

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan revolusi industri, kemajuan berbagai sektor nyatanya memberi perubahan signifikan dalam praktik bisnis dan sistem operasional di berbagai bidang ekonomi. Perubahan tersebut berdampak pada kompleksitas pasar sekaligus mempengaruhi perubahan iklim, sehingga perusahaan harus beradaptasi di tengah lingkungan yang semakin dinamis dan menantang. Masalah lingkungan kini menjadi topik utama yang erat kaitannya dengan aktivitas industri, seperti pembuangan limbah produksi yang memicu pencemaran polusi udara, air dan tanah hingga ke level berbahaya (Agustia dkk., 2019). Isu lingkungan ini, selain menjadi perhatian utama bagi perusahaan, juga mencerminkan kondisi global yang semakin kritis.

Salah satu fenomena lingkungan yang akhir-akhir ini sering terjadi yaitu terjadinya pemanasan global, yang disebabkan oleh meningkatnya suhu bumi akibat peningkatan (emisi) gas rumah kaca. Dikutip pada Kompas.com (14/12/2024), dikatakan dalam laporan Lembaga *Think Tank Energy Institute* berjudul *Statistical Review of World Energy 2024* bahwa emisi dari sektor energi di Indonesia tahun 2023 mencapai 701,4 juta ton yang setara dengan karbon dioksida. Angka tersebut menempatkan Indonesia pada peringkat keenam sebagai penghasil emisi gas rumah kaca (GRK) terbesar di dunia dari sektor energi

laru, 2024).



Fenomena berikutnya muncul akibat aktivitas industri yang berdampak pada penurunan kualitas lingkungan. Dikutip dari [bbc.com](https://www.bbc.com) (25/08/2023), hasil pemantauan satgas KLHK menyebutkan PT Wahana Sumber Rezeki dan PT Unitama Makmur Persada yang bergerak di bidang pengolahan dan penyimpanan Batubara atau *stockpile* di Madura, Jakarta Utara, selama menjalankan kegiatannya ditemukan bahwa tidak terdapat Rencana Pengelolaan Lingkungan (RKL) dan Rencana Pemantauan Lingkungan (RPL) yang disusun secara rinci. Hal tersebut menyebabkan kesehatan warga sekitar terganggu ([bbc.com](https://www.bbc.com), 2023).

Dalam menghadapi tantangan ini, pemerintah telah mengeluarkan sejumlah regulasi untuk menegakkan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan. Beberapa regulasi diantaranya, Undang-undang Lingkungan Hidup No. 46 Tahun 2017, tentang Instrumen Ekonomi Lingkungan Hidup (Pemerintah Pusat, 2017). Selain itu, pemerintah Indonesia juga meratifikasi Protokol Kyoto dan menerbitkan UU No. 17 Tahun 2004, tentang Pengesahan *Kyoto Protocol to the United Nations Framework Convention on Climate Change*, yang mengatur Penurunan Emisi Gas Rumah Kaca (Pemerintah Pusat, 2004). Implikasi dari lahirnya Protokol Kyoto telah melahirkan kebijakan akuntansi karbon yang mewajibkan perusahaan untuk mengakui, mencatat, menyajikan dan mengungkapkan emisi karbon. Indonesia juga telah mengambil bagian dengan memperketat regulasi tersebut melalui pengesahan Peraturan Presiden No. 61 Tahun (2011), tentang Rencana Aksi Nasional Penurunan Emisi Gas Rumah Kaca. Melalui regulasi-regulasi tersebut, diharapkan perusahaan tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga aktif dalam mendukung keberlanjutan dan kesejahteraan masyarakat.



Di sisi lain, meningkatnya kepedulian masyarakat terhadap isu lingkungan menciptakan tekanan sosial dan ekonomi bagi perusahaan untuk mematuhi prinsip keberlanjutan dalam operasionalnya. Dalam konteks ini, perspektif dan tindakan individu atau kelompok yang lebih responsif terhadap isu keberlanjutan dan tanggung jawab sosial akan mendorong para manajer untuk meningkatkan pengungkapan sukarela terkait emisi karbon perusahaan. Kehadiran perubahan pola pikir tersebut mencakup pergeseran dari fokus sempit pada keuntungan jangka pendek menuju pemahaman lebih luas terkait dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan (Perera dkk., 2023). Pengungkapan perusahaan ini bertujuan untuk memahami bagaimana perusahaan menanggapi kekhawatiran pemangku kepentingan (Luo dkk., 2012), serta membantu memperkuat persepsi positif terhadap perusahaan di kalangan investor, pelanggan, dan masyarakat yang menghargai tanggung jawab terhadap keberlanjutan bisnis. Hal ini menegaskan pentingnya peran *stakeholder* dalam menciptakan nilai perusahaan, karena kepuasan dan kepercayaan mereka terhadap transparansi serta tanggung jawab perusahaan dapat berdampak langsung pada reputasi dan daya tarik perusahaan di pasar.

