

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 *Carbon Emission Disclosure*

2.1.1.1. *Pengertian Carbon Emission*

Pemanasan global dipengaruhi oleh ketidaksadaran lingkungan dari aktivitas industri dimana tumbuhnya industri yang semakin maju sebanding dengan meningkatnya pencemaran yang dihasilkan dari aktivitas industri, atau kegiatan proses produksi yang tidak hanya menyebabkan pencemaran udara tetapi juga pencemaran air pada tingkat yang berbahaya (Damas et al., 2021).

Emisi karbon dapat didefinisikan sebagai jumlah dari gas karbon yang dihasilkan dan dilepaskan ke atmosfer dari berbagai aktivitas manusia terutama aktivitas operasi perusahaan. Aktivitas pada sektor energi, agrikultur, penggunaan lahan, industri, serta transportasi dinilai menghasilkan emisi karbon terbesar (Carbon Brief, 2021; Climate Watch, 2017; International Energy Agency, 2012) karena sektor-sektor tersebut menghasilkan gas CO₂ yang merupakan perhatian utama dalam perhitungan emisi karbon. Selain itu, terdapat jenis gas lain yang termasuk ke dalam perhitungan emisi karbon antara lain CH₄,

N₂O, HFC, PFC, SF₆, NF₃, dan gas lainnya yang dapat merusak lapisan ozon sehingga menyebabkan peningkatan suhu bumi (Almaeda et al., 2023).

Menurut Rangga & Kristanto (2023) *carbon emission* sebagai berikut:

“Emisi karbon merupakan aktivitas keluarnya zat berupa gas yang berasal dari aktivitas pembakaran yang mengandung karbon. Aktivitas pembakaran ini biasanya ditemukan dalam bentuk CO₂, solar, dan bahan bakar lainnya yang mengandung hidrokarbon.”

Selanjutnya menurut Puteri & Inawati (2023) *carbon emission* sebagai berikut:

“*Carbon emission* merupakan proses terjadinya pelepasan karbon dioksida ke atmosfer secara alami ataupun dari aktivitas manusia. Terdapat aktivitas berlebihan yang terlibat dalam proses bahan bakar fosil yang dibakar untuk energi dan transportasi yaitu melepaskan karbon dan gas rumah kaca lainnya ke atmosfer.”

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, Sampai pada pemahaman penulis bahwa *carbon emission* merupakan gas-gas buangan yang mengandung karbon yang dihasilkan oleh aktivitas yang dilakukan oleh manusia baik dari rumah tangga maupun aktivitas operasional perusahaan. Dimana semakin meningkat gas buangan tersebut maka akan berdampak pada suhu di bumi yang akan menyebabkan penipisan lapisan ozon.

2.1.1.2. Pengertian *Carbon Emission Disclosure*

Pengungkapan emisi karbon merupakan pengungkapan yang menilai emisi karbon suatu organisasi dan menetapkan target pengurangan emisi. Pengungkapan emisi karbon penting karena informasi tersebut dibutuhkan oleh para pemangku kepentingan. Mereka ingin mengetahui tentang risiko lingkungan dari kegiatan operasi perusahaan, serta bagaimana kegiatan pembangunan dan perlindungan berkelanjutan disediakan oleh perusahaan terhadap lingkungan (Wenni Anggita et al., 2022).

Perusahaan sekarang ini dituntut untuk lebih terbuka terhadap informasi mengenai perusahaan tersebut. Transparansi dan akuntabilitas ditunjukkan oleh perusahaan dengan mengungkapkan informasi dalam laporan tahunannya. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dikelompokkan menjadi dua yaitu *mandatory disclosure* dan *voluntary disclosure*.

Praktik pengungkapan emisi karbon di Indonesia masih bersifat pengungkapan sukarela atau dilakukan secara sukarela (*voluntary disclosure*), sehingga tidak banyak perusahaan yang secara aktif mengungkapkan emisi karbonnya. Meskipun pengungkapan emisi karbon masih bersifat sukarela, beberapa perusahaan sudah mulai tertarik pada pelaporan perusahaan yang lebih ramah lingkungan. Penghijauan pelaporan perusahaan dilakukan dengan cara memperluas objek pelaporan informasi perusahaan. Apabila sebelumnya objek pelaporan informasi difokuskan pada informasi keuangan maka dalam

penghijauan pelaporan perusahaan objek pelaporannya diperluas dengan memasukan informasi kinerja sosial, lingkungan dan tata kelola korporasi secara terpadu dalam satu paket pelaporan (Andreas Lako, 2015:124).

Pengertian *Carbon Emission Disclosure* Menurut Bae Choi et al. (2013):

“Pengungkapan emisi karbon adalah ilustrasi dari pengungkapan lingkungan yang mencakup tingkat emisi karbon, penggunaan sumber daya energi, target dan sasaran untuk mengurangi emisi karbon, serta potensi dan risiko yang terkait dengan dampak perubahan iklim.”

Menurut Dila & Aryati (2023) *Carbon Emission Disclosure* sebagai berikut:

“*Carbon emission disclosure* adalah salah satu cara korporasi mengungkapkan praktik lingkungannya. Pengungkapan lingkungan ini mencakup informasi tentang intensitas konsumsi energi dan emisi gas rumah kaca, tata kelola perusahaan dan inisiatif perubahan iklim, pencapaian target pengurangan gas rumah kaca, risiko dan kemungkinan yang terkait dengan konsekuensi perubahan iklim.”

Selanjutnya menurut Simamora et al (2022) *Carbon Emission Disclosure* sebagai berikut:

“*Carbon emission disclosure* merupakan salah satu bentuk kontribusi perusahaan terhadap masalah pemanasan global, yang biasanya dilaporkan dalam laporan tahunan atau laporan keberlanjutan. Melalui pengungkapan emisi karbon, pemangku kepentingan akan menilai apakah perusahaan mampu bertanggungjawab menyampaikan informasi tentang kinerja lingkungan dengan benar.”

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, Sampai pada pemahaman penulis bahwa *carbon emission disclosure* merupakan bentuk transparansi perusahaan

kepada pemangku kepentingan dalam menangani dampak perubahan iklim dan pemanasan global, dimana perusahaan mengungkapkan data-data mengenai emisi karbon yang dihasilkan oleh kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.

