

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era sekarang ini banyak perusahaan yang sebelumnya hanya berfokus untuk menghasilkan dan meningkatkan profit perusahaan, kini mengalihkan perhatian dan fokusnya untuk mengelola aspek keberlanjutan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Perubahan iklim dan keberlanjutan lingkungan telah menempati panggung utama dalam agenda global selama beberapa dekade terakhir (Gulluscio *et al.*, 2020). Dorongan kuat untuk mengatasi tantangan ini berasal dari pemahaman yang semakin mendalam tentang dampak aktivitas manusia terhadap planet kita. Bukti ilmiah yang tak terbantahkan telah mengonfirmasi bahwa aktivitas seperti pembakaran bahan bakar fosil dan deforestasi telah menyebabkan kenaikan suhu global dan perubahan iklim yang signifikan.

Dampak nyata dari perubahan iklim, seperti cuaca ekstrem dan kenaikan permukaan air laut, semakin dirasakan di seluruh dunia. Kesadaran publik tentang pentingnya menjaga lingkungan dan memperlambat perubahan iklim telah meningkat secara signifikan, didorong oleh kampanye informasi dan gerakan lingkungan. Pemerintah di berbagai negara telah mengambil langkah-langkah untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan mempromosikan energi terbarukan. Di samping itu, banyak perusahaan dan industri juga berkomitmen untuk beroperasi secara berkelanjutan. Semua ini menciptakan momentum global yang

ak bertindak secara kolektif dalam mengatasi perubahan iklim dan



mendorong keberlanjutan lingkungan sebagai prioritas utama dalam agenda global (Scholz, 2020).

Kesadaran yang semakin meningkat akan dampak negatif aktivitas manusia terhadap lingkungan telah menjadi pendorong kuat bagi tindakan untuk mengurangi jejak karbon dan mendorong inovasi ramah lingkungan (Mongo *et al.*, 2021). Dalam era ini, semakin banyak individu, perusahaan, dan pemerintah yang menyadari perlunya bertindak untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan membatasi kerusakan lingkungan. Hal ini telah mengilhami adopsi berbagai langkah, mulai dari penggunaan energi terbarukan hingga promosi transportasi berkelanjutan. Inovasi teknologi juga berkembang pesat dalam menyediakan solusi yang lebih efisien dan ramah lingkungan, seperti mobil listrik, panel surya, dan penggunaan bahan baku daur ulang. Semua ini merupakan bagian dari upaya bersama untuk menciptakan masa depan yang lebih berkelanjutan bagi planet kita, di mana manusia hidup berdampingan dengan alam secara harmonis (Zingraff-Hamed *et al.*, 2021).

Pemanasan global dan perubahan iklim telah menjadi isu yang semakin mendesak di seluruh dunia (Hite dan Seitz, 2021). Dampak negatifnya terhadap lingkungan dan masyarakat semakin terasa, mendorong perusahaan untuk mengambil tanggung jawab sosial dan lingkungan yang lebih besar. Dalam hal ini, konsep bisnis berkelanjutan dan bertanggung jawab secara lingkungan semakin mendapat perhatian, baik dari perspektif publik maupun regulator (Lăzăroiu *et al.*, 2020). Di tengah tuntutan untuk memperhitungkan dampak lingkungan dalam operasi bisnis, penekanan pada praktik bisnis yang berkelanjutan semakin menjadi



utama bagi perusahaan demi mencapai kesinambungan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Perusahaan memiliki tujuan jangka panjang untuk meningkatkan

nilai perusahaan dengan menambah kekayaan bagi pemegang sahamnya (Isnurhadi et al., 2020). Secara umum, perusahaan akan mengungkapkan informasi tentang kinerjanya, yang dapat meningkatkan nilai perusahaan pada akhirnya. Nilai perusahaan menunjukkan persepsi investor terhadap seberapa baik atau buruk manajemen mengelola perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya pada kinerja perusahaan saat ini dan juga prospek pertumbuhan perusahaan yang akan datang (Wardhani dan Kawedar, 2019).

Peningkatan nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan, sehingga kemakmuran pemegang saham menjadi tujuan utama perusahaan (Monica, 2021). Inisiasi keberlanjutan sosial dan lingkungan hanya akan diprioritaskan oleh manajer jika berdampak positif pada kinerja keuangan perusahaan mereka (Narayanan et al., 2021). Namun, nilai perusahaan tidak hanya ditunjukkan oleh keuntungan perusahaan; itu juga harus dikombinasikan dengan kinerja ekonomi, tanggung jawab lingkungan, dan kepedulian terhadap keadilan sosial (Aisahanafi dan Hernindita, 2022). Tidak dapat disangkal bahwa perusahaan-perusahaan di Indonesia semakin dihadapkan pada tekanan untuk mengadopsi praktik bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab secara lingkungan (Seroka-Stolka dan Fijorek, 2020). Kesadaran akan pentingnya perlindungan lingkungan telah meningkat secara signifikan di antara konsumen, investor, dan pemangku kepentingan lainnya. Sebagai tanggapan, perusahaan harus mengubah cara mereka beroperasi untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat. Tekanan ini mendorong perusahaan untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam semua aspek bisnis mereka mulai dari rantai pasok hingga proses produksi dan pengelolaan limbah.