Urgensi perusahaan mengoptimalkan nilai perusahaan bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Investor meyakini bahwa naiknya harga saham merupakan indikator adanya peningkatan laba perusahaan. Peningkatan harga saham dapat dijadikan indikator bertambahnya nilai perusahaan, yang sekaligus merefleksikan keyakinan pasar terhadap kapabilitas perusahaan dalam mempertahankan kinerja dan memperluas peluang usaha di



ndatang. Selain itu, nilai perusahaan juga berperan dalam menarik minat investor di pasar modal. Investor menjadikan nilai perusahaan sebagai tolak

ukur dalam memilih saham perusahaan yang layak dijadikan investasi (Aviyanti & Isbanah, 2019).

Beberapa strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan daya tariknya di mata investor adalah dengan menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan. Komitmen ini tercermin melalui pengungkapan kinerja lingkungan perusahaan, khususnya mengenai emisi karbon yang dilaporkan dalam laporan keberlanjutan perusahaan. Pengungkapan tersebut dapat menyajikan informasi yang rinci kepada pengguna laporan terkait kinerja lingkungan perusahaan menunjukkan komitmen entitas dalam mengurangi pelepasan emisi ke atmosfer (Pratama dkk., 2023). Menurut Sari dan Budiasih (2022), *carbon emission disclosure* dapat meningkatkan nilai perusahaan, sementara Dianti dan Puspitasari (2024) menemukan tidak adanya pengaruh signifikan dari pengungkapan tersebut terhadap nilai perusahaan.

Selain itu, strategi lainnya dapat dilakukan adalah melalui penerapan inovasi hijau, dengan melibatkan minimalisasi penggunaan energi, pengurangan bahan, dan pencegahan polusi guna menghasilkan produk yang berkelanjutan dan berdampak positif terhadap lingkungan (Damas dkk., 2021). Dengan mengadopsi praktik inovasi hijau, perusahaan tidak hanya memenuhi tuntutan keberlanjutan, tetapi juga meningkatkan daya tariknya bagi investor, sehingga memperkuat nilai perusahaan di mata para pemangku kepentingan. Kesadaran terhadap lingkungan mendorong perusahaan untuk berinovasi dalam menciptakan produk yang ramah lingkungan. Upaya ini tidak hanya mendorong pelaku usaha menuju



gunan berkelanjutan, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan produk dan pemanfaatan sumber daya secara optimal (Damas dkk., dalam penelitian yang dilakukan oleh Imam dkk. (2024) mengungkapkan

bahwa penelitian *green innovation* memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian Yasya dan Muchlis (2024) yang menyimpulkan bahwa *green innovation* belum mampu memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Hal ini karena *green innovation* dapat menimbulkan beban biaya yang cukup besar bagi perusahaan, mencakup peningkatan kapasitas produksi, modernisasi peralatan, dan pendanaan kegiatan inovatif, sehingga berpotensi menurunkan nilai perusahaan.

Dalam rangka mencapai keseimbangan biaya yang optimal, perusahaan memanfaatkan *eco-efficiency* sebagai instrumen manajerial untuk menekan dampak lingkungan. Hal ini sejalan dengan temuan Huppess dan Ishikawa (2005), yang menyebutkan bahwa pendekatan ini adalah bagian dari sistem manajemen yang dirancang untuk mengurangi kerusakan lingkungan, meningkatkan efisiensi ekologis, dan menambah nilai perusahaan dengan biaya yang lebih rendah (Meutia dkk., 2019). *Eco-efficiency* merujuk pada proses yang bertujuan untuk memaksimalkan aktivitas bisnis sekaligus mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Dalam konsep ini, polusi dan limbah dianggap sebagai tanda ketidakefisienan dalam produksi, yang mengakibatkan biaya tanpa nilai tambah dan seharusnya dapat diminimalkan. Dengan menerapkan konsep ini dalam perencanaan strategi perusahaan, manajemen dapat membangun hubungan langsung antara tujuan dan manfaat lingkungan (Ekins & Etheridge, 2006). Hal tersebut menyoroti bahwa ketika perusahaan secara efektif memberi sinyal bahwa mereka mengadopsi *eco-efficiency*, mereka dianggap telah meningkatkan nilai pemegang saham dengan mengurangi profil risiko.



Seperti yang terungkap dalam penelitian Dewi dan Rahmianingsih (2020) mengungkapkan bahwa penelitian *eco-efficiency* memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan temuan Yuliandhari dkk. (2023) yang menunjukkan hasil yang tidak konsisten, mengingat penelitian sebelumnya menyatakan bahwa *eco-efficiency* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan akibat rendahnya tingkat pengungkapan yang belum mampu memberikan dampak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Transparansi dalam pengungkapan emisi karbon, penerapan *eco-efficiency*, dan *green innovation* memiliki kaitan yang kuat dengan teori *stakeholder*, yang menegaskan bahwa kelangsungan operasional perusahaan ditentukan oleh seluruh *stakeholder*, termasuk *shareholder*, tenaga kerja, pemasok, mitra usaha, pemerintah, konsumen, masyarakat, dan lingkungan hidup sebagai bagian dari sistem sosial yang saling terhubung. Dukungan dari *stakeholder* ini memainkan peran penting dalam memastikan kelangsungan hidup perusahaan, sehingga laporan yang transparan menjadi hak mereka untuk memahami dampak aktivitas perusahaan terhadap lingkungan dan komunitas sekitarnya (Anjarsari dkk., 2023). Dalam konteks ini, *carbon emission disclosure*, *eco-efficiency*, dan *green innovation* tidak hanya mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan, tetapi juga berfungsi sebagai sarana untuk menunjukkan tingkat akuntabilitas, kredibilitas, dan transparansi kinerja lingkungan perusahaan, serta memberi gambaran kepada *stakeholder* khususnya kepada investor tentang bagaimana perusahaan berupaya meminimalkan dampak negatif dan menjaga keberlanjutan aktivitas bisnisnya.