2.1.1.3. Indikator Pengukuran *Carbon Emission Disclosure*

Dalam penelitian ini, *Carbon Emission Disclosure* diukur menggunakan daftar periksa indeks proyek pengungkapan karbon yang dikembangkan oleh (Bae Choi et al., 2013). Choi et al. (2013) menetapkan lima kategori dengan 18 item yang relevan untuk pengungkapan emisi karbon. Perhitungan skor indeks pengungkapan emisi karbon dilakukan dengan memberikan penilaian pada setiap item pengungkapan dengan skor dikotomis, skor minimal 0 dan skor maksimal 18. Setiap item akan diberi skor 1, sehingga jika perusahaan mengungkapkan 1 (satu item) saja maka skor yang diperoleh adalah 1 (satu). Namun jika item tidak diungkapkan maka diberi skor 0 (No).

Dengan demikian, berikut adalah formula pengungkapan emisi karbon menurut (Choi et al, 2013) :

$$CED = \frac{\sum di}{M} \times 100\%$$

Keterangan:

CED : Pengungkapan Emisi Karbon

$\sum di$: Skor total yang diungkapkan oleh perusahaan

M : Jumlah maksimum yang dapat diungkapkan perusahaan (18 item)

Tabel 2.1
Carbon Emission Disclosure Index

No	Kategori	Item	Keterangan
1	Perubahan iklim: Risiko dan peluang	CC-1	Penilaian/deskripsi terhadap risiko (peraturan/regulasi baik khusus maupun umum) yang berkaitan dengan perubahan iklim dan tindakan yang diambil untuk mengelola risiko tersebut.
		CC-2	Penilaian/deskripsi saat ini (dan masa depan) dari implikasi keuangan, bisnis dan peluang dari perubahan iklim
2	Emisi Gas Rumah Kaca (GHG/Greenhouse Gas)	GHG-1:	Deskripsi metodologi yang digunakan untuk menghitung emisi gas rumah kaca (misal protocol GRK atau ISO).
		GHG-2:	Keberadaan verifikasi eksternal terhadap penghitungan kuantitas emisi GRK oleh siapa dan atas dasar apa.
		GHG-3:	Total emisi gas rumah kaca (metrik ton CO ₂ -e) yang dihasilkan.
		GHG-4:	Pengungkapan lingkup 1 dan 2, atau 3 emisi GRK langsung.
		GHG-5:	Pengungkapan emisi GRK berdasarkan asal atau sumbernya (misal: batu bara, listrik, dll.).
		GHG-6:	Pengungkapan emisi GRK menurut fasilitas atau tingkat segmen.
		GHG-7:	Perbandingan emisi GRK dengan tahun-tahun sebelumnya.
3	Konsumsi Energi (EC/Energy Consumption)	EC-1	Jumlah energi yang dikonsumsi (misalnya tera-joule atau Peta-joule).
		EC-2	Penghitungan energi yang digunakan dari sumber daya yang dapat diperbaharui.

		EC-3	Pengungkapan menurut jenis, fasilitas atau segmen.
4	Pengurangan Gas Rumah Kaca dan Biaya (RC/Reduction and Cost)	RC-1	Perincian dari rencana atau strategi untuk mengurangi emisi GRK.
		RC-2	Perincian dari tingkat target pengurangan emisi GRK saat ini dan target pengurangan emisi.
		RC-3	Pengurangan emisi dan biaya atau tabungan (costs or savings) yang dicapai saat ini sebagai akibat dari rencana pengurangan emisi.
		RC-4	Biaya emisi masa depan yang diperhitungkan dalam perencanaan belanja modal (capital expenditure planning).
5	Akuntabilitas Emisi Karbon (AEC/Accountability of Emission Carbon)	ACC-1	Indikasi bahwa dewan komite (atau badan eksekutif lainnya) memiliki tanggung atas tindakan yang berkaitan dengan perubahan iklim.
		ACC-2	Deskripsi mekanisme bahwa dewan (atau badan eksekutif lainnya) meninjau perkembangan perusahaan yang berhubungan dengan perubahan iklim.

Sumber: (Bae Choi et al., 2013)

Di dalam tabel 2.1 kategori kedua GHG4 disebutkan mengenai ruang lingkup 1, 2, dan 3. Ruang lingkup ini berisi tentang sumber emisi perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun ringkasan ruang lingkup ini disajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 2.2
Deskripsi Ruang Lingkup

Lingkup 1	Emisi GRK langsung	Emisi GRK terjadi dari sumber yang dimiliki atau dikendalikan oleh perusahaan, misalnya emisi dari pembakaran boiler, tungku kendaraan yang dimiliki oleh perusahaan emisi dari produksi kimia pada peralatan yang dimiliki dan dikendalikan oleh perusahaan.
		Emisi CO ₂ langsung dari pembakaran biomassa tidak dimasukkan dalam lingkup 1 tetapi dilaporkan secara terpisah.
		Emisi GRK yang tidak terdapat pada protokol kyoto, misalnya CFC, NOX dll sebaiknya tidak dimasukkan dalam lingkup 1 tetapi dilaporkan secara terpisah.
Lingkup 2	Emisi GRK secara tidak langsung yang berasal dari Listrik	Mencakup emisi GRK dari pembangkit listrik yang dibeli atau dikonsumsi oleh perusahaan.
		Lingkup 2 secara fisik terjadi pada fasilitas dimana listrik dihasilkan.
Lingkup 3	Emisi GRK tidak langsung lainnya	Lingkup 3 adalah kategori pelaporan opsional yang memungkinkan untuk perlakuan semua emisi tidak langsung lainnya.
		Lingkup 3 adalah konsekuensi dari kegiatan perusahaan tetapi terjadi dari sumber yang tidak dimiliki atau dikendalikan oleh perusahaan.

2.1.2 *Intellectual Capital*

2.1.2.1 Pengertian *Intellectual Capital*

Intellectual Capital adalah aset tidak berwujud berupa sumber daya informasi serta pengetahuan yang berfungsi untuk meningkatkan kemampuan bersaing serta dapat meningkatkan kinerja perusahaan. *Intellectual capital* berperan penting dalam kemajuan bisnis berbasis pengetahuan. Modal intelektual meliputi intelektual materi, pengetahuan, informasi, kekayaan intelektual dan pengalaman yang dapat digunakan untuk menciptakan kesejahteraan.

Pengertian *intellectual capital* menurut Ulum (2017:82):

“Modal intelektual di definisikan sebagai selisih/perbedaan antara nilai perusahaan (bisnis perusahaan) dan nilai buku dari asset perusahaan tersebut atau dari nilai *financial capital*. Modal intelektual adalah istilah yang diberikan atas kombinasi asset tak berwujud, properti intelektual, karyawan dan infrastruktur perusahaan yang kemudian dapat berfungsi dengan baik.”