Langkah konkret termasuk mengurangi emisi karbon, mengadopsi praktik yang lebih efisien, menggunakan bahan baku yang ramah lingkungan,

mendukung masyarakat lokal, dan menerapkan kebijakan yang mengutamakan keberlanjutan. Perusahaan juga diharapkan untuk lebih transparan dalam melaporkan dampak lingkungan mereka dan melakukan inovasi untuk mengembangkan solusi yang lebih berkelanjutan. Dengan mengambil langkah-langkah ini, perusahaan tidak hanya memenuhi tuntutan pasar dan peraturan yang semakin ketat, tetapi juga membangun reputasi yang kuat sebagai pemimpin dalam praktik bisnis yang bertanggung jawab secara lingkungan (Agudelo *et al.*, 2020).

Kondisi saat ini di Indonesia ditandai dengan tren peningkatan jumlah emisi karbon yang terus meningkat setiap tahunnya. Sebuah laporan dari *Global Carbon Project* menunjukkan bahwa Indonesia berada di antara sepuluh negara paling banyak menghasilkan karbon di dunia. Di antara negara-negara lain, Indonesia menghasilkan lebih banyak karbon sebesar 18.3% pada tahun 2022. Penggunaan energi fosil (terutama batu bara), alih fungsi lahan, dan deforestasi yang masih di Indonesia adalah semua faktor yang berkontribusi pada peningkatan emisi (Ritchie dan Roser, 2020). Posisi Indonesia sebagai salah satu emiten terbesar di dunia adalah peringatan bahwa negara itu harus berpartisipasi dalam mengurangi emisi karbonnya, terutama dalam sektor energi.



Per capita CO₂ emissions

Carbon dioxide (CO₂) emissions from fossil fuels and industry¹. Land-use change is not included.



Gambar 1. 1 Emisi Co2 per kapita Indonesia dalam beberapa tahun

Sumber: *Global Carbon Budget*, (2023)

Salah satu aspek utama dari tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah pengurangan emisi karbon (Fukuda dan Ouchida, 2020). Perusahaan-perusahaan di berbagai sektor industri memiliki tanggung jawab untuk mengurangi jejak karbon agar tidak memberi dampak negatif yang lebih besar pada lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan pengungkapan (disclosure) terkait emisi karbon, sebagai langkah transparan dan akuntabel (Wong *et al.*, 2021). Pengungkapan emisi karbon tidak hanya memungkinkan perusahaan untuk memantau dan mengelola dampak lingkungan dengan lebih efektif, tetapi juga dapat memperkuat kepercayaan para pemangku kepentingan terhadap komitmen perusahaan terhadap praktik bisnis yang bertanggung jawab secara lingkungan.

Salah satu pendekatan utama yang diadopsi oleh perusahaan untuk menghadapi tantangan keberlanjutan lingkungan adalah melalui pengungkapan karbon (Radu *et al.*, 2020). Praktik ini melibatkan penyediaan informasi



terperinci tentang jumlah emisi gas rumah kaca yang dihasilkan oleh aktivitas perusahaan, termasuk emisi langsung dan tidak langsung. Dengan melakukan pengungkapan emisi karbon, perusahaan dapat meningkatkan transparansi, memungkinkan evaluasi lebih baik terhadap kinerja keberlanjutan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan, serta menetapkan target dan strategi untuk mengurangi emisi karbon. Selain itu, pengungkapan ini juga membantu perusahaan dalam mengelola risiko terkait perubahan iklim dan regulasi, mendorong inovasi untuk meningkatkan efisiensi, dan menciptakan nilai jangka panjang bagi bisnis dan lingkungan. Dengan demikian, pengungkapan emisi karbon bukan hanya tentang kepatuhan terhadap aturan atau permintaan pasar, tetapi juga merupakan langkah strategis yang penting dalam menjawab tantangan lingkungan global (Borghei, 2021).

Pengungkapan ini membantu memperjelas kontribusi perusahaan terhadap perubahan iklim dan memungkinkan pemangku kepentingan untuk membuat keputusan yang lebih informasional (Gulluscio *et al.*, 2020). Dengan menyediakan informasi terperinci tentang jumlah emisi gas rumah kaca yang dihasilkan oleh aktivitas perusahaan, baik itu emisi langsung maupun tidak langsung, pengungkapan emisi karbon memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dampak lingkungan dari operasi perusahaan. Hal ini memungkinkan para pemangku kepentingan, seperti konsumen, investor, dan pemerintah, untuk mengambil keputusan yang lebih baik informasional, termasuk dalam hal pembelian produk atau layanan, investasi, serta kebijakan lingkungan. Dengan demikian, pengungkapan emisi karbon tidak hanya meningkatkan transparansi, tetapi juga memfasilitasi dialog yang lebih terbuka dan responsif antara perusahaan dan pemangku kepentingan, yang pada akhirnya dapat mempercepat transisi menuju praktik bisnis yang lebih berkelanjutan.



Di samping itu, inovasi hijau (*green innovation*) menjadi kunci dalam menjawab tantangan perubahan iklim (Takalo dan Tooranloo, 2021). Perusahaan-perusahaan yang mampu mengembangkan teknologi dan produk yang ramah lingkungan memiliki peluang untuk meningkatkan daya saing di pasar. Inovasi hijau tidak hanya berkontribusi pada perlindungan lingkungan, tetapi juga dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya jangka Panjang (Hsu *et al.*, 2021). Dengan mendorong inovasi hijau, perusahaan tidak hanya berkontribusi pada mitigasi perubahan iklim, tetapi juga membuka peluang baru untuk pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan memberikan dampak positif yang lebih luas bagi masyarakat.