berdasarkan penelitian Yuliandhari dkk. (2023), penelitian ini memiliki implikasi yang serupa dengan menelusuri bagaimana *carbon Emission*

Disclosure, *Eco-efficiency*, dan *Green Innovation* terhadap Nilai perusahaan. Kesamaan penelitian ini terletak pada perhatian terhadap faktor-faktor yang mungkin membentuk valuasi perusahaan. Adapun perbedaan penelitian ini terletak pada sampel dan metode penelitian, penelitian Yuliandhari dkk. (2023) berfokus pada perusahaan *high profile* dengan metode rerese data panel, sedangkan penelitian ini secara khusus menyoroti perusahaan di sektor energi dengan metode regresi linier berganda, sesuai dengan isu yang relevan saat ini. Perbedaan lainnya terletak pada indikator pengukuran variabel *eco-efficiency* dan periode penelitian yaitu studi terdahulu menggunakan data tahun 2017–2021, sedangkan penelitian ini mencakup tahun 2021–2023.

Studi ini memberikan bukti bahwa strategi keberlanjutan, khususnya transparansi emisi karbon, efisiensi penggunaan sumber daya, dan inovasi hijau secara strategis dapat berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Implementasi praktik bisnis berkelanjutan melalui pengendalian emisi karbon, efisiensi proses produksi yang hemat energi dan minim limbah, serta pemanfaatan teknologi yang berwawasan lingkungan, diharapkan tidak hanya mencerminkan tanggung jawab lingkungan, tetapi juga mampu meningkatkan persepsi positif dan daya tarik perusahaan bagi investor yang semakin memperhatikan isu keberlanjutan dalam keputusan investasi. Seiring dengan meningkatnya kesadaran global terhadap isu perubahan iklim dan penguatan regulasi lingkungan, penelitian ini juga bertujuan menegaskan urgensi adaptasi perusahaan terhadap standar lingkungan internasional dalam pengelolaan lingkungan untuk memperkuat kinerja pasar dan daya saing jangka panjang.



Berdasarkan hasil telaah terhadap penelitian sebelumnya, masih terdapat adanya inkonsistensi dan perbedaan temuan mengenai factor-faktor

yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. oleh karena itu, peneliti merasa tertarik untuk mengkaji kembali factor-faktor eksternal dalam hal ini adalah pengaruh *carbon emission disclosure*, *eco-efficiency*, dan *green innovation* terhadap nilai perusahaan di Indonesia. Dengan demikian peneliti memberi judul penelitian ini sebagai “**Pengaruh *Carbon Emission Disclosure*, *Eco-efficiency*, dan *Green Innovation* Terhadap Nilai Perusahaan**”, yang diharapkan dapat menjawab gap penelitian yang ada dan memperkaya literatur terkait dengan perilaku auditor dalam menghadapi tekanan waktu dan risiko dalam melakukan prosedur audit.

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Apakah *carbon emission disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi, yang terdaftar di BEI periode 2021-2023?
2. Apakah penerapan *eco-efficiency* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi, yang terdaftar di BEI periode 2021-2023?
3. Apakah penerapan *green innovation* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI periode 2021-2023?



Juduan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris terkait hal-hal berikut:

1. Pengaruh *carbon emission disclosure* terhadap nilai perusahaan.
2. Pengaruh penerapan *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan.
3. Pengaruh penerapan *green innovation* terhadap nilai perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini, yang dilandasi oleh latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan yang telah diuraikan sebelumnya, diharapkan memberikan manfaat bagi:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan analisis selanjutnya mengenai peran *Carbon Emission Disclosure*, *Eco Efficiency*, dan *Green Innovation* terhadap nilai perusahaan. Kedua, penelitian ini memberikan data yang berguna untuk membangun model penelitian baru, menguji variabel lain yang relevan, serta memperluas pembahasan.

2. Bagi Praktisi

a) Bagi perusahaan, penelitian ini dapat menjadi landasan pemahaman terkait transparansi pengungkapan emisi karbon dan memperkuat citra perusahaan dimata investor dan konsumen. Selain itu, untuk melihat bagaimana penerapan *eco-efficiency* dan pengaruh *green innovation* dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing perusahaan.

b) Bagi investor, penelitian ini dapat menjadi gambaran bagi investor terkait transparansi emisi karbon dan kemampuan perusahaan



dalam mengoptimalkan sumber daya dan meminimalisir limbah akibat aktivitas perusahaan.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan dalam penelitian kali ini berpedoman pada Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin (2023) yang terdiri dari 6 bab yang dirincikan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini memberikan gambaran umum penelitian, termasuk latar belakang yang membahas nilai perusahaan sebagai variabel dependen serta fenomena dan penelitian terdahulu terkait *carbon emission disclosure*, *eco-efficiency*, dan *green innovation*. Selain itu, bab ini mencakup rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas terkait tinjauan teori dan konsep serta tinjauan empirik.

BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini Membahas kerangka konseptual dan hipotesis berdasarkan teori serta penelitian terdahulu, dengan menjelaskan hubungan antar variabel dan dugaan sebab-akibat yang akan diuji.

BAB IV METODE PENELITIAN



Bab ini mengulas mengenai metodologi penelitian, mencakup alur proses an data, pemilihan sampel, teknik pengambilan sampel, sumber data,

variabel, metode pengumpulan data, definisi operasional, serta alat analisis yang digunakan.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian, analisis data, dan interpretasi temuan berdasarkan teori yang digunakan.

BAB VI PENUTUP

Bab ini menyajikan kesimpulan, saran, serta keterbatasan penelitian sebagai referensi bagi studi berikutnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori dan Konsep

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Teori yang dikembangkan oleh Edward Freeman (1984) menekankan pentingnya pendekatan *stakeholder* sebagai upaya untuk memperkenalkan konsep manajemen strategis melampaui prinsip ekonomi tradisional, dengan mendefinisikan *Stakeholder* sebagai “*Any group or individual who is affected by or can affect the achievement of an organization’s objectives*”. Sejalan dengan konsep ini, Ghozali dan Chariri (2014) menjelaskan bahwa *stakeholder* membantu mengatur elemen-elemen penting dalam tata kelola perusahaan, termasuk pembatasan pendanaan dan pengendalian media, yang kemudian mempengaruhi pengambilan keputusan operasional (Fanda & Dwijayanti, S, 2024). Oleh karena itu, dukungan *stakeholder* menjadi perhatian perusahaan, karena berpengaruh dalam menentukan keberlangsungan bisnis perusahaan.

Berdasarkan tujuan teori *stakeholder*, yaitu mendorong agar manajemen perusahaan lebih memahami dan bertanggung jawab terhadap dampak negatif dari aktivitas produksinya, sehingga perusahaan dapat mengurangi dampak tersebut untuk memastikan kelangsungan operasional tanpa mengganggu aktivitas para *stakeholder* (Aviyanti & Isbanah, 2019). Karena itu, manajer perlu memahami kepentingan para *stakeholder* yang di terdiri dari *shareholder* (investor), karyawan, konsumen, pemasok, pemerintah, dan masyarakat. en perusahaan juga perlu secara proaktif menjalin dan mengeksplorasi



hubungan dengan semua *stakeholder* untuk mengembangkan strategi bisnis yang berkelanjutan. Menurut pandangan SRI, strategi berkelanjutan adalah strategi yang mampu mengintegrasikan kepentingan semua *stakeholder*, karena dukungan seluruh *stakeholder* dianggap esensial bagi kesuksesan perusahaan (Freeman & McVea, 2001).

Sebagai bentuk tanggung jawab lingkungan, perusahaan juga dituntut untuk memperhatikan kepentingan para *stakeholder*. Penyediaan informasi yang independen dan komprehensif sesuai standar internasional yang berlaku, dapat meningkatkan apresiasi *stakeholder* terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan (Fanda & Dwijayanti, S, 2024). Pernyataan tersebut didukung oleh pernyataan Taurigana dan Chitambo (2015) yang menjelaskan bahwa manajer perlu memberikan akses kepada *stakeholder* terkait kinerja lingkungan perusahaan melalui pengungkapan informasi lingkungan untuk mencapai keberlanjutan (Damas dkk., 2021).

Kinerja lingkungan merupakan upaya perusahaan dalam memenuhi harapan seluruh *stakeholder* atas informasi yang transparan dan akuntabel. Sejalan dengan kepedulian masyarakat terhadap isu sosial yang terus meningkat, *stakeholder* kini berperan lebih aktif dalam mendorong perusahaan untuk menerapkan inovasi hijau, dengan tujuan mengurangi dampak lingkungan yang merugikan serta meningkatkan nilai perusahaan secara jangka panjang (Ramadhany dkk., 2021). Pengungkapan emisi karbon dan penerapan eco-efficiency adalah elemen kunci kinerja lingkungan perusahaan. Keduanya



kan transparansi, mengoptimalkan sumber daya secara efisien, dan
inkan komitmen terhadap keberlanjutan, yang memperkuat nilai
an di mata *stakeholder* dan pasar.

Perusahaan yang secara konsisten memperhatikan kepentingan seluruh *stakeholder* cenderung mampu membangun kepercayaan dan loyalitas jangka panjang. Pencapaian kinerja lingkungan yang baik merefleksikan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab ekologis, yang pada akhirnya dapat meningkatkan dukungan pemangku kepentingan terhadap keberlangsungan dan tujuan bisnis perusahaan. Besarnya dukungan *stakeholder* berkontribusi secara signifikan terhadap penguatan upaya perusahaan dalam merespon dan menyesuaikan diri dengan tuntutan eksternal yang dihadapi (Fanda & Dwijayanti, S, 2024). Dengan demikian, teori *stakeholder* memiliki keterkaitan yang kuat dengan penelitian ini, karena menyoroti peran tanggung jawab lingkungan dalam membangun kepercayaan *stakeholder* terhadap operasional bisnisnya.

