



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perusahaan didirikan dengan tujuan utama menghasilkan keuntungan dan mengoptimalkan kekayaan pemegang saham. Menurut (Rais, 2021), tujuan setiap perusahaan adalah mengoptimalkan kesejahteraan para pemegang saham serta meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan, yang lazim dikenal sebagai *enterprise value*, merupakan konsep fundamental dalam dunia bisnis yang merepresentasikan nilai intrinsik perusahaan sebagai entitas yang berdiri sendiri.

Nilai perusahaan menjadi tolak ukur penting yang menunjukkan standar kesuksesan yang telah dicapai perusahaan. Nilai ini menunjukkan seberapa menarik perusahaan tersebut untuk diinvestasikan, karena dianggap mampu memberikan keuntungan di masa depan. (Safitri *et al.*, 2020) menjelaskan bahwa investor lebih tertarik pada perusahaan dengan prospek baik yang ditunjukkan melalui peningkatan nilai perusahaannya. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin baik prospek perusahaan di masa mendatang yang pada gilirannya akan meningkatkan kemakmuran pemilik (Apriandi *et al.*, 2022).

Nilai perusahaan kini tidak hanya terdiri dari kinerja keuangan, tetapi juga mencakup prospek pertumbuhan dan tanggung jawab berkelanjutan (Dewi & Sedana, 2019). Perusahaan saat ini tidak hanya diharuskan meraih keuntungan finansial, tetapi juga dituntut menjamin keberlanjutan operasional yang



mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat (Hardiansyah, 2021). Transformasi ini didorong oleh meningkatnya kesadaran global akan pentingnya praktik *Environmental, Social, and Governance* (ESG) dalam operasional perusahaan (Safriani & Utomo, 2020).

Berdasarkan data *Morgan Stanley Institute for Sustainable Investing* 2023 sebesar 85% investor institusional mempertimbangkan aspek lingkungan dalam pengambilan keputusan investasi. Indonesia menyadari tren global ini semakin menguat dengan meningkatnya kesadaran investor terhadap aspek ESG dalam pengambilan keputusan (OJK, 2024). Penerapan praktik keberlanjutan yang kuat adalah kunci bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai di pasar. Pengungkapan praktik keberlanjutan membantu perusahaan membangun kepercayaan investor, pelanggan dan masyarakat yang pada gilirannya berkontribusi terhadap nilai perusahaan.

Transparansi pengungkapan praktik keberlanjutan akan menjadi sinyal positif antara manajemen dan pemangku kepentingan. Hal ini sejalan dengan konsep teori sinyal di mana perusahaan menyampaikan informasi kepada pemangku kepentingan untuk mencegah asimetri informasi dalam keputusan investasi (Space, 1973). (Brigham & Houston, 2014) menegaskan bahwa teori sinyal sebagai tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan untuk memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Sinyal ini menciptakan kepercayaan yang berpotensi meningkatkan penilaian pasar terhadap perusahaan.

Perusahaan yang mengimplementasikan dan mengungkapkan praktik keberlanjutan memberikan sinyal positif tentang kualitas manajemen dan komitmen jangka panjang kepada investor. (Said *et al.*, 2019) memperjelas bahwa dampak lingkungan dan sosial yang diungkapkan perusahaan akan berpengaruh terhadap persepsi nilai perusahaan di mata *stakeholder*.



Indonesia sendiri implementasi keberlanjutan masih menghadapi tantangan yang cukup krusial. Padahal pemerintah telah mengeluarkan sejumlah regulasi seperti, Peraturan Presiden No. 61 Tahun 2011 tentang Rencana Aksi Nasional Penurunan Emisi Gas Rumah Kaca serta POJK No. 14 Tahun 2023 tentang Penyusunan Laporan Keberlanjutan. Namun, regulasi tersebut belum sepenuhnya efektif dan mengikat, sehingga penerapan praktik keberlanjutan oleh perusahaan masih belum konsisten. Akibatnya, meskipun pengungkapan keberlanjutan semakin meluas, masih ditemukan berbagai penyimpangan.

Kasus nyata ditemukan pada salah satu perusahaan yang memiliki jejak lingkungan tinggi seperti perusahaan manufaktur. Perusahaan manufaktur menjadi salah satu penghasil risiko praktik keberlanjutan yang paling rentan dan memerlukan perhatian khusus. Karakteristik operasional perusahaan manufaktur yang intensif dalam penggunaan sumber daya alam, konsumsi energi yang besar, proses produksi yang kompleks, serta potensi menghasilkan emisi karbon dan limbah yang substansial menjadikan sektor ini sebagai kontributor utama terhadap berbagai permasalahan lingkungan.

Kasus PT Soedali Sejahtera contohnya, perusahaan ini terbukti melakukan pencemaran lingkungan dengan membuang limbah cair langsung ke sungai tanpa pengolahan yang memadai. Sehingga mencemari lingkungan sekitar dan merugikan masyarakat yang bergantung pada sumber air tersebut. Parahnya bukan cuma satu dua kali, perusahaan ini sudah beberapa kali melakukan pelanggaran serupa. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan kini telah mengabaikan regulasi lingkungan, akibatnya perusahaan tersebut dikenakan sanksi. Pengadilan Negeri Surabaya mengabulkan gugatan KLHK pada September 2024 dengan menjatuhkan sanksi ganti rugi sebesar Rp 48 miliar. Sanksi ini harus dibayar secara tunai melalui Rekening Kas Negara. Keputusan tersebut menjadi konsekuensi dari pelanggaran berkelanjutan yang



dilakukan perusahaan. Kasus ini menunjukkan bagaimana praktik keberlanjutan berdampak langsung pada nilai finansial perusahaan dengan sanksi hukum besar, kerusakan reputasi, dan potensi kerugian operasional jangka panjang, (Greeners.co, 2024).

Fakta ini menunjukkan kegagalan total dalam implementasi keberlanjutan. Kondisi ini membuat perusahaan kehilangan kepercayaan pemangku kepentingan termasuk investor sehingga akan berdampak pada penurunan nilai perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan masih membutuhkan pendekatan keberlanjutan yang lebih dalam dan terintegrasi, bukan sekedar pengungkapan semata.

Salah satu praktik keberlanjutan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah pengungkapan emisi karbon (*Carbon Emission Disclosure*). *Carbon Emission Disclosure (CED)* adalah pengungkapan informasi terkait emisi karbon yang dihasilkan perusahaan, pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan ini dapat menjadi sinyal kepada para pemangku kepentingan sebagai bentuk tindakan nyata yang dilakukan perusahaan untuk mengurangi emisi karbonnya. (Hardiyansah *et al.*, 2021). Transparansi dalam pengungkapan ini mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan lingkungan, hal ini membantu perusahaan dalam membangun legitimasi kepada investor, pelanggan, dan masyarakat (Hapsoro & Ambarwati, 2021).