Di samping pengungkapan emisi karbon, inovasi hijau juga telah menjadi sorotan dalam upaya memperbaiki kinerja lingkungan Perusahaan (Wang *et al.*, 2021). Inovasi hijau merujuk pada pengembangan dan penerapan teknologi, proses, atau produk yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Melalui inovasi hijau, perusahaan dapat mengeksplorasi solusi baru untuk mengurangi jejak lingkungan mereka, meningkatkan efisiensi, dan meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan. Inovasi hijau dapat mencakup berbagai hal, mulai dari penggunaan energi terbarukan dan teknologi hemat energi hingga desain produk yang lebih ramah lingkungan dan praktik manufaktur yang lebih berkelanjutan. Perusahaan dapat mengadopsi inovasi hijau dalam berbagai aspek operasional mereka, termasuk produksi, distribusi, dan manajemen limbah. Selain manfaat langsung dalam mengurangi dampak lingkungan, inovasi hijau juga dapat membuka peluang baru untuk pertumbuhan dan diferensiasi bisnis. Perusahaan yang berhasil mengembangkan solusi inovatif untuk masalah lingkungan sering

lapatkan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin peduli lingkungan. demikian, inovasi hijau bukan hanya tentang memenuhi tuntutan



keberlanjutan, tetapi juga merupakan strategi bisnis yang cerdas dan berorientasi pada masa depan. Dengan mengadopsi inovasi hijau, perusahaan dapat memperbaiki kinerja lingkungan mereka sambil memperkuat posisi mereka di pasar yang semakin berkelanjutan dan beretika (Aftab *et al.*, 2022).

Inovasi hijau mencakup pengembangan teknologi, proses, dan produk yang ramah lingkungan, yang pada gilirannya dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi Perusahaan (Tu dan Wu, 2021). Dengan mengadopsi inovasi ini, perusahaan dapat mengurangi jejak lingkungan mereka sambil meningkatkan efisiensi operasional dan memenuhi tuntutan konsumen yang semakin peduli lingkungan. Teknologi hijau seperti energi terbarukan, sistem manajemen energi pintar, dan teknologi pengolahan limbah yang lebih efisien memungkinkan perusahaan untuk mengurangi emisi karbon dan penggunaan sumber daya alam secara signifikan. Selain itu, pengembangan produk yang ramah lingkungan dapat memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan di pasar yang semakin berorientasi pada keberlanjutan. Produk-produk ini sering kali memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin sadar lingkungan dan dapat menjadi pilihan yang lebih menarik dari segi nilai dan reputasi merek. Selain itu, proses produksi yang lebih berkelanjutan dapat mengurangi biaya operasional jangka panjang, meningkatkan efisiensi, dan mengurangi ketergantungan perusahaan pada sumber daya alam yang terbatas. Dengan demikian, inovasi hijau bukan hanya tentang memenuhi tuntutan regulasi atau ekspektasi pasar, tetapi juga merupakan strategi bisnis yang cerdas yang dapat menghasilkan manfaat jangka panjang bagi perusahaan. Dengan mengintegrasikan inovasi hijau dalam operasi dan strategi bisnis mereka, perusahaan dapat memperbaiki kinerja lingkungan mereka sambil memperkuat

posisi mereka di pasar yang semakin berkelanjutan dan beretika (Tjahjadi *et al.*,



Selain pengungkapan emisi karbon dan inovasi hijau, investasi hijau juga menjadi perhatian dalam literatur dan praktik bisnis (Li *et al.*, 2023). Adanya kasus kerusakan lingkungan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung yang mengakibatkan kerugian sebesar Rp 271,06 triliun. Menteri Lingkungan Hidup menyatakan bahwa berdasarkan perhitungan tersebut, total kerugian lingkungan dalam kasus itu mencakup kerugian dari segi ekologi, ekonomi lingkungan, dan biaya pemulihan. Dari kasus ini, jelas bahwa tanggung jawab lingkungan adalah salah satu faktor yang dapat sangat memengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan yang melakukan investasi yang tepat untuk berdampak pada lingkungannya akan mendapatkan imbal hasil yang sepadan. Perusahaan harus memahami nilai dan potensi inovasi mereka dalam konteks lingkungan dan memanfaatkannya secara efektif untuk menciptakan nilai jangka panjang bagi bisnis mereka dan planet kita secara keseluruhan (Cappa *et al.*, 2021).

Penggunaan modal hijau yang dimobilisasi oleh pemerintah atau perusahaan untuk menginvestasikan modal pada barang dan jasa lingkungan seperti melindungi keanekaragaman ekosistem dan kerugian terhadap rusaknya iklim dikenal sebagai *green investment* (Zhang dan Berhe, 2022). *Green investment* tidak hanya dilakukan oleh pemerintah, tetapi juga perusahaan saat ini berpartisipasi dalam mengatasi masalah lingkungan. Di Indonesia, penggunaan istilah "*green investment*" mengacu pada *green industry*, yang berarti bahwa dalam hal input, industri hijau menggunakan bahan dan energi alternatif yang ramah lingkungan. Industri yang lebih ramah lingkungan sekarang menjadi tren di seluruh dunia. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi para investor untuk mengembangkan investasi hijau di Indonesia, terutama mengingat potensi alam



biasa yang ditawarkan negara. *Green investment* atau investasi hijau, isarnya bertujuan untuk menjaga ekonomi dan kehidupan yang

berkelanjutan, baik dalam hal sosial maupun lingkungan, serta dalam hal tata kelola.