2.1.2 Teori Sinyal

Berawal dari ketimpangan informasi yang dikenal sebagai asimetri informasi, teori sinyal menekankan pentingnya penyampaian informasi yang akurat. Transparansi semacam ini dapat secara signifikan mempengaruhi proses pengambilan keputusan oleh individu, entitas bisnis, dan pemerintah yang mengandalkan data yang tersedia secara publik. Menurut Stiglitz (2002), asimetris informasi muncul ketika pihak-pihak yang terlibat memiliki informasi yang berbeda. Karena beberapa informasi yang bersifat pribadi, maka asimetris informasi muncul antara pemegang informasi dan pihak yang berpotensi membuat keputusan lebih baik jika memilikinya. Riley (2001) mengilustrasikan dalam kondisi asimetri informasi, perusahaan berkualitas tinggi kerap disalahpahami oleh investor karena kurangnya informasi yang tersedia, meskipun secara fundamental mampu memenuhi kewajiban jangka panjang seperti pembayaran bunga dan dividen. Sebaliknya, perusahaan dengan kualitas rendah cenderung tidak sanggup



mempertahankan kewajiban tersebut, sehingga menimbulkan risiko lebih tinggi. Perusahaan yang tidak memberikan sinyal terhadap kualitas perusahaan, akan berdampak terhadap perspektif pengamat luar seperti pemberi pinjaman dan investor.

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Certo. dkk, (2001) ditemukan bahwa perusahaan yang memberikan sinyal berkualitas tinggi akan berdampak positif dan menguntungkan bagi pemegang saham untuk melakukan pembelian saham serta menarik minat pelanggan dalam pembelian produk dan jasa yang ditawarkan (Connelly dkk., 2011). Temuan ini sejalan dengan tujuan teori sinyal, yaitu mengurangi asimetri informasi, mendukung keputusan investasi dan meningkatkan respon pasar. Dengan memberikan sinyal yang tepat, perusahaan dapat membangun kepercayaan publik, menarik dukungan finansial, dan memperkuat loyalitas pelanggan.

Dalam konteks teori sinyal, salah satu bentuk informasi tersebut adalah kinerja non-finansial, yang mencakup indikator keberlanjutan lingkungan, tanggung jawab sosial, serta etika dan kepatuhan perusahaan. Kinerja non-finansial, diberlakukan sebagai sinyal dengan tujuan para pemangku kepentingan dapat mengetahui bentuk tanggung jawab dan komitmen jangka panjang perusahaan terhadap praktik bisnis berkelanjutan (Emmanuel dkk., 2023). Di Indonesia, kinerja non-finansial, termasuk kinerja lingkungan, dilaporkan melalui laporan keberlanjutan sebagaimana diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan nomor 51/POJK.03/2017 (Otoritas Jasa Keuangan RI, 2017). Melalui



ini, perusahaan dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap utan serta memenuhi ekspektasi para pemangku kepentingan akan insi dan sesuai dengan regulasi yang berlaku.

Sebuah studi mengungkapkan bahwa kualitas pengungkapan lingkungan menentukan reputasi perusahaan di antara para pemangku kepentingan (Ganda & Milondzo, 2018). Perusahaan cenderung terdorong untuk secara terbuka memberikan informasi, termasuk pengungkapan emisi karbon, karena hal ini dianggap sebagai indikator kinerja yang baik dan sering kali dikaitkan dengan potensi keuntungan yang tinggi. Bagi investor, informasi tentang kinerja lingkungan perusahaan menjadi penting untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mengelola dampak lingkungannya. Selain itu, investor juga memerlukan data terkait biaya lingkungan untuk menentukan sejauh mana perusahaan mampu mengelolanya dengan efisien, sehingga biaya tersebut dapat dimanfaatkan secara optimal (Hasporo & Adyaksana, 2020).

Teori ini mendukung pengungkapan sukarela perusahaan, yang sering kali disampaikan melalui laporan keberlanjutan sebagai bentuk transparansi. Dalam konteks ini, pengungkapan emisi karbon, penerapan *eco-efficiency*, dan inovasi hijau berfungsi sebagai sinyal penting yang menunjukkan upaya perusahaan untuk selaras dengan tujuan dan harapan para *stakeholder*. Pengungkapan tersebut mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan lingkungan, efisiensi sumber daya, serta inovasi dalam mengurangi dampak lingkungan. Langkah ini tidak hanya memperkuat hubungan dengan *stakeholder* tetapi juga bertujuan menarik minat investor, meningkatkan citra positif perusahaan, serta mendorong peningkatan nilai perusahaan (Zaikin dkk., 2024).