Aspek lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah penerapan *eco efficiency*. Penerapan *eco efficiency* merupakan upaya menghasilkan nilai ekonomi setinggi-tingginya dengan penggunaan sumber daya seminimalnya dan dampak lingkungan serendahnyanya. Peningkatan *eco efficiency* sebesar satu tingkat dapat meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,797 (Pratama & Ainiyah, 2023). Hal ini mengindikasikan bahwa penerapan *eco efficiency* menunjukkan komitmen terhadap nilai-nilai keberlanjutan yang diharapkan masyarakat dan



pemangku kepentingan hingga pada gilirannya berkontribusi terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan juga kini mulai melakukan berbagai strategi keberlanjutan untuk meningkatkan nilai perusahaan, dan *Material Flow Cost Accounting* (MFCA) salah satu pendekatan yang digunakan. *Material Flow Cost Accounting* (MFCA) adalah alat manajemen berbasis akuntansi lingkungan yang dirancang untuk meningkatkan transparansi aliran material dan penggunaan sumber daya dengan memetakan data dalam satuan fisik dan moneter. Melalui penerapannya, perusahaan dapat mengungkap biaya tersembunyi (*hidden costs*) yang biasanya tidak teridentifikasi dalam akuntansi tradisional, seperti biaya material terbuang, energi hilang, dan biaya pengelolaan limbah. Dengan demikian, MFCA tidak hanya mendukung peningkatan efisiensi dan produktivitas material, tetapi juga memperkuat pengambilan keputusan manajerial yang berorientasi pada keberlanjutan lingkungan dan ekonomi.

Penelitian mengenai implementasi keberlanjutan terhadap nilai perusahaan telah banyak dilakukan sebelumnya. Salah satunya, (Lee & Cho, 2021), (Hardiyansah *et al.*, 2021), (Kurnia *et al.*, 2021), (Jihan Fairus & Etty Murwaningsari, 2023), (Dianti & Puspitasari, 2024), (Gunawan & Berlianda, 2024), (Trisyanto, 2024) dan (Putri *et al.*, 2024). Namun demikian, hasil yang diperoleh masih menunjukkan inkonsistensi, ini mengindikasikan bahwa hubungan antara praktik keberlanjutan dan nilai perusahaan masih bersifat kontekstual dan dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

Berdasarkan celah tersebut penelitian ini mengembangkan model penelitian dari (Hardiyansah *et al.*, 2021) dengan beberapa inovasi. Penelitian ini memodifikasi model penelitian Hardiyansah *et al.* (2021) dengan beberapa inovasi penting. Pertama, menambahkan *Eco Efficiency* sebagai variabel independen yang mengukur seberapa efisien perusahaan menggunakan sumber



daya alam dalam proses produksinya sambil meminimalkan dampak lingkungan. Penambahan variabel ini penting karena efisiensi ekologi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai ekonomi dengan jejak lingkungan yang minimal, yang menjadi perhatian utama stakeholder dalam konteks sustainability (Freudenreich *et al.*, 2020).

Kedua, menambahkan *Material Flow Cost Accounting* (MFCA) sebagai variabel independen yang berfungsi sebagai alat manajemen lingkungan untuk meningkatkan transparansi aliran material dan sumber daya dengan memetakan biaya dalam satuan fisik dan moneter. MFCA memungkinkan perusahaan mengidentifikasi inefisiensi material dan mengurangi pemborosan, sehingga berkontribusi pada peningkatan kinerja ekonomi dan lingkungan secara simultan (ISO 14051, 2011).

Ketiga, penelitian ini mengganti variabel moderasi dari Environmental Performance dan Industrial Type menjadi *Green Structural Capital* (GSC). Perubahan ini dilakukan karena penelitian yang menggunakan GSC sebagai variabel moderasi masih tergolong terbatas, padahal GSC memiliki peran strategis sebagai penghubung antara implementasi praktik keberlanjutan dan peningkatan nilai perusahaan. GSC merujuk pada sistem, prosedur, teknologi, database, serta budaya organisasi yang secara khusus dirancang untuk mendukung pencapaian tujuan keberlanjutan lingkungan (Chen, 2008). Dengan menempatkan GSC sebagai moderasi, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana infrastruktur dan kapabilitas organisasi berbasis lingkungan dapat memperkuat dampak positif dari *carbon emission disclosure*, *eco efficiency*, dan *material flow cost accounting* terhadap nilai perusahaan.

Secara metodologis, penelitian ini menghadirkan beberapa aspek yang berbeda dari penelitian terdahulu yaitu penelitian ini secara khusus berfokus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dan menjadi penerima



Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) pada periode 2021–2024. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Carbon Emission Disclosure, *Eco-efficiency*, dan *Material Flow Cost Accounting* terhadap nilai perusahaan dengan *Green Structural Capital* sebagai variabel moderasi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka rumusan masalah yang dibuat sebagai berikut:

1. Apakah *carbon emission disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *eco efficiency* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *material flow cost accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah *green structural capital* memoderasi pengaruh *carbon emission disclosure* terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah *green structural capital* memoderasi pengaruh *eco efficiency* terhadap nilai perusahaan?
6. Apakah *green structural capital* memoderasi pengaruh *material flow cost accounting* terhadap nilai perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian didasarkan atas rumusan masalah yang dibuat. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis:

1. Pengaruh *carbon emission disclosure* terhadap nilai perusahaan
2. Pengaruh *eco efficiency* terhadap nilai perusahaan
3. Pengaruh *material flow cost accounting* terhadap nilai perusahaan
4. Pengaruh *Green structural capital* dalam memoderasi *carbon emission disclosure* terhadap nilai perusahaan



5. Pengaruh *Green structural capital* dalam memoderasi *eco efficiency* terhadap nilai perusahaan
6. Pengaruh *Green structural capital* dalam memoderasi *material flow cost accounting* terhadap nilai perusahaan.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Bagi pengembangan ilmu pengetahuan adalah sebagai berikut:

1. Untuk memberikan pengetahuan bagi para pembaca tentang ilmu akuntansi lingkungan dan pertanggungjawaban sosial perusahaan
2. Sebagai sarana penelitian untuk mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh peneliti di bangku kuliah.
3. Sebagai bahan referensi bagi penelitian dimasa mendatang yang berkenaan dengan praktik akuntansi lingkungan dan pertanggungjawaban sosial perusahaan.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Bagi lembaga-lembaga yang terkait adalah sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa, diharapkan penelitian ini akan dapat memberikan pemahaman mengenai *carbon emission disclosure*, *eco efficiency*, dan *material flow cost accounting* serta pengembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan bidang akuntansi, sosial dan lingkungan.
2. Bagi perusahaan, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya *carbon emission disclosure*, *eco efficiency*, dan *material flow cost accounting* yang diungkapkan di dalam laporan keuangan dan laporan tanggung jawab sosial perusahaan yang disebut *sustainability report*.



3. Bagi masyarakat, akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan penelitian ini juga diharapkan dapat melihat sampai sejauh mana tanggung jawab sosial perusahaan terhadap pemangku kepentingan, sehingga semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini mengacu pada buku pedoman penulisan tesis dan disertasi fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Hasanuddin tahun 2013 sebagai berikut.

Bab I pendahuluan, bab ini mengantarkan pembaca untuk mengetahui latar belakang penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan dilakukannya penelitian, dan pentingnya penelitian ini dilakukan. Oleh karena itu, bab pendahuluan ini pada dasarnya memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan dan sistematika penulisan.