Investasi hijau dapat membantu perusahaan mengatasi dan menangani masalah lingkungan. Dengan melakukan investasi hijau dan memanfaatkan peran masyarakat dan pasar, perusahaan atau industri akan dipaksa untuk meningkatkan kinerjanya dalam mengelola lingkungan sehubungan dengan operasinya. Pilihan yang diambil perusahaan untuk mendapatkan dan mempertahankan legitimasi lingkungan hidup dapat berdampak pada kinerja perusahaan dan nilai perusahaan (Zhang dan Berhe, 2022). Melakukan investasi hijau diyakinkan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan karena investor percaya bahwa, meskipun biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan investasi hijau besar, nilai perusahaan akan meningkat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Tanasya dan Handayani (2020), investasi hijau dapat berdampak positif pada profitabilitas. Salah satu alasan mengapa ada pengaruh tersebut adalah karena apabila perusahaan menerapkan strategi investasi hijau yang lebih baik, masyarakat akan mendukung setiap langkah yang diambilnya, sehingga nilai perusahaan dapat dipengaruhi.

Dengan demikian, penelitian ini akan memperhatikan pengaruh dari tiga faktor utama: *carbon emission disclosure*, *green innovation*, dan *green investment* terhadap nilai perusahaan dan *Good Corporate Governance* sebagai pemoderasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana praktik-praktik bisnis berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah



Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *carbon emission disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *green innovation* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *green investment* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah *good corporate governance* memoderasi pengaruh antara *carbon emission disclosure* dengan nilai perusahaan?
5. Apakah *good corporate governance* memoderasi pengaruh antara *green innovation* dengan nilai perusahaan?
6. Apakah *good corporate governance* memoderasi pengaruh *green investment* dengan nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh *carbon emission disclosure* terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menguji pengaruh *green innovation* terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menguji pengaruh *green investment* terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menguji *good corporate governance* dalam memoderasi pengaruh antara *carbon emission disclosure* dengan nilai perusahaan.
5. Untuk menguji *good corporate governance* dalam memoderasi pengaruh antara *green innovation* dengan nilai perusahaan.
6. Untuk menguji *good corporate governance* dalam memoderasi pengaruh antara *green investment* dengan nilai perusahaan.



1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa kegunaan yang penting, antara lain:

1. Penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi pada literatur akademis terkait dengan keberlanjutan lingkungan. Dengan menyelidiki hubungan antara pengungkapan emisi karbon, inovasi hijau, investasi hijau, dan nilai perusahaan, penelitian ini dapat melengkapi pemahaman kita tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam konteks lingkungan.
2. Temuan dari penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi praktisi bisnis dalam merancang strategi yang berkelanjutan dan berorientasi lingkungan. Dengan memahami seberapa besar pengungkapan emisi karbon, inovasi hijau, dan investasi hijau berdampak pada nilai perusahaan, perusahaan dapat mengambil langkah-langkah yang lebih efektif dalam memperbaiki kinerja mereka secara keseluruhan.
3. Penelitian ini juga dapat memberikan informasi yang berharga bagi pembuat kebijakan dalam mengembangkan regulasi yang lebih efektif terkait dengan lingkungan dan keberlanjutan. Dengan memahami sejauh mana *good corporate governance* dapat memoderasi hubungan antara variabel-variabel tersebut, pembuat kebijakan dapat merancang kebijakan yang lebih tepat untuk mendorong praktik bisnis yang ramah lingkungan.
4. Penelitian ini juga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya praktik bisnis yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Dengan menyampaikan temuan penelitian secara efektif, masyarakat dapat lebih memahami dampak aktivitas bisnis terhadap lingkungan dan mengambil langkah-langkah untuk mendukung perusahaan-perusahaan



yang berkomitmen pada praktik bisnis yang bertanggung jawab secara lingkungan.

1.5 Sistematika Penulisan

Buku pedoman penulisan tesis dan disertasi yang diterbitkan pada tahun 2013 oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin merupakan dasar untuk sistematika penulisan penelitian ini.

Bab I Pendahuluan. Bab ini yang terdiri dari pendahuluan, menetapkan landasan penting bagi penelitian ini. Latar belakang memberikan gambaran umum tentang isu-isu global, rumusan masalah menyoroti pertanyaan-pertanyaan yang ingin dijawab oleh penelitian ini. Tujuan penelitian menegaskan arah yang diinginkan dalam pencapaian hasil penelitian, dan kegunaan penelitian menyoroti manfaat potensial dari hasil penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka. Bab ini yang terdiri dari Tinjauan Pustaka, memberikan landasan teoretis yang kokoh bagi penelitian ini. Dalam bagian Tinjauan Teoretis, berbagai teori serta konsep-konsep terkait lainnya akan dibahas secara mendalam. Selanjutnya, hipotesis-hipotesis penelitian akan dirumuskan, menetapkan dasar untuk pengujian hubungan antarvariabel dalam penelitian ini. Di bagian Kerangka Pemikiran, struktur konseptual yang merangkum interaksi antara variabel-variabel yang diteliti akan diuraikan.

Bab III Kerangka Konseptual dan Hipotesis. Bab ini yang terdiri dari Kerangka Konseptual, struktur konseptual yang merangkum interaksi antara variabel-variabel yang diteliti akan diuraikan. Selain itu pada bagian ini Hipotesis-hipotesis penelitian akan dirumuskan, menetapkan dasar untuk pengujian hubungan antarvariabel dalam penelitian ini.