2.1.3 Carbon Emission Disclosure



Carbon emission disclosure menggambarkan bagaimana perusahaan dan menyajikan informasi mengenai volume dan asal-usul emisi gas kaca yang dihasilkan perusahaan sebagai akibat dari seluruh aktivitas

produksi dan nonproduksi. Informasi ini umumnya tercantum dalam *annual report* maupun *sustainability report*, yang menjadi sinyal komitmen organisasi terhadap pengelolaan lingkungan dan penerapan prinsip bisnis berkelanjutan secara konsisten (Fanda & Dwijayanti, S, 2024). Dalam praktik pelaporan, kinerja lingkungan perusahaan salah satunya dapat tercermin melalui *carbon emission disclosure*, yang diungkapkan dalam laporan tambahan sebagaimana diatur dalam PSAK Nomor 1 (revisi 2009) paragraf 12 (Kelvin dkk., 2017). Pengungkapan tersebut tidak hanya fokus menilai tingkat emisi karbon yang dihasilkan, tetapi juga menentukan target untuk penurunan emisi yang menunjukkan komitmen jangka panjang perusahaan terhadap pengurangan dampak lingkungan dan peningkatan keberlanjutan operasional (Sari & Budiasih, 2022). Dengan melakukan penetapan target penurunan emisi, perusahaan mengirimkan sinyal bahwa mereka tidak hanya mengukur jejak karbon, tetapi juga aktif berupaya untuk mengurangi emisi dengan cara memperbaiki system manajemen lingkungannya (Fitrotunnisa, 2019) dalam (Rohmah & Nazir, 2022).

Untuk mengukur pengungkapan emisi karbon, digunakan *checklist* CDP (Carbon Disclosure Project), yang membantu memastikan bahwa perusahaan mengungkapkan informasi lingkungan secara rinci dan sistematis. Melalui pengungkapan ini, memungkinkan para *stakeholder* menilai risiko dan peluang terkait keberlanjutan perusahaan yang tentunya berdampak signifikan dalam pengambilan keputusan secara akurat, khususnya bagi investor dalam melakukan investasi dan konsumen dalam memberikan dukungan dan loyalitasnya. Selain itu, perusahaan yang mematuhi *checklist* CDP menunjukkan bagaimana komitmen perusahaan terhadap transparansi dan akuntabilitas, meningkatkan kepercayaan dan menjaga reputasi positif perusahaan di mata *stakeholder*.



2.1.4 Eco-efficiency

Eco-efficiency atau “*ecological economic efficiency*” merupakan sebuah konsep yang menunjukkan peningkatan produktivitas sekaligus penurunan biaya dengan meningkatkan kinerja lingkungan. Menurut Burrit dan Saka (2006), secara teknis, *eco-efficiency* menggambarkan hubungan antara jumlah produk yang dihasilkan dengan dampak lingkungan yang ditimbulkan (Atiningsih & Setiyono, 2023). Penerapan *eco-efficiency* membuktikan bahwa selain fokus pada pencapaian keuntungan, perusahaan juga berupaya menjaga kelestarian lingkungan melalui proses produksi yang bertanggung jawab. Implementasi tersebut dibuktikan melalui upaya perusahaan memaksimalkan produksinya dengan tetap menekan konsumsi energi dan sumber daya alam, sehingga limbah dan polusi yang dihasilkan dapat diminimalkan (Anjarsari dkk., 2023). *Eco-efficiency* mengimplikasikan bahwa efisiensi akan meningkat seiring dengan perbaikan kinerja lingkungan yang dilakukan perusahaan. Konsep tersebut mengarah pada tiga hal utama. Pertama, perusahaan perlu menyelaraskan perbaikan kinerja ekonomi dan lingkungan secara bersamaan. Kedua, selain mencerminkan tanggung jawab sosial, juga menjadi peluang untuk membangun keunggulan kompetitif. Ketiga, *eco-efficiency* mencerminkan pendekatan yang mendukung pembangunan berkelanjutan dengan menyeimbangkan pemenuhan kebutuhan saat ini dan keberlanjutan kemampuan pemenuhan kebutuhan di masa depan (Rahelliamelinda & Handoko, 2024).

Penerapan *eco-efficiency* diterapkan untuk mengurangi biaya operasional
tingkatkan nilai layanan yang diberikan kepada konsumen, sehingga
kan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Seluruh komponen biaya
ial, seperti biaya produk, sistem, dan fasilitas, dihitung secara



menyeluruh untuk mengantisipasi ketidakpastian yang mungkin timbul dan mendukung proses pengambilan keputusan yang lebih rasional dalam pengelolaan perusahaan. (Fanda & Dwijayanti, S, 2024).

Eco-efficiency pertama kali dipopulerkan dalam buku Stephan Schmidheiny “Changing Course” yang kemudian dikembangkan dan diterapkan oleh WBCSD dengan menawarkan beberapa pendekatan yang bersifat terbuka dan fleksibel, yang tentunya fokus pada pengungkapan informasi yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan guna mengevaluasi kinerja, menetapkan target, dan memulai langkah perbaikan dengan mempertimbangkan isu ekonomi dan lingkungan. indikator dalam pengukuran *eco-efficiency* telah dikembangkan melalui metode baru oleh WBCSD yaitu persamaan yang menghubungkan nilai dan aspek ekologi menjadi rasion efisiensi (Steinmo dkk., 2005).

2.1.5 Green Innovation

Konsep *green innovation* merupakan salah satu bentuk strategi yang mendorong inovasi perusahaan yang tetap berpihak pada lingkungan dan masyarakat tanpa mengorbankan nilai perusahaan, serta berkontribusi pada perbaikan kondisi lingkungan melalui mekanisme manajemen yang terstruktur, efektif, dan efisien. Lebih lanjut, *green innovation* dalam Widiyati dan Murwaningsari (2021) dijabarkan sebagai bentuk produk, proses, sistem dan layanan yang berkontribusi pada pengurangan pemanfaatan sumber daya alam dan penurunan dampak lingkungan secara nyata (Imam dkk., 2024).