Bab II tinjauan pustaka, bab ini memuat uraian sistematik tentang teori, konsep, pemikiran, dan hasil penelitian terdahulu yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan sekarang. Bab ini mengangkat penjelasan atas teori dan konsep serta bukti empiris yang diperoleh.

Bab III kerangka pemikiran dan hipotesis, bab ini berisi tentang kajian teoritis dan empiris yang dirumuskan secara logis dalam suatu kerangka pemikiran. Selanjutnya, berdasarkan kerangka pemikiran dibangun kerangka konseptual yang menggambarkan hubungan antara konsep yang diteliti.

Bab IV metode penelitian, bab ini berisi tentang rancangan penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, instrumen penelitian dan teknik analisis data.



Bab V hasil, bab ini berisi informasi mengenai data-data dan hasil penelitian yang telah dilakukan.

Bab VI pembahasan, berisi informasi mengenai pembahasan atau penjelasan lebih lanjut terkait hasil analisis data yang telah dilakukan.

Bab VII penutup, memuat informasi mengenai kesimpulan penelitian, implikasi, keterbatasan penelitian, serta saran untuk pengembangan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Teori dan Konsep

Tinjauan teori dan konsep merupakan pendekatan teori yang digunakan peneliti untuk identifikasi teori-teori yang dijadikan sebagai landasan berpikir dalam melaksanakan suatu penelitian atau dengan kata lain untuk mendeskripsikan kerangka referensi atau teori yang digunakan untuk mengkaji permasalahan. Bab ini peneliti menjelaskan tentang Teori Legitimasi, Teori Sinyal, Teori *Resource-Basic View (RBV)*, *Carbon Emission Disclosure*, *Eco Efficiency*, *Material Flow Cost Accounting*, Nilai Perusahaan dan *Green Structural Capital*. Untuk lebih jelasnya penulis menguraikannya sebagai berikut:

2.1.1. Teori Sinyal

Teori Sinyal, yang diperkenalkan oleh (Spence, 1973) menjelaskan bagaimana perusahaan menyampaikan informasi kepada pemangku kepentingan. Teori ini berfokus pada pentingnya informasi dalam keputusan investasi dan menangani masalah asimetri informasi, di mana manajemen memiliki pengetahuan lebih lengkap tentang perusahaan dibandingkan pihak eksternal.

Menurut (Spence, 1973), Teori Sinyal adalah proses di mana pihak yang memiliki informasi lebih banyak mengirimkan sinyal kepada pihak yang memiliki informasi lebih sedikit untuk mengurangi asimetri informasi. (Brigham & Houston, 2014) mendefinisikan teori sinyal sebagai tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan untuk memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan.

(Connelly *et al.*, 2011) menjelaskan bahwa teori sinyal berkaitan dengan bagaimana mengatasi masalah asimetri informasi dalam lingkungan sosial.



Mereka menekankan bahwa teori ini berguna untuk mendeskripsikan perilaku ketika dua pihak (individu atau organisasi) memiliki akses ke informasi yang berbeda. (Ross, 1977) mengembangkan teori ini dengan menjelaskan bahwa eksekutif yang memiliki informasi positif cenderung membagikannya kepada calon investor untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui mekanisme sinyal yang dipercaya pasar.

Sinyal dapat berupa informasi keuangan maupun non-keuangan. Perusahaan berkualitas tinggi biasanya memberikan lebih banyak sinyal tentang keunggulan mereka, sementara perusahaan berkualitas rendah hanya mengungkapkan informasi wajib. (Morris, 1987) menyatakan bahwa teori sinyal mengasumsikan adanya pasar yang efisien dan manajemen yang sepenuhnya mengetahui informasi tentang perusahaan. Dalam konteks ini, sinyal yang dikeluarkan oleh perusahaan harus dapat ditangkap secara jelas oleh pasar dan tidak mudah ditiru oleh perusahaan lain yang berkualitas rendah.

Efektivitas teori sinyal bergantung pada kredibilitas informasi yang dapat diverifikasi dan ketepatan waktu penyampaiannya untuk mempengaruhi pengambilan keputusan. Perusahaan yang memberikan informasi berkualitas mengirimkan "berita baik" ke pasar sebagai sinyal pembeda dari pesaing. (Bhattacharya & Dittmar, 2003) berpendapat bahwa agar sinyal efektif, sinyal tersebut harus mahal dan sulit untuk ditiru oleh pesaing dengan kualitas lebih rendah. Sedangkan menurut (Leland & Pyle, 1977), sinyal yang paling efektif adalah yang secara langsung terkait dengan kinerja perusahaan di masa depan.

Teori ini menekankan bahwa manajer harus menyediakan laporan keuangan yang berisi informasi relevan kepada pemangku kepentingan. Perusahaan dengan kinerja keberlanjutan unggul cenderung mengungkapkan informasi berkualitas tinggi untuk menandakan keunggulan kompetitif mereka. Dalam konteks lingkungan, Teori Sinyal banyak digunakan untuk pengungkapan



emisi karbon sukarela dalam laporan tahunan atau keberlanjutan. (Clarkson *et al.*, 2008) menyatakan bahwa pengungkapan lingkungan sukarela dapat menjadi sinyal kredibel tentang komitmen dan kinerja lingkungan superior perusahaan.

Pengungkapan ini menjadi sinyal positif yang menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan dan dapat meningkatkan reputasi perusahaan serta menarik investor yang peduli terhadap lingkungan. Menurut (Dhaliwal *et al.*, 2011), perusahaan yang mengungkapkan informasi keberlanjutan cenderung memiliki biaya modal yang lebih rendah.

2.1.2. Teori Legitimasi

Legitimasi secara umum dapat didefinisikan sebagai kondisi atau status yang terjadi ketika sistem nilai suatu entitas selaras dengan sistem nilai dari sistem sosial yang lebih besar di mana entitas tersebut menjadi bagiannya. (Suchman, 1995) mendefinisikan legitimasi sebagai persepsi umum bahwa tindakan suatu entitas adalah diinginkan, tepat, atau sesuai dalam beberapa sistem norma, nilai, kepercayaan, dan definisi yang dibangun secara sosial. Dalam konteks organisasi bisnis, legitimasi mengacu pada penerimaan sosial atas keberadaan dan operasi perusahaan oleh bergai pemangku kepentingan.

Menurut (Suchman, 1995) membagi legitimasi ke dalam tiga jenis legitimasi yang berbeda:

1. Legitimasi pragmatis dikaitkan dengan organisasi atas dasar kepentingan pribadi. Para pemangku kepentingan akan melihat organisasi Anda sebagai organisasi yang sah selama mereka mendapatkan manfaat dari apa yang Anda lakukan untuk mereka.
2. Legitimasi moral, seperti halnya legitimasi pragmatis, diberikan atas dasar kegiatan organisasi. Berbeda dengan legitimasi pragmatis, legitimasi moral tidak didasarkan pada apakah kegiatan organisasi



menguntungkan Anda, tetapi pada apakah organisasi “melakukan hal yang benar” secara umum.

