua pemangku kepentingan. *Green innovation* meningkatkan nilai pasar perusahaan melalui proses produksi. Dengan menerapkan *green innovation*, perusahaan dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan kemampuan daya

saing. Baik untuk kinerja lingkungan, efisiensi yang tinggi, dan kemampuan daya saing dapat menarik investor untuk berinvestasi. Investor akan tertarik pada perusahaan yang dapat meningkatkan nilai dari perusahaan tersebut.

Hasil pengujian ini bertentangan dengan penelitian Bülent Sezen dan Sibel Yildiz Çankaya (2013) yang menunjukkan bahwa *green innovation* tidak berpengaruh pada kinerja perusahaan. Hal ini disebabkan rendahnya kemampuan perusahaan untuk berinovasi, kemampuan rendah untuk berinovasi akan mengurangi daya saing perusahaan. Perusahaan yang memiliki daya saing yang rendah tidak akan mampu bersaing dengan pesaing mereka, hasil kinerja perusahaan akan menurun, perusahaan tidak dapat menciptakan nilai bagi stakeholder dan akhirnya perusahaan akan lenyap.

Pengaruh Ukuran Kantor Akuntan Publik sebagai variabel pemoderasi dalam hubungan *Green Innovation* terhadap *Company Value*.

Hipotesis kedua merumuskan bahwa terdapat pengaruh ukuran kantor akuntan publik sebagai variabel pemoderasi dalam hubungan *green innovation* terhadap *company value*. Berdasarkan hasil uji statistik t nilai koefisien variabel adalah sebesar 0,002. Nilai ($\text{sig} < \alpha = 0,002 < 0,050$) dan tingkat signifikansi lebih kecil dari nilai α yaitu 0,050. Maka H2 yang menyatakan bahwa ukuran kantor akuntan publik sebagai variabel pemoderasi berpengaruh dalam hubungan *green innovation* terhadap *company value* diterima. Koefisien variabel ukuran kantor akuntan publik yang bernilai positif yakni sebesar 0,002 menjelaskan bahwa pengaruh ukuran kantor akuntan publik *big 4* memoderasi hubungan *green innovation* terhadap *company value*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Ni Made Ari Murti (2016) yang menyatakan bahwa menyatakan bahwa Reputasi KAP memoderasi pengaruh profitabilitas pada audit delay. Dari hasil tersebut dapat diketahui profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba. Manajemen akan cenderung menerbitkan laporan keuangan lebih cepat karena tingkat profitabilitas yang tinggi merupakan berita baik yang menunjukkan penilaian kinerja perusahaan. KAP yang menjadi bagian dari *Big Four* mampu mengaudit lebih efisien dan memiliki fleksibilitas lebih besar dalam penjadwalan audit sehingga audit dapat diselesaikan tepat waktu. Dalam hal ini perusahaan yang laporan

keuangannya diaudit oleh KAP yang menjadi bagian dari *Big Four* akan lebih diminati oleh investor dikarenakan reputasinya yang baik.

Hasil pengujian ini bertentangan dengan penelitian Sulih Nugrahani dan Endang Ruhiyat (2018) yang menyatakan bahwa ukuran kantor akuntan publik tidak memoderasi hubungan opini audit dengan harga saham. Hasil penelitian ini memiliki implikasi bagi peneliti selanjutnya bahwa opini audit tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Keadaan tersebut menunjukkan bahwa opini audit tidak memiliki kandungan informasi, karena tidak memberikan pengaruh terhadap harga saham. Hal tersebut bisa terjadi karena investor tidak menjadikan opini audit sebagai sinyal atau dasar pengambilan keputusan untuk menanamkan saham perusahaan, sehingga tidak terjadi perubahan harga saham yang signifikan

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *green innovation* terhadap *company value* dengan ukuran kantor akuntan publik sebagai variabel moderasi. Perusahaan yang menjadi obyek penelitian ini merupakan perusahaan PROPER yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada kurun waktu tiga tahun yaitu periode 2016-2018. Data sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 207 (69 perusahaan × 3 tahun periode) pengamatan. Analisis menggunakan model *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan program IBM *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 20. Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (H1) diketahui bahwa variabel *green innovation* berpengaruh positif terhadap *company value*. Hal ini membuktikan bahwa penerapan *green innovation* dapat meningkatkan nilai dari suatu perusahaan.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua (H2) diketahui bahwa variabel ukuran kantor akuntan publik sebagai variabel pemoderasi, memoderasi dalam pengaruh *green innovation* terhadap *company value*. Hal ini membuktikan bahwa penerapan ukuran kantor akuntan publik dapat menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Saran

Penelitian ini di masa mendatang diharapkan dapat menyajikan hasil penelitian yang lebih berkualitas lagi dengan adanya beberapa masukan mengenai beberapa hal diantaranya :