Menurut Puspitasari (2011) dalam Elvie Maria Silalahi (2021:2)

intellectual capital sebagai berikut:

“*Intellectual Capital* adalah ilmu pengetahuan atau daya pikir yang dimiliki oleh perusahaan, tidak memiliki bentuk fisik (tidak berwujud), dan dengan adanya modal intelektual tersebut, perusahaan akan mendapatkan tambahan keuntungan atau kemapanan proses usaha serta memberikan perusahaan suatu nilai lebih dibanding dengan kompetitor atau perusahaan lain.”

Menurut Dwi Muryanti dan Subowo (2017) *Intellectual capital* sebagai berikut:

“*Intellectual capital* adalah salah satu bentuk aset tidak berwujud yang merupakan komponen penting perusahaan dalam memperoleh keunggulan bersaing agar dapat bertahan dalam dunia bisnis yang ketat.”

Selanjutnya menurut Stewart (1998) dalam (Ulum, 2017:78) *Intellectual capital* sebagai berikut:

“*Intellectual capital* (modal intelektual) adalah materi intelektual pengetahuan, informasi, hak pemilihan intelektual, pengalaman yang dapat digunakan untuk menciptakan kekayaan.”

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat diketahui bahwa *Intellectual capital* merupakan aset tidak berwujud yang terdiri dari tiga elemen yaitu modal yang terkait dengan manusia (*human capital*), modal yang terkait dengan perusahaan (*structural capital*), dan modal yang terkait dengan pihak luar perusahaan (*relational capital*) yang apabila digunakan secara optimal dapat menjadi nilai tambah dan keunggulan perusahaan untuk bersaing.

2.1.2.2 Faktor-Faktor *Intellectual Capital*

Menurut (Widjanarko dalam Oktavianti dan Wahidahwati, 2014) mengemukakan ada lima alasan suatu perusahaan mengungkapkan informasi mengenai modal intelektualnya, yaitu sebagai berikut:

1. “Pelaporan *intellectual capital* dapat membantu organisasi merumuskan strategi bisnis. Dengan mengidentifikasi dan mengembangkan *intellectual capital* suatu organisasi untuk mendapatkan *competitive advantage*;
2. Pelaporan *intellectual capital* dapat membawa pada pengembangan indikator-indikator kunci prestasi perusahaan yang akan membantu mengevaluasi hasil-hasil pencapaian strategi;
3. Pelaporan *intellectual capital* dapat membantu mengevaluasi merger dan akuisisi perusahaan, khususnya untuk menentukan harga yang dibayar oleh perusahaan pengakuisisi;
4. Menggunakan pelaporan *intellectual capital* nonfinancial dapat dihubungkan dengan rencana intensif dan kompensasi perusahaan. Alasan pertama sampai dengan keempat, merupakan alasan internal dari perusahaan dalam melaporkan *intellectual capital*;
5. Alasan ini merupakan alasan eksternal perusahaan yaitu mengkomunikasikan pada *stakeholder* eksternal tentang *intellectual property* yang dimiliki perusahaan.”

2.1.2.3 Komponen *Intellectual Capital*

International Federation of Accountant atau IFAC dalam (Ulum, 2017:86) mengklasifikasikan *intellectual capital* dalam tiga kategori yaitu:

organizational capital, *customer capital* dan *human capital*. Berikut pengklasifikasian komponen-komponen *intellectual capital* tersebut:

Tabel 2.3
Klasifikasi Intellectual Capital

Organizational Capital	Relational Capital	Human Capital
Intellectual Property: - Patents - Copyrights - Design rights - Trade secret - Trademarks - Service marks Infrastructure Assets: - Management philosophy - Corporate culture - Management processes - Information systems - Networking systems - Financial relations	- Brands - Customers - Customer loyalty - Backlog orders - Company names - Distribution channels - Business collaborations - Licensing agreements - Favourable contracts - Franchising agreements	- Know-how - Education - Vocational qualification - Work-related knowledge - Work-related competencies - Entrepreneurial spirit, innovativeness, proactive and reactive abilities, changeability - Psychometric valuation

Sumber: IFAC (1998) dalam Ihyaul Ulum (2017:86)

Berikut ini definisi dari masing-masing komponen modal intelektual, diantaranya:

1. Modal Struktural (*Structural Capital / Organizational Capital*)

Structural capital merupakan kemampuan suatu organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung upaya karyawan untuk mengoptimalkan

kinerja intelektual dan bisnis secara keseluruhan. Seorang individu dapat memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi ketika organisasi memiliki sistem dan prosedur yang baik, tetapi jika sistem dan prosedurnya buruk maka *intellectual capital* tidak dapat mencapai kinerja secara optimal dan potensi yang tidak dimanfaatkan secara maksimal.

2. Modal Relasional (*Relational Capital / Customer Capital*)

Relational capital merupakan seluruh nilai yang berhubungan dengan pelanggan dan pemasok, seperti *networking*, kontrak, dan perjanjian antara perusahaan dengan mitra. *Relation capital* dapat muncul dari berbagai bagian diluar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut.

3. Modal Manusia (*Human Capital*)

Human capital merupakan sumber pengetahuan, keterampilan dan kompensasi yang sangat berguna dalam suatu organisasi atau perusahaan. *Human capital* mencerminkan kemampuan perusahaan secara keseluruhan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya. *Human capital* akan meningkat jika perusahaan mampu untuk mengembangkan dan memanfaatkan kompetensi yang dimiliki karyawannya secara efisien.

2.1.2.4 Metode Pengukuran *Intellectual Capital*

Menurut Tan et al dalam Ulum (2017:94) bahwa:

“*Intellectual capital* dapat diukur dengan:

1. *The EVA and MVA model*
2. *The Market-to-Book Value model*
3. *Tobin's q method*
4. *Pulic's VAIC™ Model*
5. *Calculated intangible value*
6. *The Knowledge Capital Earnings model.*”

Rincian penjelasan metode pengukuran *intellectual capital* adalah sebagai berikut:

1. *The EVA and MVA model*

Metode ini dihitung dengan menyesuaikan laba yang diungkap perusahaan dengan beban yang berhubungan dengan *intangible*. Perusahaan dalam EVA merupakan indikasi apakah *intellectual capital* perusahaan produktif atau tidak.

2. *The Market and book value model*

Nilai *intellectual* diperhitungkan dari perbedaan antara nilai pasar saham (*firm's stock market value*) dan nilai buku perusahaan (*firm's book value*).