3. Legitimasi kognitif berfokus pada bagaimana organisasi diterima dalam konteks sosial dan budaya, dan seberapa baik organisasi tersebut dapat diintegrasikan ke dalam pemahaman yang ada di masyarakat.

(Dowling & Pfeffer, 1975) menjelaskan bahwa legitimasi merupakan kondisi di mana terdapat kesesuaian antara aktivitas organisasi dengan ekspektasi masyarakat tempat organisasi tersebut beroperasi. Ketika terjadi ketidaksesuaian antara kedua sistem nilai ini, muncul ancaman terhadap legitimasi organisasi.

Teori legitimasi merupakan salah satu teori yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan fenomena pengungkapan sosial dan lingkungan yang bersifat sukarela. Teori ini menggambarkan kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat, menegaskan bahwa keberlanjutan eksistensi organisasi sangat ditentukan oleh kekuatan pasar dan ekspektasi sosial. (Gray *et al.*, 1995) menyatakan bahwa teori legitimasi telah memainkan perannya untuk memfasilitasi hubungan antara perusahaan dengan para pemangku kepentingannya.

Legitimasi yang ingin didapatkan perusahaan dari kelompok masyarakat adalah pengakuan bahwa aktivitas operasi perusahaan telah sesuai dengan norma dan batasan-batasan berdasarkan ketentuan yang berlaku. Maka untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, perusahaan mengupayakan legitimasi atau pengakuan dari berbagai pihak termasuk investor, kreditor, konsumen, pemerintah, dan masyarakat.

Menurut (Lindblom, 2010) mengidentifikasi empat strategi untuk menghadapi ancaman legitimasi:



1. Perusahaan memberikan informasi yang relevan tentang perubahan kinerja organisasi kepada para pemangku kepentingan.
2. Perusahaan mengubah persepsi para pemangku kepentingan terhadap kinerja organisasi.
3. Perusahaan mengalihkan perhatian pemangku kepentingan ke isu yang sedang terjadi.
4. Perusahaan berupaya mengubah ekspektasi eksternal tentang kinerja mereka.

Strategi ini memainkan peran penting dalam pemeliharaan legitimasi, di mana persepsi dan ekspektasi positif dapat dibangun melalui pengungkapan informasi sosial dan lingkungan secara sukarela. Penelitian (O'Donovan, 2002) menekankan bahwa teori legitimasi merupakan salah satu penjelasan yang paling masuk akal untuk peningkatan pengungkapan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan. Dalam konteks pengungkapan emisi karbon, teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan mengungkapkan informasi ini untuk melegitimasi operasi mereka dan menunjukkan bahwa mereka bertanggung jawab terhadap dampak lingkungan yang ditimbulkan.

Menurut (Mobus, 2005) menjelaskan bahwa terkait dengan legitimasi, pengungkapan akuntansi wajib memainkan peran dalam hubungan antara organisasi dan masyarakat. Pengungkapan wajib membatasi kemampuan organisasi hanya untuk menunjukkan simbol-simbol kinerja lingkungan mereka, dengan mendorong mereka menjelaskan hasil yang nyata kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

2.1.3. Teori Resource-Basic View

Teori Resource-Based View (RBV) adalah perspektif strategis yang menekankan bahwa keunggulan kompetitif berkelanjutan suatu perusahaan berasal dari sumber daya dan kapabilitas yang berharga, langka, sulit ditiru, dan



tidak dapat disubstitusi. Dikembangkan oleh (Barney, 1991), teori ini berpendapat bahwa perusahaan harus mengidentifikasi, mengembangkan, dan memanfaatkan sumber daya unik mereka untuk menciptakan nilai yang tidak dapat dengan mudah ditiru oleh pesaing. Sumber daya ini dapat berupa aset fisik, kemampuan organisasi, pengetahuan, reputasi, atau bahkan hubungan dengan pemangku kepentingan yang memberikan keuntungan strategis dalam persaingan pasar.

Kerangka RBV memberikan wawasan tentang bagaimana praktik dan kemampuan pengelolaan lingkungan tertentu dapat berfungsi sebagai sumber daya strategis bagi perusahaan. Menurut *Resource-Based View*, kemampuan perusahaan untuk mengelola dan mengungkapkan emisi karbon secara efektif dapat menjadi sumber daya yang bernilai, langka, dan sulit ditiru (Gowen & Tallon, 2005) dan (Pérez & Falcón, 2002). Pengungkapan ini meningkatkan reputasi perusahaan, menarik investor yang peduli lingkungan, memenuhi regulasi pemerintah, dan membangun kepercayaan pemangku kepentingan - yang semuanya berkontribusi pada keunggulan kompetitif.

2.1.4. Carbon Emission Disclosure (Pengungkapan Karbon Emisi/CED)

Carbon Emission Disclosure (CED) merupakan praktik pelaporan dan transparansi yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan informasi terkait emisi gas rumah kaca (*greenhouse gas/GHG*), khususnya emisi karbon dioksida (CO₂) dan gas rumah kaca lainnya yang dihasilkan dari aktivitas operasional bisnis. Pengungkapan ini mencakup informasi tentang jumlah emisi yang dihasilkan, strategi pengurangan emisi, target pengurangan, serta inisiatif dan program terkait pengelolaan emisi karbon yang dijalankan oleh perusahaan.

Menurut (Choi *et al.*, 2013), *carbon emission disclosure* merupakan jenis pengungkapan lingkungan yang memuat informasi terkait emisi karbon dalam laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan perusahaan. Pengungkapan ini



bisa bersifat wajib (*mandatory*) maupun sukarela (*voluntary*), tergantung pada regulasi di negara tempat perusahaan beroperasi.

Dalam konteks pelaporan, *carbon emission disclosure* umumnya mengikuti kerangka atau standar tertentu seperti GHG *Protocol* (*Greenhouse Gas Protocol*) yang membagi emisi karbon ke dalam tiga cakupan (*scope*):

1. *Scope 1*: Emisi langsung yang berasal dari sumber yang dimiliki atau dikendalikan oleh perusahaan, seperti pembakaran bahan bakar di fasilitas perusahaan dan kendaraan operasional.
2. *Scope 2*: Emisi tidak langsung yang berasal dari konsumsi listrik, panas, atau uap yang dibeli dari pihak luar.
3. *Scope 3*: Emisi tidak langsung lainnya yang terjadi di sepanjang rantai nilai perusahaan, seperti emisi dari perjalanan bisnis, penggunaan produk oleh konsumen, dan pembuangan limbah.

Menurut (Dewi & Agustina, 2023) menjelaskan bahwa *carbon emission disclosure* merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, serta menjadi alat bagi perusahaan untuk menunjukkan transparansi dan komitmen mereka dalam mengatasi isu perubahan iklim. Pengungkapan ini juga telah menjadi perhatian investor dan pemangku kepentingan lainnya dalam mengevaluasi risiko dan peluang jangka panjang yang terkait dengan perubahan iklim.