Bab IV Metode Penelitian. Bab ini yang terdiri dari Metode Penelitian, merupakan bagian penting yang merinci langkah-langkah yang diambil dalam menjalankan penelitian ini. Rancangan penelitian akan diuraikan dengan jelas, menggambarkan pendekatan yang digunakan dalam pengumpulan dan analisis data. Lokasi dan waktu penelitian akan dijelaskan untuk memberikan pemahaman tentang konteks dan durasi penelitian. Populasi dan sampel penelitian akan diidentifikasi, serta teknik pengambilan sampel yang digunakan. Selanjutnya, jenis dan sumber data akan dijelaskan untuk memberikan gambaran tentang sumber informasi yang digunakan dalam penelitian. Metode pengumpulan data akan diuraikan secara rinci, termasuk instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data. Selain itu, variabel penelitian akan ditetapkan bersama dengan definisi operasionalnya untuk memastikan konsistensi dalam pengukuran. Terakhir, teknik analisis data yang akan digunakan juga akan dijelaskan untuk memberikan gambaran tentang bagaimana data akan dianalisis untuk menjawab pertanyaan penelitian.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori dan Konsep

2.1.1 *Legitimacy Theory*

Ghozali dan Chariri (2007) mengusulkan bahwa teori legitimasi bertumpu pada istilah 'kontrak sosial' antara perusahaan dengan masyarakat di mana perusahaan beroperasi dan bergantung pada sumber daya alam. Menurut teori ini, organisasi harus secara konsisten menyelaraskan operasinya dengan batas-batas dan nilai-nilai yang diterima oleh masyarakat untuk mendapatkan legitimasi. Artinya, perusahaan harus beroperasi sesuai dengan aturan dan norma-norma yang berlaku di lingkungannya agar aktivitasnya dianggap sah dan dapat diterima oleh pengamat eksternal (Deegan *et al.*, 2002). Teori ini menyatakan bahwa perusahaan dapat beroperasi dengan izin dari masyarakat, yang tidak bersifat permanen, yang mengharuskan adanya adaptasi terhadap keinginan dan tuntutan masyarakat. Singkatnya, teori ini menekankan pentingnya memenuhi harapan masyarakat untuk membangun dan mempertahankan legitimasi. Teori legitimasi penting bagi organisasi karena menyoroti pentingnya menganalisis perilaku organisasi dalam kaitannya dengan batasan yang diciptakan oleh norma dan nilai sosial, dan tanggapan terhadap batasan ini dalam kaitannya dengan lingkungan (Dowling dan Pfeffer, 1975).

Legitimasi adalah suatu kondisi kepekaan yang tinggi di antara individu dan organisasi terhadap berbagai sinyal di lingkungan mereka, yang mencakup aspek yang berwujud dan tidak berwujud. Legitimasi organisasi dapat dianggap



sebagai pengakuan masyarakat yang diberikan kepada perusahaan, dan pada saat yang sama, perusahaan secara aktif mengejar atau mendambakan legitimasi dari masyarakat (O'Donovan, 2002). Dalam konteks ini, legitimasi merupakan keuntungan atau sumber daya yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Deegan *et al.* (2002) menjelaskan lebih lanjut bahwa suatu keharusan untuk mendapatkan legitimasi adalah ketika kehadiran perusahaan selaras dengan norma dan prinsip sosial dan lingkungan yang berlaku. Setiap penyimpangan yang mengarah pada ketidaksesuaian dapat membahayakan legitimasi perusahaan.

2.1.2 Stakeholder Theory

Stakeholder adalah setiap individu yang menjadi target utama dari pengembangan organisasi. Freeman *et al.*, (1984) mendefinisikannya sekelompok atau individu yang memengaruhi atau dipengaruhi oleh organisasi untuk menggapai visinya. Kelangsungan hidup sebuah organisasi sangat bergantung pada bantuan yang diberikan oleh para mitranya (Chariri dan Gozali, 2007). Organisasi harus menjalin hubungan dengan para stakeholder-nya dengan cara menanggapi aspirasi dan kebutuhan mereka, terutama mereka yang memiliki akses terhadap aset yang digunakan untuk menjalankan fungsi organisasi, seperti lapangan kerja atau pasar untuk barang organisasi (Chariri dan Gozali, 2007).

Pelaporan keberlanjutan menunjukkan bahwa semua stakeholder utama mendapatkan informasi terkait kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan organisasi secara bersamaan. Kebijakan ini menjadi strategi dalam menjaga relasi yang baik antara organisasi dengan para stakeholdernya. Secara logis, pengungkapan

itu mampu memenuhi kebutuhan data yang dibutuhkan organisasi guna oleh dorongan dari para mitra yang berpengaruh terhadap keberlanjutan



organisasi. Hal ini konsisten dengan pandangan bahwa pengungkapan keuangan, dimensi sosial dan lingkungan adalah kemitraan organisasi dan pemangku kepentingan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas perusahaan yang akan mengubah persepsi dan ekspektasi.

2.1.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merujuk pada kondisi terkait tujuan dan target yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan selama bertahun-tahun, yaitu sejak pendirian perusahaan hingga saat ini. Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan, yang biasanya dikaitkan dengan harga saham.. Secara teoretis, nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai nilai yang dapat dibandingkan dari hasil kinerja perusahaan; oleh karena itu, nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai jumlah yang harus dibayar seseorang saat membeli perusahaan atau kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan saat ini dan prospek masa depan, nilai perusahaan dilihat dari maksimalisasi kekayaan pemegang saham (Hardiyansah *et al.*, 2021).