3. *Tobin's Q method*

“Q” adalah rasio dari nilai pasar saham perusahaan dibagi dengan biaya pengganti (*replacement costs*) aset. Perubahan pada “Q” merupakan

proksi untuk pengukuran efektif tidaknya kinerja *intellectual capital* perusahaan.

4. *Pulic's VAICTM models*

Mengukur seberapa dan bagaimana efisiensi *intellectual capital* dan *capital employed* menciptakan nilai yang berdasar pada bubungan tiga komponen utama, yaitu:

- a) *Capital employed*
- b) *Human capital*
- c) *Structural capital*

5. *Calculated intangible value*

Mengkalkulasi kelebihan *return* pada *hard assets* kemudian menggunakan figur ini sebagai dasar untuk menentukan proporsi dari *return* yang dihubungkan dengan *intangible assets*.

6. *The Knowledge Capital Earnings Models*

Knowledge Capital Earnings dihitung sebagai porsi atas kelebihan *normalized earning* dan tambahan *expected earnings* yang bisa dihubungkan kepada *book assets*.

Metode *Value Added Intellectual Coefficient* (VAICTM) dikembangkan oleh Pulic pada tahun 1997 yang didesain untuk menyajikan informasi tentang *value creation efficiency* dari aset berwujud (*tangible assets*) dan aset tidak berwujud (*intangible asset*) yang dimiliki oleh perusahaan. VAICTM merupakan

instrumen untuk mengukur kinerja *intellectual capital* perusahaan. Pendekatan ini sangat mungkin untuk dilakukan, karena dikonstruksi dari akun-akun dalam laporan keuangan perusahaan (neraca, laba rugi).

1. *Pulic's VAICTM Models*

Metode VAICTM mengukur seberapa dan bagaimana efisiensi *intellectual capital* dan *capital employed* dalam menciptakan *value added* berdasarkan pada hubungan tiga komponen *human capital*, *structure capital* dan *capital employed*.

2. *Value Added Intellectual Coeficients (VAICTM)*

Menurut Ulum (2017:121) bahwa:

Tahapan tahapan dalam menghitung modal intelektual dengan menggunakan metode VAICTM adalah sebagai berikut:

1) Menghitung *Value Added* (VA)

Value added adalah indikator paling objektif untuk menilai keberhasilan bisnis dan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam penciptaan nilai (*value creation*). VA dihitung sebagai selisih antara *output* dan *input*. VA juga dapat dihasilkan dari penjumlahan OP (laba operasi), EC (beban karyawan), D (depresiasi), dan A (amortisasi).

$$\text{Value Added (VA)} = \text{Output} - \text{Input}$$

atau

$$\text{Value Added (VA)} = \text{OP} + \text{EC} + \text{D} + \text{A}$$

Keterangan:

Output : Total penjualan dan pendapatan lain

Input : Beban penjualan dan biaya lain lain (selain beban karyawan)

OP : *Operating profit* (laba operasi)

EC : *Employee cost* (beban karyawan)

D : *Depreciation* (Penyusutan)

A : *Amortisation* (Amortisasi)

2) Menghitung *Value Added Capital Employed* (VACE)

Value added capital employed adalah indikator untuk *value added* yang diciptakan oleh satu unit dari *physical capital*. Rasio ini menghitung kontribusi yang dibuat oleh setiap unit *capital employed* terhadap *value added*.

$$VACE = \frac{VA}{CE}$$

Keterangan:

VACE : *Value added capital employed*

VA : *Value added*

CE : *Capital Employed*: dana yang tersedia (ekuitas, laba bersih)

3) Menghitung *Value Added Human Capital* (VAHC)

Value Added Human Capital (VAHC) menunjukkan berapa banyak VA dapat dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan untuk tenaga kerja. Hubungan antara VA dan HC mengindikasikan kemampuan dari HC untuk menciptakan nilai di dalam perusahaan.

$$VAHC = \frac{VA}{HC}$$

Keterangan:

VAHC : *Value Added Human Capital*

VA : *Value Added*

HC : *Human Capital* (beban karyawan)

4) Menghitung *Structure Capital Value Added* (STVA)

Structure capital value added menunjukkan kontribusi *structural capital* (SC) dalam penciptaan nilai. SCVA mengukur jumlah SC yang dibutuhkan untuk menghasilkan 1 rupiah dari VA dan merupakan indikasi bagaimana keberhasilan SC dalam penciptaan nilai. SC bukanlah ukuran yang independen.

$$SC = VA - HC$$

$$SCVA = \frac{SC}{VA}$$

Keterangan:

SC : *Structure Capital*

SC : *Value Added – Human Capital*

SCVA : *Structure Capital Value Added*

VA : *Value Added*

5) Menghitung *Value Added Intellectual Coefficient* (VAICTM)

VAICTM mengindikasikan kemampuan intelektual organisasi yang dapat juga dianggap sebagai BPI (*Business Performance Indikator*). VAICTM merupakan penjumlahan dari ketiga komponen modal intelektual yaitu VACE, VAHC dan STVA.

$$VAIC^{TM} = VACE + VAHC + STVA$$

Keterangan:

VAICTM : *Value Added Intellectual Coefficients*

VACE : *Value Added Capital Employed*

VAHC : *Value Added Human Capital*

STVA : *Structure Capital Value Added*

3. *Modified VAIC*

Menurut Ulum (2017:124) bahwa:

“*Modified VAIC* (MVAIC) merupakan model pengukuran kinerja IC yang berbasis pada modelnya Pulic, VAICTM. Model ini diawali dengan 12 menempatkan perhitungan VA sebagai titik awal. Secara utuh, MVAIC diformulasikan sebagai berikut:

1. MVAIC= ICE + CEE
2. ICE = HCE + SCE + RCE
3. HCE = VA/HC
4. SCE = SC/VA
5. RCE = RC/VA
6. CEE = VA/CE”

Berikut ini penjelasan tahapan-tahapan dalam menghitung *modified* VAIC adalah sebagai berikut:

1) Menghitung *Value Added*

Value added dihitung sebagai selisih antara *output* dan *input*. VA juga dapat dihasilkan dari penjumlahan OP (laba operasi), EC (beban karyawan), D (depresiasi), dan A (amortisasi).

$$\text{Value Added (VA)} = \text{Output} - \text{Input}$$

atau

$$\text{Value Added (VA)} = \text{OP} + \text{EC} + \text{D} + \text{A}$$

Keterangan:

Output : Total penjualan dan pendapatan lain

Input : Beban penjualan dan biaya lain lain (selain beban karyawan)