Di Indonesia, pengungkapan emisi karbon masih bersifat sukarela meskipun pemerintah telah mendorong perusahaan untuk melaporkan emisi karbon mereka melalui berbagai kebijakan dan insentif. Menurut (Irwhantoko & Basuki, 2016), meskipun belum ada regulasi yang mewajibkan, perusahaan-perusahaan di Indonesia, terutama yang berorientasi ekspor dan yang beroperasi di sektor dengan intensitas karbon tinggi, semakin terdorong untuk mengungkapkan informasi emisi karbon mereka untuk memenuhi ekspektasi



pasar global dan meningkatkan daya saing. Dengan adanya pengungkapan emisi karbon, pemerintah berharap dapat mengurangi dan mencegah peningkatan emisi karbon di Indonesia, yang sejalan dengan tujuan Protokol Kyoto, Perjanjian Paris, dan 17 *Sustainable Development Goals* (SDGs) yang diusung oleh UNFCCC.

Kebijakan ini juga didukung oleh regulasi pemerintah, seperti Peraturan Presiden No. 61 Tahun 2011 tentang Rencana Aksi Nasional Penurunan Emisi Gas Rumah Kaca dan Peraturan Presiden No. 71 Tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Inventarisasi Gas Rumah Kaca Nasional. Pengungkapan tersebut sesuai dengan ketetapan PSAK No. 1 Tahun 2018, yang menyebutkan bahwa perusahaan dapat membuat laporan tambahan yang terpisah dari laporan keuangan utama, di mana laporan tersebut menyinggung tentang lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value-added statement*), khususnya bagi perusahaan yang memiliki pengaruh terhadap faktor lingkungan hidup.

Carbon emission disclosure adalah merujuk pada proses penilaian emisi karbon yang dihasilkan oleh perusahaan dan penetapan target untuk mengurangi emisi tersebut (Sari & Budiasih, 2021). Implementasi *carbon emission disclosure* yang komprehensif mencerminkan komitmen perusahaan terhadap transparansi dan tanggung jawab etis. Semakin luas cakupan informasi yang diungkapkan, semakin positif pengaruhnya terhadap nilai perusahaan, karena pasar cenderung mempertimbangkan faktor-faktor ini dalam menilai prospek keberlanjutan perusahaan.

Tuntutan dari lingkungan, bisnis, dan politik mendorong perusahaan merespons tantangan pemanasan global. Pengungkapan emisi karbon menjadi bukti konkret upaya pengurangan emisi, dengan perusahaan besar cenderung memberikan pengungkapan yang lebih komprehensif (Choi *et.al.*, 2013).



2.1.5. Eco Efficiency

Eco-efficiency singkatan dari “*ecological economic efficiency*” merupakan suatu pendekatan yang mengabungkan konsep efisiensi ekonomi dengan fokus pada penggunaan yang lebih efisien dari sumber daya alam, (Anjarsari *et al.*, 2023). Dalam bahasa Indonesia *Eco-efficiency* yaitu dari kata eko dan efisiensi, adapun eko ialah sumber daya ekonomi-ekologi dan efisiensi ialah tingkat pemakaian dari sumber daya yang maksimal dan efisien (DeSimone & Popoff, 1997).

Menurut Burritt mengatakan bahwa secara teknis, *eco efficiency* ialah perbandingan antara output produk dengan dampak lingkungan yang di hasilkan (Burritt & Saka, 2006). *Eco-efficiency* menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan nilai ekonomi (pendapatan) dengan dampak lingkungan yang minimal. Semakin tinggi nilai *eco-efficiency*, semakin efisien perusahaan dalam mengelola sumber daya dan mengurangi dampak lingkungannya. Hal ini dapat memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan dan mempengaruhi nilai perusahaan secara positif.

Konsep *eco-efficiency* dapat menjadi tolak ukur perusahaan dalam menjalankan konsep manajemen lingkungan, di mana perusahaan menggunakan konsep *eco efficiency* ketika perusahaan memiliki sertifikasi ISO 14001 tentang manajemen lingkungan (Amalia *et al.*, 2017). Hansen dan Mowen (2013:402) mengemukakan bahwa konsep *eco-efficiency* memiliki tiga pesan penting, yaitu sebagai berikut.

- a. Perbaikan kinerja ekologi dan ekonomi dapat dan sudah seharusnya saling melengkapi.
- b. Perbaikan kinerja lingkungan seharusnya tidak lagi dipandang hanya sebagai amal dan derma tetapi juga sebagai.



- c. *Eco-efficiency* adalah suatu pelengkap dan pendukung *sustainable development*.

ISO 14001 juga dapat digunakan sebagai alat untuk memenuhi tujuan internal dan eksternal seperti meyakinkan karyawan dan para pemangku kepentingan mengenai isu-isu lingkungan (Al-Najjar & Anfimiadou, 2012). Standar internasional lingkungan ISO 14001 organisasi harus menetapkan, mendokumentasikan, menerapkan, memelihara dan memperbaiki sistem manajemen lingkungan secara berkelanjutan sesuai dengan persyaratan standar yang telah ditentukan bagi organisasi untuk melakukan hal-hal sebagai berikut.

- a. Menetapkan kebijakan lingkungan yang memadai
- b. Mengidentifikasi aspek lingkungan yang timbul dari kegiatan, produk dan jasa organisasi di masa lalu, sekarang ataupun yang direncanakan agar dapat menetapkan dampak lingkungan yang penting.
- c. Mengidentifikasi persyaratan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan persyaratan lain yang diikuti oleh organisasi.
- d. Mengidentifikasi prioritas dan menentukan tujuan dan sasaran lingkungan yang memadai.
- e. Menetapkan struktur dan program untuk menerapkan kebijakan dan mencapai tujuan dan memenuhi sasaran
- f. Memfasilitasi perencanaan, pengendalian, pemantauan, tindakan pencegahan dan perbaikan, audit dan peninjauan untuk memastikan bahwa kebijakan dipenuhi dan sistem manajemen lingkungan yang memadai.
- g. Mampu menyesuaikan dengan perubahan kondisi. Sertifikasi ISO 14001 diperoleh apabila perusahaan menerapkan sistem manajemen lingkungan yang memenuhi 21 standar internasional yang telah ditetapkan secara khusus. Standar ini berhubungan dengan prosedur manajemen lingkungan. Sehingga, sertifikasi ini berfungsi sebagai tanda bahwa perusahaan tertarik



dan bersedia memperbaiki kinerja lingkungannya (Hansen dan Mowen, 2013: 405).

2.1.6. Material Flow Cost Accounting (MFCA)

Material Flow Cost Accounting (MFCA) merupakan salah satu pendekatan dalam akuntansi manajemen lingkungan yang digunakan untuk melacak aliran material dan energi dalam proses produksi, dengan tujuan utama mengidentifikasi pemborosan dan meningkatkan efisiensi. MFCA berbeda dengan akuntansi konvensional karena secara eksplisit menghitung biaya yang timbul dari material yang tidak menjadi produk akhir, seperti limbah, sisa bahan, atau cacat produksi (Schmidt & Nakajima, 2013) dan (Christ & Burritt, 2015).

MFCA mengklasifikasikan output produksi menjadi dua kategori:

- Positive products: material yang berhasil dikonversi menjadi produk yang bernilai tambah.
- Negative products: material loss yang tidak menjadi produk, seperti limbah dan emisi.