Meningkatnya nilai perusahaan sesuai dengan harapan adalah prestasi, karena kesejahteraan para pemilik akan meningkat bersama dengan nilai perusahaan. Ini adalah tanggung jawab manajer yang telah dipercaya oleh investor untuk mengelola perusahaannya (Sukirni, 2012). Investor akan lebih suka melakukan investasi dalam perusahaan yang memiliki kinerja yang baik. Nilai perusahaan, termasuk nilai nominal, pasar, intrinsik, buku, dan likuidasi, akan dianggap lebih baik jika ada permintaan investasi saham yang tinggi.. Satu

keuangan yang diambil akan memengaruhi putusan lainnya dan ak pada nilai perusahaan (Fama dan French, 1998;(Monica *et al.*, 2021).



2.1.4 Carbon Emission Disclosure

Carbon Emission Disclosure adalah praktik yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi untuk menyediakan informasi terkait jumlah emisi gas rumah kaca yang dihasilkan oleh kegiatan operasional mereka. Ini merupakan bagian dari upaya untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas terkait dampak lingkungan dari aktivitas bisnis mereka (Caputo *et al.*, 2021). Informasi yang diungkapkan biasanya mencakup besarnya emisi gas rumah kaca yang dihasilkan oleh operasi perusahaan dalam satuan ukuran tertentu, seperti ton CO₂e (setara dengan dioksida karbon). Penyediaan data ini dapat membantu pemangku kepentingan, termasuk investor, pelanggan, dan masyarakat umum, untuk memahami dan mengevaluasi dampak lingkungan dari kegiatan bisnis suatu perusahaan serta upaya perusahaan dalam mengurangi emisi gas rumah kaca. Praktik *Carbon Emission Disclosure* juga dapat membantu perusahaan dalam merencanakan dan melaksanakan strategi mitigasi perubahan iklim yang lebih efektif.

Salah satu tujuan utama dari pengungkapan emisi karbon adalah untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas terkait dampak lingkungan dari aktivitas Perusahaan (Wong *et al.*, 2021). Dengan memberikan informasi terperinci tentang jumlah emisi gas rumah kaca yang dihasilkan oleh kegiatan operasional mereka, perusahaan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas kepada pemangku kepentingan, termasuk investor, pelanggan, dan masyarakat umum, tentang dampak lingkungan dari bisnis mereka. Selain itu, pengungkapan emisi karbon juga bertujuan untuk memfasilitasi pemantauan dan evaluasi kinerja keberlanjutan perusahaan. Dengan menyediakan data yang terukur tentang emisi gas rumah kaca, perusahaan dapat mengukur kemajuan mereka dalam mengurangi jejak karbon mereka dari waktu ke waktu. Hal ini memungkinkan



perusahaan untuk mengevaluasi efektivitas strategi mitigasi perubahan iklim yang telah mereka terapkan dan mengidentifikasi area-area di mana perbaikan lebih lanjut diperlukan. Secara keseluruhan, pengungkapan emisi karbon memainkan peran penting dalam mendorong transparansi, akuntabilitas, dan tanggung jawab lingkungan dalam praktik bisnis, serta membantu perusahaan dalam melacak dan meningkatkan kinerja keberlanjutan mereka.

Carbon Emission Disclosure adalah proses dimana perusahaan atau organisasi secara sukarela memberikan informasi tentang jumlah emisi gas rumah kaca yang dihasilkan oleh kegiatan operasional mereka (Chen *et al.*, 2021). Informasi ini mencakup emisi langsung dari operasi perusahaan, seperti emisi dari pembakaran bahan bakar fosil, serta emisi tidak langsung yang berasal dari rantai pasokan dan konsumsi produk atau layanan perusahaan. Melalui pengungkapan ini, perusahaan berupaya untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas terkait dampak lingkungan mereka, serta memberikan pemangku kepentingan informasi yang diperlukan untuk *mengambil* keputusan yang berkelanjutan (Wong *et al.*, 2021).

2.1.5 Green innovation

Green innovation atau inovasi hijau adalah istilah yang merujuk pada pengembangan dan penerapan teknologi, proses, produk, atau layanan baru yang memprioritaskan keberlanjutan lingkungan (Takalo dan Tooranloo, 2021). Ini mencakup upaya untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, seperti emisi gas rumah kaca, polusi udara dan air, serta penggunaan sumber daya alam yang tidak berkelanjutan. *Green innovation* bertujuan untuk menciptakan solusi



lah lingkungan tanpa mengorbankan kinerja atau keunggulan kompetitif. melibatkan pengembangan teknologi baru yang lebih efisien energi, proses

produksi yang lebih ramah lingkungan, penggunaan bahan baku daur ulang atau biodegradable, atau pengenalan produk atau layanan yang membantu konsumen mengurangi jejak karbon mereka. Tujuan utama dari *Green innovation* adalah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Hal ini sejalan dengan semakin meningkatnya kesadaran akan pentingnya melindungi lingkungan dan merespons tantangan perubahan iklim global. Oleh karena itu, *Green innovation* menjadi sangat penting dalam upaya memperbaiki keberlanjutan sosial dan lingkungan di seluruh dunia (Takalo dan Tooranloo, 2021).