Menurut Chen dkk. (2006), *green innovation* merujuk pada penerapan yang meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan melalui tan efisiensi energi, pengurangan emisi, desain produk ramah



lingkungan, serta pemanfaatan kembali bahan melalui proses daur ulang. Selain itu, penggunaan *green innovation* juga bertujuan untuk mengoptimalkan kinerja manajemen lingkungan agar selaras dengan persyaratan perlindungan lingkungan (Chen dkk., 2006). Nunes dan Bennet (2010) juga menjelaskan tujuan *green innovation* mencakup lebih dari sekedar mengatasi isu lingkungan, regulasi baru, kelangkaan sumber daya, dan tekanan sosial, inovasi ini juga diarahkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mengantisipasi strategi pesaing (Dewi & Rahmianingsih, 2020). Selain itu, penerapan *green innovation* diintegrasikan sebagai bagian dari perencanaan strategis perusahaan melalui pengembangan sistem, teknik, dan praktik produksi hingga produk jadi yang bertujuan mengurangi kerusakan lingkungan (Imam dkk., 2024) dan membantu perusahaan mencegah tingginya biaya sosial maupun ekonomi akibat kerusakan lingkungan yang dihasilkan dan menciptakan keunggulan yang kompetitif.

Kemunculan *green innovation* sebagai respon strategi perusahaan terhadap isu lingkungan dan sosial, yang dimaknai sebagai inovasi terkait proses maupun produk berwawasan lingkungan (Rahelliamelinda & Handoko, 2024). Dalam beberapa tahun terakhir, *green innovation* mengalami peningkatan popularitas seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pemanasan global dan kerusakan lingkungan yang terus mengancam keberlanjutan (Cahyaningtyas dkk., 2022). Melalui penerapan inovasi hijau perusahaan dapat mengurangi polusi, meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan, serta mengoptimalkan siklus penggunaan energi, sehingga memberikan kontribusi nyata terhadap keberlanjutan lingkungan (Putri & Agustin, 2023).



2.1.6 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dikenal sebagai representasi bermakna dari kondisi suatu perusahaan, baik dan buruknya nilai perusahaan menjadi cerminan terhadap kondisi perusahaan tersebut. Pengukuran nilai perusahaan menggunakan harga saham pada bursa saham. Tingginya harga saham menunjukkan tingkat kepercayaan investor terhadap performa perusahaan, sekaligus mencerminkan ekspektasi pasar yang optimis terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan nilai perusahaan di masa depan. (Sari & Budiasih, 2022). Hal ini sejalan dengan urgensi harga saham terhadap nilai perusahaan yang dipaparkan oleh Rachmawati (2012), menunjukkan bagaimana kinerja perusahaan dalam memenuhi para pemangku kepentingan (Marini & Herawaty, 2024). Harga saham yang berada di atas nilai buku perusahaan (*over value*) sering kali menandakan bahwa pasar menilai perusahaan memiliki potensi pertumbuhan yang kuat. Hal ini menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menjaga kinerja keuangan yang baik sekaligus mengelola isu lingkungan dan sosial secara strategis sebagai bagian dari komitmen terhadap keberlanjutan (Rachmawati, 2021).

Dalam konteks ini, peningkatan nilai perusahaan yang signifikan mencerminkan kinerja yang baik, yang pada gilirannya dapat mendorong produktivitas dan optimalisasi laba serta menopang keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang. Selain itu, nilai perusahaan yang tinggi membuka peluang strategis berupa peningkatan akses terhadap modal dan perbaikan citra perusahaan di mata para pemangku kepentingan (Prena dkk., 2019). Walaupun peningkatan nilai perusahaan sering kali dikaitkan dengan kepentingan investor, perusahaan tersebut juga dipengaruhi oleh persepsi masyarakat. Paradigma



ini menegaskan bahwa nilai perusahaan tidak lagi hanya berpusat pada kepentingan *shareholders*, tetapi juga *stakeholder* (Lonkani, 2018). Oleh karena itu, teori *stakeholder* dapat membantu perusahaan untuk menciptakan nilai perusahaan yang tinggi melalui *carbon emission disclosure*, *eco-efficiency*, dan penerapan *green innovation* (Rahelliamelinda & Handoko, 2024). Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur menggunakan rasio Tobin's Q, yang dipilih karena dianggap sebagai salah satu alat ukur paling efektif dan representative dalam mencerminkan nilai pasar terhadap aset perusahaan (Fanda & Dwijayanti, S, 2024).

2.2 Tinjauan Empirik

Penelitian Fanda dan Dwijayanti (2024) menggunakan variabel pengungkapan emisi karbon, *eco-efficiency*, dan *green innovation* terhadap nilai perusahaan dengan menggabungkan ukuran perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel kontrol. Studi ini menerapkan *purposive sampling*, yang berfokus pada perusahaan sektor manufaktur yang secara konsisten terdaftar di BEI dari tahun 2019-2022. Temuan ini mengungkapkan bahwa *eco-efficiency* dan *green innovation* berkontribusi positif untuk meningkatkan nilai perusahaan. Sedangkan pengungkapan emisi karbon tidak memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Dewi dan Rahmianingsih (2020) yang menghubungkan antara variabel *green innovation* dan *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan. Dengan menggunakan *purposive sampling*, penelitian ini menganalisis sebanyak 45 perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2018. Temuan ini menunjukkan



bahwa variabel *green innovation* secara positif mempengaruhi *eco-efficiency*, dan *eco-efficiency* serta *green innovation* memiliki dampak positif pada nilai perusahaan. Namun, *eco-efficiency* tidak berfungsi sebagai variabel mediasi dalam hubungan *green innovation* dan nilai perusahaan.