Komponen Utama MFCA

Menurut ISO 14051 dan penelitian (Schmidt & Nakajima, 2013), komponen utama dalam implementasi MFCA mencakup:

1. Analisis aliran material secara fisik
2. Identifikasi antara produk dan limbah
3. Perhitungan biaya untuk setiap aliran material
4. Pemetaan biaya tersembunyi yang dihasilkan dari inefisiensi
5. Rekomendasi perbaikan efisiensi operasional

MFCA bertujuan menyajikan informasi kuantitatif yang dapat digunakan oleh manajemen untuk mengidentifikasi potensi efisiensi biaya dan pengurangan dampak lingkungan secara simultan.



Dimensi Akuntansi dalam MFCA

Secara konseptual, MFCA adalah bagian dari sistem informasi biaya yang dikembangkan dalam kerangka akuntansi manajemen lingkungan. Informasi yang dihasilkan dari MFCA mencakup biaya material, energi, dan pengolahan limbah yang sering kali tidak terungkap dalam laporan keuangan konvensional. Oleh karena itu, MFCA menjembatani kebutuhan informasi ekonomi dan lingkungan secara terintegrasi (Christ & Burritt, 2015).

Berdasarkan perspektif value relevance, informasi MFCA menjadi relevan bagi investor karena mencerminkan efisiensi operasional dan kepedulian terhadap keberlanjutan. Sementara dari sisi *Resource-Based View* (RBV), kemampuan menerapkan MFCA secara sistematis mencerminkan keunggulan kompetitif yang bernilai, langka, dan sulit ditiru, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan, (Barney, 1991).

Manfaat MFCA terhadap Nilai Perusahaan

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa implementasi MFCA dapat memberikan manfaat langsung dan tidak langsung terhadap nilai perusahaan, antara lain:

1. Peningkatan efisiensi operasional melalui pengurangan pemborosan dan optimalisasi penggunaan energi dan bahan baku.
2. Pengurangan biaya lingkungan karena limbah berkurang dan pengelolaan limbah menjadi lebih efisien.
3. Peningkatan reputasi perusahaan di mata stakeholder sebagai perusahaan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan.
4. Keunggulan kompetitif melalui penghematan biaya dan peningkatan daya saing produk.
5. Inovasi dalam proses dan produk, sebagai hasil dari identifikasi titik-titik inefisiensi.



6. Transparansi biaya dan dampak lingkungan, yang memberikan nilai tambah dalam pelaporan ESG dan menarik bagi investor.
7. Kepatuhan terhadap regulasi lingkungan, yang mengurangi risiko sanksi dan denda.
8. Keberlanjutan jangka panjang, sebagai bagian dari strategi jangka panjang perusahaan yang menciptakan nilai secara berkelanjutan.

2.1.7. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan (*firm value* atau *corporate value*) adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan merupakan ukuran keberhasilan manajemen dalam operasi masa lalu dan prospek di masa mendatang untuk meyakinkan pemegang saham. Nilai perusahaan mencerminkan penilaian kolektif investor, kreditor, dan pemangku kepentingan lainnya tentang kinerja perusahaan saat ini dan potensi pertumbuhannya di masa depan. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula nilai perusahaan, yang menunjukkan peningkatan kemakmuran bagi pemegang saham.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap keberhasilan perusahaan dalam mengelola usahanya, yang terkait dengan profitabilitas perusahaan. Perusahaan yang memiliki nilai perusahaan tinggi dapat tercermin dari harga sahamnya yang tinggi di pasar. Perusahaan dengan nilai perusahaan yang tinggi akan mempengaruhi respons pasar, karena investor menganggap bahwa nilai perusahaan yang tinggi menjadi jaminan bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek bisnis yang baik di masa depan (Hardiyansah *et al.*, 2021).

Nilai perusahaan adalah sebuah rasio yang mencerminkan tingkat keberhasilan suatu perusahaan. Nilai perusahaan dapat dilihat dari harga saham perusahaan tersebut di pasar. Semakin tinggi harga saham perusahaan, maka



semakin tinggi pula nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengoptimalkan kemakmuran bagi para pemegang sahamnya (Rusmana & Purnaman, 2020).

Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang diterima oleh pemilik perusahaan. Nilai perusahaan adalah nilai untuk mengukur tingkat kualitas perusahaan dan sebuah nilai yang menerangkan seberapa besar tingkat kepentingan sebuah perusahaan di mata pelanggannya.

Menurut (Mandey *et al.*, 2017) nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan berbagai cara, yaitu sebagai berikut:

1. PBV (*Price Book Value*)

Price Book Value merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan seorang investor dalam menentukan saham mana yang akan dibeli. Nilai perusahaan dapat memberikan keuntungan pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kekayaan pemegang saham.

2. PER (*Price to Earning Ratio*)

Price to earning ratio adalah harga per lembar saham, indikator ini secara praktis telah diaplikasikan dalam laporan keuangan laba rugi bagian akhir dan menjadi bentuk standar pelaporan keuangan bagi perusahaan publik di Indonesia. Rasio ini menunjukkan seberapa besar investor menilai harga saham terhadap kelipatan *earnings*.

3. EPS (*Earning Per Share*)

Earning Per Share atau pendapatan per lembar saham adalah bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki.



4. *Tobin's Q Analysis*

Tobin's Q juga dikenal dengan rasio *Tobin's Q*. Ratio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi dimasa depan.

Pengukuran nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan analisis *Tobin's Q*. Penggunaan rasio *Tobin's Q* dalam penelitian ini karena rasio tersebut dinilai dapat memberikan atau menjadi sumber informasi terbaik karena memasukkan seluruh aset perusahaan dan semua unsur utang baik jangka pendek maupun jangka panjang serta modal saham perusahaan. Selain itu, pengukuran kinerja dengan memakai *Tobin's Q* setidaknya mampu memberi gambaran mengenai aspek fundamental perusahaan dan pandangan pasar terhadap perusahaan (sejauh mana pihak luar termasuk investor memberi penilaian terhadap perusahaan).

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Beberapa faktor penting yang mempengaruhi nilai perusahaan meliputi:

1. Kinerja Keuangan: Profitabilitas, pertumbuhan pendapatan, arus kas, dan struktur modal perusahaan.
2. Kebijakan Dividen: Keputusan perusahaan tentang pembagian laba kepada pemegang saham.
3. Ukuran Perusahaan: Perusahaan besar umumnya lebih stabil dan memiliki akses lebih baik ke pasar modal.
4. Tata Kelola Perusahaan: Struktur tata kelola yang baik meningkatkan kepercayaan investor.
5. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan: Praktik keberlanjutan seperti *carbon emission disclosure*, *eco-efficiency*, *material flow cost accounting*, dan *green structural capital* semakin berpengaruh terhadap nilai perusahaan.



6. Inovasi dan R&D: Investasi dalam pengembangan produk dan teknologi baru.
7. Reputasi dan *Brand Value*: Persepsi konsumen dan pasar terhadap nama dan produk perusahaan.
8. Kondisi Pasar dan Ekonomi: Faktor eksternal seperti suku bunga, inflasi, dan tren industri.