OP : *Operating profit* (laba operasi)

EC : *Employee cost* (beban karyawan)

D : *Depreciation* (Penyusutan)

A : *Amortisation* (Amortisasi)

2) Menghitung *Human Capital Efficiency*

Human capital efficiency dihitung dengan *value added* dibagi dengan *human capital*, dimana *human capital* ini adalah total beban karyawan.

$$\text{Human Capital Efficiency (HCE)} = \frac{VA}{HC}$$

Keterangan:

HCE : *Human Capital Efficiency*

VA : *Value Added*

HC : *Human Capital* (beban karyawan)

3) Menghitung *Structure Capital Efficiency*

Structure capital efficiency didapat dengan menghitung *sturcture capital* dibagi dengan *value added*, untuk menghitung nilai *structre capital* didapat dengan *value added* dikurangi dengan total beban karyawan (*human capital*).

$$SC = VA - HC$$

$$SCVA = \frac{SC}{VA}$$

Keterangan:

SC : *Structure Capital*

SC : *Value Added – Human Capital*

SCVA : *Structure Capital Value Added*

VA : *Value Added*

4) Menghitung *Relational Capital Efficiency*

Relational capital efficiency didapat dengan menghitung *relational capital* (biaya pemasaran) dibagi dengan *value added*.

$$RCE = \frac{RC}{VA}$$

Keterangan:

RCE : *Relational Capital Efficiency*

VA : *Value Added*

RC : *Relational Capital* (biaya pemasaran)

5) Menghitung *Capital Employed Efficiency*

Capital employed efficiency didapat dengan menghitung *capital employed* (nilai buku dari total aset) dibagi dengan *value added*.

$$CEE = \frac{VA}{CE}$$

Keterangan:

CEE : *capital employed efficiency*

VA : *Value added*

CE : *Capital Employed*: nilai buku dari total asset

6) Menghitung *Intellectual Capital Efficiency* (ICE)

Intellectual capital efficiency didapat dengan menjumlahkan *human capital efficiency*, *structure capital efficiency* dan *relational capital efficiency*.

$$ICE = HCE + SCE + RCE$$

Keterangan:

ICE : *Intellectual Capital Efficiency*

SCE : *Structure Capital Efficiency*

HCE : *Human Capital Efficiency*

RCE : *Relational Capital Efficiency.*

7) Menghitung *Modified VAIC (MVAIC)*

Modified VAIC didapat dengan menjumlahkan *intellectual capital coefficient (ICE)* dan *capital employed coefficient (CEE)*.

$$MVAIC = ICE + CEE$$

Keterangan:

MVAIC : *Modified VAIC*

ICE : *Intellectual Capital Efficiency*

CEE : *Capital Employed Efficiency*

Berdasarkan uraian diatas, penulis menggunakan metode pengukuran *Modified Value Added Intellectual Coefficient (MVAIC)* karena metode ini digunakan untuk mengukur seberapa dan bagaimana efisiensi modal intelektual dan modal yang digunakan untuk menciptakan nilai, model ini juga didesain untuk menyajikan informasi tentang *value creation efficiency* dari aset berwujud (*tangible asset*) dan aset takberwujud (*intangible assets*) yang dimiliki perusahaan. Metode ini juga digunakan sebagai ukuran kinerja ICP (*Intellectual Capital Performance*) atau disebut juga *Business Performance Indicator*.

Menurut Ulum *et al* (2014) Kategori dari hasil perhitungan MVAIC guna mengetahui peringkat serta skor yang didapatkan adalah sebagai berikut:

- a) *Top performers* - skor MVAIC di atas 3,50
- b) *Good performers* - skor MVAIC antara 2,50 sampai 3,49
- c) *Common performers* - skor MVAIC antara 1,5 sampai 2,49
- d) *Bad performers* - skor MVAIC dibawah 1,5”

Tabel 2.4

kriteria Intellectual Capital

Kategori	Penilaian MVAIC
<i>Top Performers</i>	MVAIC di atas 3,50
<i>Good Performes</i>	MVAIC antara 2,50 – 3,49
<i>Common Performers</i>	MVAIC antara 1,5 - 2,49
<i>Bad Performers</i>	MVAIC dibawah 1,5

Sumber: Ulum *et al* (2014)

2.1.3 Nilai Perusahaan

2.1.3.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham yang pengukurannya dapat dilakukan dengan melihat perkembangan harga saham di bursa, jika harga saham meningkat berarti nilai perusahaan meningkat. Nilai perusahaan merupakan cerminan dari kesejahteraan pemilik perusahaan serta pemegang saham perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan akan semakin meningkatkan kesejahteraan pemilik perusahaan (Supeno, 2022).

Pengertian nilai perusahaan Menurut Irham Fahmi (2020:142-143) adalah:

“Nilai perusahaan adalah rasio nilai pasar yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pinjaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang.”

Menurut Indrarini (2019:2) nilai perusahaan adalah:

“Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham.”

Selanjutnya, Menurut (Sulastri & Nurdiansyah, 2017) nilai perusahaan sebagai berikut:

“Nilai perusahaan adalah suatu tujuan jangka panjang perusahaan yang dilihat dari harga per sahamnya karena merupakan suatu penilaian investor terhadap perusahaan yang dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa untuk perusahaan yang sudah *go public*.”

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan gambaran dari kinerja perusahaan yang bisa mempengaruhi atensi penanam saham/investor kepada perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan akan semakin meningkatkan kesejahteraan pemilik perusahaan ataupun pemegang saham perusahaan.

2.1.3.2 Tujuan Memaksimalkan Nilai Perusahaan

Tujuan suatu perusahaan yaitu dengan meningkatkan nilai perusahaan akan menggambarkan kesejahteraan pemilik perusahaan, sehingga pemilik perusahaan akan menyerahkan urusan pengelolaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, seperti manajer maupun komisaris untuk bekerja lebih keras dengan menggunakan berbagai intensif dalam

memaksimalkan nilai perusahaan (Irnawati 2021). Bagi perusahaan yang sudah *go public*, memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham.

Menurut (Hermawan dan Hendrawati 2017) memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan perusahaan karena :

1. “Memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham di masa yang akan datang atau berorientasi jangka panjang,
2. Mempertimbangkan faktor risiko,
3. Memaksimalkan nilai perusahaan lebih menekankan pada arus kas daripada sekedar laba menurut pengertian akuntansi,
4. Memaksimalkan nilai perusahaan tidak mengabaikan tanggung jawab sosial.”