1. Memperluas populasi sehingga hasil penelitian dapat menjangkau lebih banyak sektor perusahaan.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel independen agar dapat meningkatkan koefisien determinan.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperpanjang periode pengamatan sehingga memperoleh sampel yang lebih banyak dan mampu menggambarkan hasil yang sesuai.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustia, D., Tjiptohadi, S., & Wiwiek, D. (2019). *The Mediating of Environmental Management Accounting on Green Innovation-Firm Value Relationship*. *Intenational Journal of Energy Economic and Policy*, 9(2), 299-306.
- Agustina, S. (2013). Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 1(1).
- Ar, Ilker Murat. (2012). *The Impact of Green Product Innovation on Firm Performance and Competitive Capability: the Moderating Role of Managerial Environmental Concern*. *Procedia -Sosial and Behavioral Science*, 62: 854-864.
- Ardyan, E., Nurtantiono, A., Istiyanto, B., & Rahmawan G. (2017). *Green Innovation Capability as Driver of Sustainable Competitive Advantages and SMEs Marketing Performance*.
- Arens, Alvin A. Elder, J. Randal. Beasley, S. Mark. (2014). *Auditing dan Jasa Assurance*, alih bahasa oleh Herman Wibowo. Jakarta: Erlangga.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azhari., & Ruzikna. (2018), Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2014.
- Bagus, I. G., & Bagus, I. G. (2016). Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 2, 1338-1367.
- Damanik, & Yadnyana. (2017). Pengaruh Kinerja Lingkungan Pada Kinerja Keuangan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Intervening.
- Dewanti, M. and Djajadikerta, H. (2018) "Pengaruh Kinerja Keuangan dan Tata Kelola

Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia", *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 10(1). doi: 10.28932/jam.v10i1.932.

Djoko B. S., Dominicus., & Gregorius Paulus Tahu. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, ROA dan NPM terhadap Praktik Perataan Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2012-2014. *Jurnal FE Universitas Mahasaraswati Denpasar Vol. 12 No. 1 Februari*

Esita, P., & Heri Y. (2016). *The Effect of Good Corporate Governance (Managerial Ownership) on Corporate Value with Environmental Performance as An Intervening Variabel.*

Fatoni dkk. (2016). Pengaruh Kepemilikan Publik, Return On Equity, Current Ratio, Umur Perusahaan, dan Company Size Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Journal of Accounting*. Vol. 2 No. 2

Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hidayat, M. (2016). Perkembangan *Green Accounting* dan Penerapannya Dalam Menjawab Permasalahan Lingkungan di Indonesia.

Husnan, Suad, Suwarsono. (1997). Studi Kelayakan Proyek. Amp. Yogyakarta : YKPN.

Kasali, Rhenald. (2011). Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Khasana, E. M., & Oswari, T. (2018). *The Effect Of Environmental Performance On Company Value With Financial Performance As Intervening Variable At The Manufacturing Company Listed In Indonesia Stock Exchange.*

Küçükoğlu, M.T., Pınar, R.İ. (2015), Positive influences of green innovation on company performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 1232-1237.

Lais Khafa dan Herry Laksito, (2015). pengaruh CSR, ukuran perusahaan, leverage, dan keputusan investasi pada kinerja keuangan perusahaan dan nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi vol. 4 no.4 tahun 2015*, halaman 1.

Machali, I. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif

Murti, N. M. D, A., & Widhiyani, N. L. S. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Pada *Audit Delay* Dengan Reputasi Kap Sebagai Variabel Pemoderasi.

Nugrahani, S., & Ruhiyat, E. (2018). Pengaruh Opini Audit Terhadap Harga Saham Dengan Ukuran Kantor Akuntan Publik Sebagai Variabel Pemoderasi.

- O'Donovan, G. (2002). Extending The Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15 (3), hal. 344-371.
- Özşahin, D.M., Sezen, B., Çankaya, S.Y. (2013). *Effects of Green Manufacturing and Eco-innovation on Sustainability Performance. Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 99, 154-163.
- Putra, F. R. C., Santoso, B., & Surasni, N. K. (2019). Efek Moderasi Profitabilitas dan *Leverage* dalam Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, Vol.8, No. 4.
- Rennings, K., Rammer, C. (2009), Increasing energy and resource efficiency through innovation-an explorative analysis using innovation survey data. *SSRN Electronic Journal*, 59(5), 442-459.
- Riny. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Consumer Goods* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Volume 8, Nomor 02, Oktober 2018.
- Sejati, B. P., & Prastiwi A. (2015). Pengaruh Pengungkapan *Sustainability Report* Terhadap Kinerja dan Nilai Perusahaan.
- Subagyo, Joko. (2012). *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suchman, Mark C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *The Academy of Management Review* Vol. 20 No. 3. pp. 571-610. <http://www.jstor.org/stable/258788>.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Tzu Yun Chiou, Hing Kai Chan, et al.2011. *The Influence of Greening the Suppliers and Green Innovation on Environmental Performance and Competitive Advantage in Taiwan. Transportation Research Part E Logistic and Transportation Review*, 47(6): 1-33.
- Wahyudi, H. D., Chuzaimah., & Sugiarti D. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Deviden, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan.
- Wibowo, S. F., Ahmad, G. N., & Fauzi, A. (2019). *Does Green Innovation Matter? A Study on Indonesia's SMEs*