Green Innovation, atau inovasi hijau, bertujuan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan sambil meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya, mengurangi emisi gas rumah kaca, dan mempromosikan praktik bisnis yang lebih ramah lingkungan. Melalui pengembangan dan penerapan teknologi, proses, produk, atau layanan baru yang lebih berkelanjutan, perusahaan dapat mencapai berbagai tujuan lingkungan yang penting (Javaid *et al.*, 2022). Pertama, *Green Innovation* berupaya untuk mengurangi dampak lingkungan, termasuk polusi udara, air, dan tanah, serta kerusakan ekosistem. Selain itu, inovasi hijau juga mengarah pada penggunaan sumber daya alam secara lebih efisien dan berkelanjutan, seperti energi, air, dan bahan baku lainnya. Selanjutnya, fokus utama *Green Innovation* adalah mengurangi emisi gas rumah kaca yang berkontribusi pada perubahan iklim global. Terakhir, praktik bisnis yang ramah lingkungan dipromosikan melalui *Green Innovation*, dengan mendorong penggunaan energi terbarukan, pengelolaan limbah yang lebih baik, dan meningkatkan kesadaran lingkungan di seluruh rantai pasokan. Dengan demikian,



novation tidak hanya memperbaiki kinerja bisnis, tetapi juga berperan dalam pembangunan berkelanjutan dan pelestarian lingkungan.

Green Innovation adalah proses di mana perusahaan, lembaga riset, atau individu mengembangkan dan menerapkan teknologi, produk, layanan, atau praktik bisnis baru yang bertujuan untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan. Inovasi ini dapat mencakup penggunaan energi terbarukan, pengembangan produk yang ramah lingkungan, desain proses produksi yang lebih efisien, atau adopsi praktik bisnis berkelanjutan lainnya (de Medeiros *et al.*, 2022). Dengan mendorong inovasi hijau, tujuan utamanya adalah untuk menciptakan solusi yang tidak hanya menguntungkan perusahaan dari segi ekonomi, tetapi juga membawa dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat secara keseluruhan.

2.1.6 *Green Investment*

Secara luas definisi investasi melibatkan penggunaan uang atau modal ke dalam usaha (bisnis, proyek, real estate, dll) dengan harapan memperoleh pendapatan tambahan atau profit. Investasi hijau adalah sebuah konsep yang menyebutkan penggunaan modal hijau yang dimobilisasi baik dari pemerintah maupun industri untuk menginvestasikan modal tersebut pada barang dan jasa lingkungan seperti melindungi keanekaragaman ekosistem dan kerugian terhadap kerusakan iklim (Zhang dan Berhe, 2022). Sementara itu, investasi hijau terintegrasi dengan tujuan ekonomi sirkular dan penciptaan masyarakat yang harmonis. Hal ini bertujuan untuk mencapai pembangunan sosial dan ekonomi jangka panjang dengan mengkoordinasikan dan menyatukan manfaat ekonomi, lingkungan, dan sosial. Investasi hijau ialah sebuah kegiatan pembiayaan yang dilakukan perusahaan yang diupayakan sebagai perlindungan untuk mengurangi dampak lingkungan serta mengelola lingkungan disebabkan dari kegiatan perusahaan atau biasa disebut investasi lingkungan (Utomo dan Kaujan, 2019).

green investment tidak hanya dilakukan oleh pemerintah, namun saat ini



perusahaan juga ikut serta dalam mengatasi masalah lingkungan. *Green Investment* terbangun atas beroperasinya industri hijau.

Green investment perusahaan yaitu pengeluaran terkait dengan transformasi teknologi dan R&D, limbah industri dan berbagai polutan yang dikelola, konstruksi proyek yang bersih dan terbarukan, pengelolaan restorasi lingkungan ekologi dan penghijauan (Chen dan Ma, 2021). Perusahaan mengeluarkan sejumlah biaya untuk menerapkan pelestarian dan pengelolaan lingkungan hidup serta mencapai kinerja lingkungan secara baik dengan melaksanakan pencegahan pada pencemaran lingkungan, yang memberikan dampak terhadap kenaikan nilai perusahaan. Perusahaan wajib didorong untuk melakukan investasi hijau berdasarkan tiga tanggung jawab sosial utama konservasi sumber daya alam, perlindungan lingkungan, dan keadilan. Sehingga, perusahaan mengurangi dampak lingkungan dari operasinya, salah satunya dengan mengurangi konsumsi energi dan emisi karbon. Informasi mengenai investasi hijau yang dilakukan perusahaan disampaikan dalam bentuk laporan keberlanjutan serta laporan tahunan yang mengungkapkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan.

2.1.7 Good Corporate Governance

Tata kelola perusahaan sebagai seperangkat peraturan dan prosedur untuk memastikan para manajer mematuhi prinsip-prinsip manajemen berbasis nilai Brigham dan Ehrhardt (2005). Prinsip-prinsip ini, yang secara kolektif dikenal sebagai TARIF adalah singkatan dari *Transparency, Accountability, Responsibility, Independency*, dan *Fairness*. Tujuan mendasar dari tata kelola perusahaan adalah



menjamin terwujudnya tujuan yang telah ditetapkan oleh para pemegang saham dalam mengelola kekayaan mereka. Menyadari pentingnya peran bank

dalam perekonomian, *The Bassel Committee on Banking Supervision-Federal Reserve* menegaskan bahwa bank memainkan peran penting dalam menyediakan pembiayaan perusahaan komersial, jasa keuangan penting bagi berbagai macam pelanggan, dan akses ke sistem pembayaran (Brigham dan Erhardt, 2005). Mengingat posisi bank yang vital dalam perekonomian nasional dan aksesnya terhadap jaring pengaman pemerintah melalui peraturan, maka pembentukan tata kelola perusahaan yang kuat bagi bank merupakan hal yang sangat penting (Totok Dewayanto, 2010).