2.1.3.3 Pengukuran Nilai Perusahaan

Pengukuran nilai perusahaan menjadi penting untuk menentukan nilai wajar, pengukuran nilai Perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan beberapa metode dan pendekatan.

Menurut Harmono (2017:114) pengukuran nilai perusahaan terdiri dari:

a. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio (PER) adalah perbandingan antara harga saham perusahaan dengan earning per share dalam saham. PER adalah fungsi dari perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula

kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Untuk mengukur *Price Earning Ratio* digunakan rumus sebagai berikut:

$$PER = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{laba per lembar saham}}$$

b. *Price to Book Value (PBV)*

Price to Book Value (PBV) merupakan rasio dari perbandingan nilai pasar (*market value*) dengan nilai buku (*book value*) suatu saham perusahaan. Berdasarkan nilai rasio PBV, maka dapat mengetahui nilai perusahaan dari persepsi pasar (investor) dibandingkan nilai buku perusahaan tersebut, sehingga investor dapat mengetahui kondisi suatu saham *overvalued* atau *undervalued*. Secara umum nilai rasio PBV seharusnya berada diatas satu, yang mengisyaratkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya atau perusahaan tersebut memiliki kinerja dan prospek yang baik menurut investor (pasar). Formula *Price to Book Value (PBV)* adalah sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per Share}}$$

Market price (nilai pasar) dapat menggunakan harga penutupan saham yang bersangkutan di bursa efek, dimana harga penutupan merupakan representatif dari penawaran dan permintaan saham tersebut

di pasar. *Book Value* (BV) adalah jumlah keseluruhan ekuitas perusahaan dibagi dengan jumlah saham yang beredar dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$BV = \frac{\text{Total Nilai Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham}}$$

Total nilai ekuitas adalah total nilai aset (aktiva) dikurangi total nilai utang (*liabilities*). Penggunaan nilai buku (*book value*) pada formula tersebut membuat *Price to Book Value* (PBV) sering digunakan, diantaranya karena hal-hal berikut ini:

- a. Nilai buku (*book value*) relatif stabil sehingga perubahan PBV lebih disebabkan harga pasar.
- b. Selain mengakomodir perkembangan harga pasar PBV juga mengakomodir nilai akuntansi dalam hal ini nilai buku.
- c. Dapat digunakan untuk menghitung atau menilai saham yang mengalami kerugian.

Menurut Iryani (2018:49) ketentuan dalam menentukan pada posisi suatu saham berdasarkan pendekatan pada rasio *Price Book Value* (PBV) yaitu:

- *PBV > 1, maka saham dalam posisi overvalued*
- *PBV = 1, maka saham dalam posisi fairvalued*
- *PBV < 1, maka saham dalam posisi undervalued*

c. Tobin's Q

Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Tobin's Q ini dikembangkan oleh professor James Tobin (Kumar, 2016: 197). Rasio ini merupakan konsep yang sangat berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi incremental. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung Tobin's Q:

$$Tobin's\ Q = \frac{(MVE + DEBT)}{TA}$$

Keterangan:

MVE : Nilai pasar ekuitas (*MVE Closing price* x jumlah saham beredar)

DEBT : Total hutang perusahaan

TA : Total Aktiva

Tobin's Q versi Chung dan Pruitt (1994) dalam (Devi et al., 2017) menyatakan jika nilai Tobin's Q < 1 menggambarkan bahwa saham dalam kondisi *undervalued*, jika nilai Tobin's Q > 1 menggambarkan

bahwa saham dalam kondisi *overload* dan jika nilai Tobin's Q sama dengan 1 menggambarkan bahwa saham dalam kondisi *average*.

Berdasarkan uraian diatas, penulis menggunakan rasio PBV sebagai proksi nilai perusahaan karena rasio PBV dapat menggambarkan besarnya premi yang diberikan pasar atas modal intelektual yang dimiliki perusahaan. PBV yang tinggi mencerminkan harga saham yang tinggi dibandingkan nilai buku per lembar saham. semakin tinggi harga saham, semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham. keberhasilan perusahaan menciptakan nilai tersebut tentunya memberikan harapan kepada pemegang saham berupa keuntungan yang lebih besar pula (Achriaty & Putri, 2023).

2.1.4 Profitabilitas

2.1.4.1 Pengertian Profitabilitas

Menurut Kasmir (2019) profitabilitas menunjukkan bagaimana sebuah perusahaan mampu menghasilkan keuntungan atau laba. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi maka perusahaan dianggap memiliki kinerja dan prospek yang baik sehingga menarik pemikiran positif terhadap investor, hal tersebut nantinya akan berpengaruh terhadap naiknya harga saham karena adanya permintaan yang juga mengalami kenaikan (Anggraeni & Sulhan, 2020).

Pengertian profitabilitas menurut Menurut Kasmir (2015:196) sebagai berikut:

“profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.”

Menurut Agus Sartono (2016:122) profitabilitas adalah:

“Profitabilitas adalah rasio yang dapat mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba baik hubungannya dengan penjualan, aset, maupun laba bagi modal sendiri.”

Menurut Irham Fahmi (2020:140) profitabilitas sebagai berikut:

“Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan.”

Menurut Mamduh Hanafi dan Abdul Halim (2016:81) rasio profitabilitas adalah:

“Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada Tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu.”

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat diketahui bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba

selama periode tertentu dari serangkaian penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Rasio profitabilitas menunjukkan seberapa baik perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan keuntungan dan nilai pemegang saham.

2.1.4.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Menurut Kasmir (2015:197) tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu;
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri;
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri;
7. Tujuan lainnya.

Sementara itu, menurut Kasmir (2015:198) manfaat yang diperoleh adalah untuk:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode;
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri;
6. Manfaat lainnya.

2.1.4.3 Pengukuran Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan. Berikut beberapa perhitungan rasio profitabilitas menurut Agus Sartono (2012:123) yaitu:

- a. *“gross profit margin* (Marjin Laba Kotor)
- b. *Net Profit Margin* (Margin Laba Bersih)
- c. *Return On Assets* (ROA)/ROI

d. *Return On Equity* (ROE)

e. *Earning Power*”

Berikut penjelasan dari kelima rasio profitabilitas tersebut:

a. *Gross Profit Margin*

Menurut Irham Fahmi (2020:140) *gross profit margin* sebagai berikut:

“Rasio *gross profit margin* merupakan margin laba kotor, yang memperlihatkan hubungan antara penjualan dan beban pokok penjualan, mengukur kemampuan sebuah perusahaan untuk mengendalikan biaya persediaan atau biaya operasi barang maupun untuk meneruskan kenaikan harga lewat penjualan kepada pelanggan.”