Nilai perusahaan menjadi sangat penting karena mencerminkan seberapa baik manajemen mengelola perusahaan dan bagaimana prospek masa depan perusahaan dipandang oleh pasar. Perusahaan dengan nilai tinggi cenderung lebih mudah mendapatkan pendanaan, menarik talent terbaik, dan mengembangkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

2.1.8. Green Structural Capital

Green Structural Capital (GSC) merupakan salah satu komponen utama dari *Green Intellectual Capital* (GIC) yang berfokus pada sistem, struktur, dan mekanisme organisasi yang mendukung terciptanya proses bisnis yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Konsep ini merujuk pada aset non-manusia yang dimiliki perusahaan, seperti teknologi hijau, kebijakan internal, infrastruktur fisik, sistem informasi, dan budaya organisasi yang mendorong pengelolaan lingkungan secara efektif dan efisien (Chen, 2008).

Green structural capital menurut Chen (2008) adalah bagian dari modal intelektual hijau (*Green Intellectual Capital* atau GIC) yang berfokus pada aset tidak berwujud yang berkaitan dengan struktur organisasi dan proses yang mendukung inovasi dan praktik ramah lingkungan. Hal Ini mencakup aspek-aspek seperti:

- Kemampuan Organisasional: Kemampuan perusahaan untuk mengelola dan mengimplementasikan praktik hijau.



- **Komitmen Organisasional:** Tingkat komitmen perusahaan terhadap perlindungan lingkungan dan keberlanjutan.
- **Sistem Manajemen Pengetahuan:** Sistem yang memungkinkan perusahaan untuk memperoleh, menyimpan, dan berbagi pengetahuan tentang praktik hijau.
- **Filosofi dan Budaya Organisasi:** Nilai-nilai dan keyakinan perusahaan yang mendukung inovasi dan praktik hijau.
- **Infrastruktur:** Sistem, teknologi, dan basis data yang mendukung praktik hijau perusahaan.
- **Hak Kekayaan Intelektual:** Paten, merek dagang, dan hak cipta yang terkait dengan inovasi hijau.

Green Structural Capital tidak hanya menjadi bagian dari pengelolaan internal perusahaan, tetapi juga berfungsi sebagai penunjang keberhasilan strategi keberlanjutan yang berkelanjutan (*sustainable strategies*).

Komponen-komponen utama dari *green structural capital* antara lain:

- **Sistem dan Prosedur Ramah Lingkungan:** Perusahaan yang memiliki struktur organisasi yang mendukung pengelolaan lingkungan cenderung memiliki proses kerja yang minim limbah dan efisien energi.
- **Kebijakan Lingkungan Perusahaan:** Keberadaan kebijakan formal yang mendukung praktik hijau menunjukkan integrasi nilai-nilai keberlanjutan ke dalam struktur perusahaan.
- **Teknologi dan Inovasi Hijau:** Teknologi yang dikembangkan untuk mengurangi dampak lingkungan merupakan bagian dari modal struktural yang mendukung pencapaian kinerja lingkungan perusahaan (Chen, 2008).

Structural capital merupakan aset intelektual yang melekat pada organisasi, termasuk sistem, proses, dan infrastruktur pengetahuan yang



mendukung produktivitas perusahaan. Temuan ini sejalan dengan (Bontis, 2001) menekankan bahwa structural capital terdiri dari *hardware, software, databases, organizational structure, dan processes* yang mendukung produktivitas dan keberlanjutan organisasi. Sementara itu, (Hussinki *et al.*, 2017) menegaskan bahwa *structural/organizational capital* adalah aset yang tetap melekat dalam perusahaan, mencakup *sistem, struktur, dan basis data* yang memungkinkan perusahaan mengelola sumber daya intelektual dan lingkungan secara berkelanjutan

Green Structural Capital (GSC) bertujuan untuk membangun infrastruktur organisasi yang mendukung praktik bisnis ramah lingkungan dan berkelanjutan, termasuk dalam pengelolaan sumber daya, pengendalian dampak lingkungan, dan penciptaan inovasi hijau.

Tujuan utama:

- Mendukung strategi keberlanjutan (*sustainability strategy*) perusahaan.
- Meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan lingkungan internal.
- Menciptakan sistem dan prosedur yang memungkinkan perusahaan mematuhi regulasi lingkungan.
- Menjadi dasar bagi inovasi hijau dan proses bisnis berkelanjutan.

Fungsi *Green Structural Capital*

a. Fungsi Sistemik

Menjadi struktur internal yang memungkinkan perusahaan:

- Mengintegrasikan nilai lingkungan ke dalam budaya perusahaan,
- Mengelola proses operasional yang ramah lingkungan secara sistematis.

b. Fungsi Pendukung Inovasi

Mendukung pengembangan teknologi hijau dan inovasi berkelanjutan, seperti pemanfaatan energi terbarukan, efisiensi energi, dan pengelolaan limbah.

c. Fungsi Penguatan Kinerja



Memperkuat kinerja lingkungan (*environmental performance*) dan secara tidak langsung meningkatkan nilai perusahaan melalui reputasi, efisiensi biaya, dan kepatuhan terhadap standar lingkungan.

Manfaat *Green Structural Capital* bagi Perusahaan

a. Meningkatkan Reputasi Perusahaan

Perusahaan yang memiliki struktur organisasi dan kebijakan pro-lingkungan akan lebih dihargai oleh konsumen, investor, dan pemerintah.

b. Mendukung Kepatuhan terhadap Regulasi

GSC membantu perusahaan dalam memastikan bahwa semua kegiatan operasional mematuhi peraturan dan kebijakan lingkungan nasional maupun internasional (misalnya ISO 14001).

c. Meningkatkan Efisiensi Operasional

Melalui sistem dan prosedur yang ramah lingkungan, perusahaan dapat:

- Mengurangi penggunaan energi dan air,
- Meminimalkan limbah,
- Menekan biaya operasional dalam jangka panjang.

d. Mendorong Inovasi dan Daya Saing

Dengan adanya struktur yang mendukung inovasi hijau, perusahaan dapat:

- Mengembangkan produk yang lebih ramah lingkungan,
- Masuk ke pasar hijau (*green market*),
- Menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan.

e. Menarik Investor

Investor kini semakin mempertimbangkan aspek ESG (*Environmental, Social, and Governance*). GSC menunjukkan komitmen perusahaan terhadap aspek "*Environmental*" sehingga menarik bagi investor yang berorientasi keberlanjutan.



2.2. Tinjauan Empiris

Akuntansi lingkungan atau green accounting merupakan pendekatan strategis dalam manajemen akuntansi modern yang mengintegrasikan pertimbangan lingkungan ke dalam praktik pelaporan dan pengambilan keputusan keuangan perusahaan. Konsep ini berkembang sebagai respons terhadap meningkatnya kesadaran global akan dampak aktivitas bisnis terhadap lingkungan dan keberlanjutan. Perubahan iklim dan tantangan lingkungan telah mendorong perusahaan untuk mengadopsi praktik akuntansi yang lebih berkelanjutan mengingat kebutuhan akan transparansi kinerja lingkungan semakin mendesak di era ekonomi global saat ini. Beberapa penelitian terdahulu mengenai praktik akuntansi lingkungan untuk melihat hubungan *carbon emission disclosure*, *eco efficiency* dan *material flow cost accounting* terhadap nilai perusahaan serta efek moderasi *green structural capital*.