Penelitian Dianti dan Puspitasari (2024) menggunakan variabel pengungkapan emisi karbon, kinerja lingkungan, eko-efisiensi, dan inovasi hijau terhadap nilai perusahaan. Dengan menerapkan *purposive sampling*, penelitian ini menganalisis sebanyak 45 perusahaan sektor energi yang berpartisipasi dalam Program Penilaian Peringkat Kinerja Lingkungan (PROPER) dan tercatat di BEI dari tahun 2017-2022. Temuan ini mengungkapkan bahwa pengungkapan emisi karbon tidak secara signifikan mempengaruhi nilai perusahaan, sedangkan kinerja lingkungan berdampak negatif terhadapnya. Adapun implementasi gabungan dari eko-efisiensi dan inovasi ramah lingkungan berkontribusi positif untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian Prena dkk., (2019) menggunakan variabel *eco-efficiency*, *corporate social responsibility* dan *accrual quality* terhadap nilai perusahaan. Studi ini menerapkan *purposive sampling* dan menganalisis sebanyak 100 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dari tahun 2016-2018. Temuan ini menunjukkan bahwa *eco-efficiency* secara signifikan mempengaruhi nilai perusahaan. Selain itu, *corporate social responsibility* dan *Accrual quality* juga ditemukan memiliki pengaruh positif yang signifikan pada nilai perusahaan.

Penelitian Yuliandhari dkk., (2023) menggunakan variabel *carbon emission*, *eco-efficiency*, dan *green innovation* terhadap nilai perusahaan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Studi ini menerapkan



purposive sampling dengan menganalisis sebanyak 16 perusahaan industri *high profile* yang terdaftar di BEI dari tahun 2017-2021. Temuan ini mengungkapkan bahwa *carbon emission disclosure* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, *eco-efficiency* tidak menunjukkan efek yang signifikan, sedangkan *green innovation* memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Sari dan Budiasih (2022) yang mengkaji tentang pengaruh *carbon emission disclosure* terhadap nilai perusahaan. Riset ini menggunakan *purposive sampling*, dengan fokus pada perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI dari tahun 2018-2019. Studi ini menemukan bahwa tingkat pengungkapan emisi karbon yang lebih tinggi dikaitkan dengan nilai perusahaan.

Penelitian Yasya dan Muchlis (2024) yang meneliti pengaruh *green innovation* dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Dengan menerapkan *purposive sampling*, penelitian ini menganalisis sebanyak 151 perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang tercatat di BEI periode 2017-2021. Temuan ini menunjukkan bahwa *Green Innovation* berdampak negatif terhadap Tobin's Q dan *Price to Book Value*. *Return on Asset* memiliki dampak positif pada kedua indikator, sedangkan Laba per Saham (EPS) tidak menunjukkan efek signifikan pada keduanya. Sementara itu, *Debt to Equity Ratio* tidak berpengaruh pada Tobin's Q tetapi menunjukkan pengaruh positif pada *Price to Book Value*.

Penelitian Imam dkk., (2024) yang meneliti dampak keunggulan *green competitive advantage*, *green innovation* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dengan menerapkan *purposive sampling*, penelitian ini menganalisis sebanyak 64 perusahaan sub sektor *basic materials* yang tercatat di BEI dari tahun



2021-2022. Temuan ini mengungkapkan bahwa keunggulan *green competitive advantage* dan *green innovation* secara signifikan dan positif mempengaruhi nilai perusahaan. Sedangkan, ukuran perusahaan tidak menunjukkan efek yang signifikan.

Penelitian Alfayerds dan Setiawan (2021) menggunakan variabel pengungkapan emisi karbon dan *annual report readability* terhadap nilai perusahaan. Studi ini menerapkan *multiple regression analysis*, yang berfokus pada 35 perusahaan yang berpartisipasi dalam program PROPER dan tercatat di BEI dari tahun 2016-2018. Temuan ini mengungkapkan bahwa pengungkapan emisi karbon memiliki dampak positif yang signifikan pada nilai perusahaan, sedangkan *annual report readability* tidak memiliki efek yang signifikan.

Penelitian Aeni dan Murwaningsari (2023) menyelidiki dampak pengungkapan emisi karbon dan investasi hijau terhadap nilai perusahaan. Studi ini menerapkan *purposive sampling* dan menganalisis sebanyak 162 perusahaan sub sektor *basic material, energy dan real estate & properties* yang tercatat di BEI dari tahun 2021. Temuan ini mengungkapkan bahwa pengungkapan emisi karbon secara signifikan dan positif mempengaruhi nilai perusahaan, sementara investasi hijau tidak memberikan pengaruh yang signifikan.