Perhitungan *gross profit margin* menurut (Irham Fahmi, 2020: 141)

adalah sebagai berikut:

$$\text{Gross profit margin} = \frac{\text{Sales} - \text{Cost of Good Sold}}{\text{Sales}}$$

Keterangan:

Cost of Good Sold = Harga Pokok Penjualan

Sales = Penjualan

b. *Net Profit Margin*

Menurut Irham Fahmi (2020:141) *net profit margin* sebagai berikut:

“Rasio *net profit margin* disebut juga dengan rasio pendapatan terhadap penjualan, menunjukkan kestabilan kesatuan untuk menghasilkan perolehan pada tingkat penjualan khusus.”

Perhitungan *net profit margin* adalah sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Sales}}$$

Keterangan:

Earning After Tax (EAT) = Laba Setelah Pajak

c. *Return on Assets (ROA)*

Menur Hery (2015:556) *return on asset* sebagai berikut:

“*Return On Asset* merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi asset dalam menciptakan laba bersih, dengan kata lain rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total asset.”

Perhitungan *return on asset* adalah sebagai berikut:

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Asset}}$$

Menurut Kasmir (2015:201) sebagai berikut:

“ROA/ROI merupakan ratio yang menunjukan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Maka ROA juga merupakan suatu ukuran tentang efektifitas manajemen dengan mengelola investasinya.”

d. *Return on Equity (ROE)*

Menurut Irham Fahmi (2020:142) *return on equity* sebagai berikut:

“Rasio ini mengkaji sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba atas ekuitas.”

Perhitungan *return on equity* adalah sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Shareholders' Equity}}$$

Keterangan:

Shareholders' Equity = Modal Sendiri

Menurut Agus Sartono (2012:124) *return on equity* yaitu :

“ROE yaitu mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Rasio ini juga dipengaruhi oleh besar kecilnya utang perusahaan, apabila proporsi utang makin besar maka rasio ini juga akan makin membesar.”

e. *Earning Power*

Menurut Agus Sartono (2012:125) mengemukakan bahwa:

“*Earning power* merupakan tolak ukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan aktiva yang digunakan. Rasio ini menunjukkan pula Tingkat efisiensi investasi yang nampak pada tingkat perputaran aktiva. Apabila perputaran aktiva meningkat dan *net profit margin* tetap maka *earning power* juga akan meningkat. Dua perusahaan mungkin akan mempunyai *earning power* yang sama meskipun perputaran aktiva dan *net profit margin* keduanya berbeda.”

Menurut Agus Sartono (2012:124) *earning power* dapat dihitung

dengan menggunakan formula :

$$\text{Earning Power} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}} \times \frac{\text{Laba setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

Pengukuran profitabilitas pada penelitian ini menggunakan *Return on Asset* (ROA) dalam analisis laporan keuangan. Rasio ini dianggap paling menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mencapai laba, karena melalui

rasio ini manajemen dapat menunjukkan kemampuannya dalam mengelola aktiva yang dimiliki perusahaan untuk mencapai laba pada titik pengembalian yang diharapkan. Perusahaan yang memiliki ROA yang tinggi cenderung memiliki harga saham yang lebih tinggi dan return saham yang lebih baik. Rasio ROA yang tinggi berarti kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan lebih tinggi tentunya akan meningkatkan nilai perusahaan (Setiawati et al., 2023).

2.1.5 Penelitian sebelumnya

Penelitian terdahulu sebagai kajian pustakan bertujuan untuk mengetahui hubungan antara penelitian yang pernah dilakukan mengenai *Carbon Emission Disclosure* (X_1), *Intellectual Capital* (X_2), Terhadap Nilai Perusahaan (Y), dengan Profitabilitas (M) sebagai variabel moderating. Adapun penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu sebagai berikut:

Tabel 2.5
Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Dading Damas, Rovila El Maghviroh dan Meidiyah Indreswari (2021)	Pengaruh Eco-Efficiency, Green Innovation dan Carbon Emission Disclosure terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Lingkungan sebagai Moderasi	Eco-efficiency berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Green Innovation berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Carbon Emission Disclosure berpengaruh positif	- Variabel Carbon Emission Disclosure (X) - Variabel Nilai Perusahaan (Y) - Menggunakan Carbon Emission Disclosure Index dalam pengukuran pengukuran CED.	- Periode penelitian - Sektor penelitian

NO	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Kinerja Lingkungan memperkuat pengaruh Eco-efficiency terhadap Nilai Perusahaan. Kinerja Lingkungan tidak memoderasi pengaruh Green Innovation terhadap Nilai Perusahaan dan Kinerja Lingkungan tidak memoderasi pengaruh Carbon Emission Disclosure terhadap Nilai Perusahaan.	- Menggunakan metode kuantitatif dan purposive sampling.	
2	Willy Dozan Alfayerds dan Mia Angelina Setiawan (2021)	Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon dan Annual Report Readability terhadap Nilai Perusahaan	Pengungkapan Karbon Emisi yang diukur dengan Carbon Emission Disclosure Indeks berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan Annual Report Readability yang diukur dengan Fog Index berpengaruh negative dan signifikan terhadap nilai Perusahaan	- Menggunakan teori legitimasi dan teori signal - Menggunakan Carbon Emission Disclosure Index dalam pengukuran CED	- Periode penelitian - Sektor penelitian - Pengukuran nilai perusahaan
3	Wenni Anggita, Ari Agung Nugroho, dan Suhaidar (2022)	Carbon Emission Disclosure And Green Accounting Practices On The Firm Value	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Carbon Emission Disclosure tidak berpengaruh signifikan terhadap Firm Value, sedangkan penerapan Green Accounting berpengaruh positif	- Variabel Carbon Emission Disclosure (X) - Variabel Nilai Perusahaan (Y) - Menggunakan Carbon Emission Disclosure Index dalam	- Periode penelitian - Sektor penelitian