Tata kelola perusahaan yang baik mengacu pada sistem peraturan yang komprehensif yang mengatur interaksi antara pemegang saham, manajemen perusahaan (manajer), kreditur, pemerintah, karyawan, dan pemangku kepentingan internal dan eksternal lainnya terkait hak-hak dan tanggung jawab mereka. Pada dasarnya, ini adalah kerangka kerja yang mengawasi dan mengelola perusahaan, dengan tujuan akhir untuk meningkatkan nilai bagi semua pemangku kepentingan. Ketika diterapkan secara efektif dan efisien, tata kelola perusahaan yang baik akan menjamin kelancaran seluruh operasi perusahaan, yang berujung pada peningkatan berbagai aspek kinerja perusahaan, termasuk kinerja keuangan dan non-keuangan (Brown dan Caylor, 2004).

Effendi (2009) mengemukakan bahwa *corporate governance* adalah sistem pengaturan dan pengendalian yang dirancang untuk memastikan bahwa perusahaan menciptakan nilai bagi semua individu yang terlibat di dalamnya. Untuk itu, ada dua aspek yang menjadi perhatian dalam konsep ini, yaitu pemenuhan hak-hak pemegang saham oleh perusahaan dan pemenuhan

perusahaan (Sulistiyanto, 2008). Istilah "baik" dalam *Good Corporate Governance* (GCG) menandakan tingkat pencapaian upaya yang memenuhi



persyaratan, yang menunjukkan kepatutan dan keteraturan operasi perusahaan berdasarkan konsep tata kelola perusahaan (Cahyani, 2009). Menurut Bank Dunia, *good corporate governance* (GCG) mencakup seperangkat hukum, peraturan, dan aturan yang harus diikuti, yang mendorong pemanfaatan sumber daya perusahaan secara efisien untuk menciptakan nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi para pemegang saham dan masyarakat luas.

Mekanisme *good corporate governance* merupakan tanggung jawab bersama yang terbagi menjadi dua bagian utama: internal dan eksternal. Mekanisme internal melibatkan dewan direksi, komisi, komite audit, dan struktur kepemilikan. Sebagai puncak dari manajemen internal perusahaan, dewan komisaris memiliki peran pengawasan. Farida *et al.* (2010) menyatakan bahwa komite independen yang beranggotakan pihak luar perusahaan. Komposisi dewan independen ditentukan oleh persentase jumlah dewan komisaris independen dengan jumlah keseluruhan anggota dewan komisaris perusahaan (Rizky Arifani, 2013).

Good Corporate Governance (GCG) dapat didefinisikan sebagai suatu konsep yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan melalui pengawasan dan pemantauan kegiatan manajemen, memastikan akuntabilitas mereka kepada para pemangku kepentingan dalam kerangka peraturan. Tujuan utama *Good Corporate Governance* adalah untuk mencapai transparansi yang lebih besar dalam manajemen bagi semua pengguna laporan keuangan.

2.2 Tinjauan Empiris

Penelitian Aeni dan Murwaningsari (2023) bertujuan untuk melakukan serta pengujian hubungan antara pengungkapan emisi karbon dan hijau terhadap nilai perusahaan. populasi dari tiga sektor perusahaan



yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021. Sektor perusahaan yang digunakan ialah sektor basic material, energy dan real estate & properties. Dengan menggunakan metode purposive sampling didapat sebanyak 162 sampel perusahaan yang menerbitkan laporan keberlanjutan (SR) serta laporan tahunan (AR) pada tahun 2021. Hasil penelitian menemukan bahwa variabel pengungkapan emisi karbon memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara investasi hijau tidak memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Wijayanti dan Budi (2024) bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Green Governance*, *Green Investment*, dan *Green Innovation* terhadap Nilai Perusahaan di Bursa Efek Indonesia pada periode 2020 hingga 2022. Populasi di penelitian ini terhitung sejumlah 43 perusahaan Sektor Pertambangan di BEI. Penelitian ini yakni penelitian kuantitatif yaitu dengan pengumpulan data menggunakan data sekunder. variabel *Board Size*, *Board Independence*, dan *Green Investment* memberi pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, sementara variabel *Chief Sustainability Officer* dan *Green Innovation* tidak memberi pengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian ini juga menguji pengaruh variabel kontrol Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil yang didapatkan yaitu Profitabilitas memberi pengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan dan Ukuran Perusahaan tidak memberi pengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Penelitian Tanasya dan Handayani (2020) bertujuan untuk Untuk mengetahui pengaruh hubungan corporate governance dan green investment nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi.

ini menggunakan 40 sampel perusahaan yang terdaftar di Indeks SRI



KEHATI 2014-2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa corporate governance dan green investment berpengaruh positif terhadap profitabilitas, Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas dapat memediasi hubungan antara green investment terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Dewi dan Rahmianingsih (2020) bertujuan untuk mengetahui pengaruh green innovation dan eco-efficiency terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel yang digunakan adalah 45 perusahaan yang memenuhi kriteria dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2018. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa green innovation berpengaruh positif terhadap eco-efficiency, eco efficiency berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, green innovation berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan eco-efficiency tidak memediasi pengaruh green innovation terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Mentari dan Dewi (2023) bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green investment* pada nilai perusahaan dengan *CSR Disclosure* sebagai moderasi. Metode pengumpulan data menggunakan content analysis. Populasi dalam penelitian ini adalah 25 perusahaan yang masuk ke dalam Indeks SRI KEHATI yang terdaftar di BEI dari tahun 2018-2022. Penelitian ini menggunakan 7 perusahaan sebagai sampel yang dipilih menggunakan metode purposive sampling. Hasil penelitian variabel green investment berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara variabel *CSR disclosure* ditemukan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.



lainnya yaitu *CSR Disclosure* tidak mampu memoderasi hubungan green investment dengan nilai perusahaan.