Para peneliti telah melakukan penelitian terkait pengungkapan emisi karbon dan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan, salah satunya oleh (Lee & Cho, 2021), menganalisis 841 perusahaan di Korea, termasuk 514 perusahaan chaebol dan 335 non-chaebol, menemukan hubungan positif signifikan antara pengungkapan emisi karbon dengan nilai perusahaan. Begitu pula pada penelitian yang dilakukan oleh (Kurnia *et al.*, 2021), menguji pengaruh pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan pada 39 perusahaan manufaktur Indonesia dan 25 perusahaan Australia, menemukan bahwa di Indonesia pengungkapan emisi karbon dapat meningkatkan nilai perusahaan, sedangkan Sejalan dengan itu, penelitian oleh (Gunawan & Berliyanda, 2024), menguji pengaruh *carbon emission disclosure* dengan nilai perusahaan pada perusahaan BEI tahun 2018-2022 sektor manufaktur, pertanian, dan energi menyatakan hasil yang sama bahwa pengungkapan emisi karbon tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya



hubungan yang tidak konsisten antara pengungkapan emisi karbon dan nilai perusahaan pada konteks negara berkembang, hal menunjukkan pentingnya penelitian lebih lanjut dengan mempertimbangkan faktor-faktor moderasi dalam hubungan tersebut.

Pada *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan yang diteliti oleh (Dewi & Rahmianingsih, 2020), yang menguji 45 perusahaan yang memenuhi kriteria dan terdaftar di BEI tahun 2016-2018 menemukan bahwa *Eco-efficiency* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Begitu juga dengan penelitian (Fairus & Murwaningsari, 2023), yang juga menguji *eco efficiency* dan nilai perusahaan pada BEI tahun 2021 di sektor basic material, energi dan *propertie real estate* menemukan bahwa penerapan *eco-efficiency* memberi pengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan.

Sementara itu, penelitian yang dilakukan (Mikial *et al.*, 2020) menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan yang negatif antara *eco-efficiency* dan nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan (Rahelliamelinda, 2024) yang menyatakan bahwa *eco efficiency* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan ini (Sunarto *et al.*, 2024), melakukan penelitian pada perusahaan industri *high profile* di BEI tahun 2018-2022 menemukan bahwa *eco efficiency* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini diperkuat oleh (Rini, 2025) dalam penelitiannya menganalisis hubungan *eco efficiency* pada nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) 2019-2023, menemukan bahwa *eco efficiency* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan meskipun telah memiliki sertifikat ISO 14001.

Pada *material flow cost accounting*, penelitian yang dilakukan oleh (Muanifa & Cahyani, 2024) menguji *material flow cost accounting* dalam meningkatkan keberlanjutan perusahaan sektor energi di BEI tahun 2017-2022



menyatakan bahwa MFCA memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan keberlanjutan perusahaan. Sejalan dengan penelitian (Fitriani *et al.*, 2024) menganalisis pengaruh MFCA pada nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2022 juga menemukan bahwa MFCA berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Agatha & Widoretno, 2023), yang menyelidiki pengaruh MFCA terhadap nilai perusahaan industri dasar dan kimia di BEI tahun 2018-2021, menemukan bahwa MFCA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian (Hanate *et al.*, 2020) menguji pengaruh intellectual capital disclosure yang didalamnya terdapat komponen green structural capital terhadap Tobins'Q pada 112 perusahaan teknologi industri yang terdaftar di bursa saham ASEAN-5 tahun 2011-2018. Hasil penelitiannya menemukan bahwa structural capital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan (Chen, 2008) mengeksplorasi efek positif dari *green intellectual capital* termasuk komponen didalamnya *green structural capital* pada keunggulan kompetitif perusahaan pada UMK. Hasil penelitian menunjukkan bahwa green intellectual capital termasuk tiga komponen didalamnya, salah satunya *green structural capital* memiliki pengaruh positif pada keunggulan kompetitif perusahaan. Penelitian oleh (Saraswati *et al.*, 2024) menemukan hasil yang sama, pada penelitiannya yang mengeksplorasi hubungan *intellectual capital* dan nilai perusahaan pada 242 perusahaan manufaktur di BEI menemukan bahwa *intellectual capital* yang di dalamnya termasuk komponen *green structural capital* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan menggunakan Tobins'Q.

Berbeda dengan penelitian (Fitri *et al.*, 2022) meneliti pengaruh komponen *intellectual capital* (*green human capital*, *green structural capital* dan *green*



relation capital) terhadap keberlanjutan bisnis UKM, dari 100 data survei menemukan hasil bahwa *green structural capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UKM. Temuan ini menunjukkan bahwa pelaku UKM perlu memberikan perhatian lebih besar pada aspek hubungan relasional, karena interaksi yang kuat dengan pemangku kepentingan merupakan aset strategis dalam menghadapi persaingan bisnis. Hubungan rasional yang baik dapat meningkatkan kepercayaan loyalitas yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kinerja dan nilai perusahaan.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Amores-Salvadó *et al.*, 2021) menguji *green structural capital* sebagai variabel moderasi, menemukan bahwa *Green Structural Capital (GSC)* berperan sebagai variabel moderasi yang pengaruhnya terhadap strategi lingkungan perusahaan bervariasi tergantung pada bentuk implementasinya. Misalnya, insentif lingkungan bagi manajer cenderung mendorong strategi yang bersifat reaktif, sedangkan komunikasi eksternal mengenai keberlanjutan lebih mendukung strategi proaktif. GSC mendorong strategi proaktif terbukti mampu memperkuat respons perusahaan terhadap tantangan lingkungan dan berpotensi meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan reputasi, ketertarikan investor dan penciptaan keunggulan kompetitif jangka panjang. Beda halnya dengan penelitian (Keter *et al.*, 2024) yang menguji *green intellectual capital (green structural capital)* sebagai mediasi menemukan bahwa *intellectual capital* memediasi hubungan antara performa keuangan dan nilai perusahaan. Artinya performa keuangan yang tinggi mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi tentang modal intelektual, seperti pengetahuan, inovasi, dan sumber daya *intangible* lainnya. Pengungkapan ini, pada gilirannya, mempengaruhi persepsi dan penilaian investor terhadap nilai perusahaan, sehingga meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan. Dengan kata lain, *intellectual capital* membantu



menjembatangi dan memperkuat hubungan antara kinerja keuangan dan nilai pasar Perusahaan

Dari hasil tersebut diketahui bahwa efek moderasi *green structural capital* bervariasi tergantung pada jenis praktik lingkungan yang diterapkan. Perbedaan temuan ini mengindikasikan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami bagaimana GSC dapat mengoptimalkan dampak praktik-praktik ramah lingkungan terhadap nilai perusahaan dalam konteks yang berbeda.