NO	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			dan signifikan terhadap Firm Value.	<ul style="list-style-type: none"> - pengukuran CED. - Menggunakan metode kuantitatif dan purposive sampling. 	
4	Adira M B Azhari dan David H M Hasibuan (2023)	The effect Of Green Invesment, Intellectual Capital Disclosure and Carbon Emission Disclosure on Firm Value	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel green investment dan intellectual capital disclosure tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel carbon emission disclosure berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel Carbon Emission Disclosure (X) - Variabel Nilai Perusahaan (Y) - Menggunakan Carbon Emission Disclosure Index dalam pengukuran CED. 	<ul style="list-style-type: none"> - Periode penelitian - Sektor penelitian
5	Inni Afnilia dan Christina Dwi Astuti (2023)	Pengaruh Volume Emisi Karbon, Pengungkapan Emisi Karbon, dan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah direksi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan volume emisi karbon, pengungkapan emisi karbon, komisaris independen, dan komite audit tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> - Sektor penelitian - Menggunakan Carbon Emission Disclosure Index dalam pengukuran CED - Menggunakan metode kuantitatif dan purposive sampling. 	<ul style="list-style-type: none"> - Periode penelitian - Pengukuran nilai perusahaan
6	Nurhidayati & Bone (2022)	Pengaruh Intellectual Capital dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable intellectual capital tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel Intellectual Capital (X) - Variabel Nilai Perusahaan (Y) 	<ul style="list-style-type: none"> - Periode penelitian - Sektor penelitian

NO	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.		
7	Lucky Tanusdjaja & (2023)	Pengaruh Intellectual Capital, Profitabilitas, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Intellectual Capital dan Profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan struktur modal tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel Intellectual Capital (X) - Variabel Nilai Perusahaan (Y) 	<ul style="list-style-type: none"> - Periode penelitian - Sektor penelitian - Pengukuran Intellectual Capital
8	Okte & Hasanah (2023)	Pengaruh Intellectual Capital, Solvabilitas, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable intellectual capital berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Solvabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Intellectual capital, solvabilitas, dan profitabilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel Intellectual Capital (X) - Variabel Nilai Perusahaan (Y) 	<ul style="list-style-type: none"> - Periode penelitian - Sektor penelitian - Pengukuran variabel Intellectual Capital Disclosure - Pengukuran nilai perusahaan

NO	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
9	Zahra Sasongko & (2023)	Analysis of the Effect of Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Intellectual Capital, and Investment Decisions on Firm Value	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, komisaris independen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, komite audit tidak berpengaruh terhadap nilai, modal intelektual tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan investasi keputusan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel Intellectual Capital (X) - Variabel Nilai Perusahaan (Y) 	<ul style="list-style-type: none"> - Periode penelitian - Sektor penelitian - Pengukuran variabel Intellectual Capital
10	Puspita, Ayuningtyas dan Hariadi (2023)	The Effect Of Intellectual Capital, Independent Commissioners, And Audit Committee On Firm Value	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa variable intellectual capital mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perusahaan nilai, sedangkan komisaris independen dan audit komite tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel Intellectual Capital (X) - Variabel Nilai Perusahaan (Y) - Pengukuran variable Nilai Perusahaan menggunakan PBV 	<ul style="list-style-type: none"> - Periode penelitian - Sektor penelitian - Pengukuran variable intellectual capital
11	Amirullah et al. (2021)	Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Saat Pandemi COVID 19	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel modal intelektual berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas sebagai	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel Intellectual Capital (X) - Variabel Nilai Perusahaan (Y) - Menggunakan ROA dalam 	<ul style="list-style-type: none"> - Periode penelitian - Sektor penelitian - Pengukuran variabel Intellectual Capital

NO	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi	variabel moderasi dapat memoderasi hubungan antara modal intelektual dan nilai perusahaan,	proksi profitabilitas	
12	Yuliawati & Alinsari (2022)	Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel modal intelektual berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diukur menggunakan Tobin's Q. Terdapat variabel moderasi pada profitabilitas yang diukur dengan Return On Assets (ROA) terbukti mampu memoderasi pengaruh modal intelektual terhadap nilai perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel Intellectual Capital (X) - Variabel Nilai Perusahaan (Y) - Menggunakan ROA dalam proksi profitabilitas 	<ul style="list-style-type: none"> - Periode penelitian - Sektor penelitian - Pengukuran variabel Intellectual Capital
13	Pamungkas & Meini (2023)	The Effects Of Sustainability Reporting and Intellectual Capital Disclosure on Firm Value, With profitability as A moderator	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan pelaporan keberlanjutan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, modal intelektual berpengaruh positif terhadap perusahaan nilai. Profitabilitas dapat memperkuat hubungan antara pengungkapan pelaporan keberlanjutan dan modal intelektual terhadap nilai perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel Intellectual Capital (X) - Variabel Nilai Perusahaan (Y) - Menggunakan ROA dalam proksi profitabilitas 	<ul style="list-style-type: none"> - Periode penelitian - Sektor penelitian - Pengukuran variabel Intellectual Capital

NO	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
14	Pratama & Maria (2023)	Pengaruh Intellectual Capital, Good Corporate Governance, dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Dimediasi oleh Profitabilitas	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Intellectual Capital (IC) berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan, dan Good Corporate Governance (GCG) tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Corporate Social Responsibility (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak memediasi hubungan antara Intellectual Capital (IC) dan Nilai Perusahaan. Profitabilitas tidak memediasi hubungan antara Good Corporate Governance (GCG) dan Nilai-Nilai Perusahaan. Profitabilitas tidak memediasi hubungan antara Corporate Social Responsibility (CSR) dan Nilai Perusahaan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel Intellectual Capital (X) - Variabel Nilai Perusahaan (Y) - Variabel Profitabilitas (M) 	<ul style="list-style-type: none"> - Periode penelitian - Sektor penelitian - Pengukuran variabel Intellectual Capital

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh *Carbon Emission Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan

Keterkaitan antara pengungkapan emisi karbon dengan nilai perusahaan ini sejalan dengan teori legitimasi dan sinyal, dimana secara konsep teori legitimasi merupakan sebuah mekanisme yang mendukung organisasi dalam mengimplementasikan dan mengembangkan pengungkapan sosial dan lingkungan secara sukarela dengan tujuan untuk memenuhi kontrak sosial mereka agar mendapatkan pengakuan (*recognition*) dari pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) terhadap aktivitas dan tujuan mereka (Schiopoiu Burlea & Popa, 2013). Perusahaan akan cenderung mencari legitimasi dari lingkungan sekitarnya terkait dengan aktivitas operasi perusahaan.

Legitimasi tersebut diperoleh salah satunya dengan memberikan informasi terkait dengan kegiatan operasi perusahaan yang berdampak terhadap lingkungannya. Perusahaan yang telah mendapatkan legitimasi cenderung akan meningkatkan citra serta reputasinya di mata para *stakeholders*, yang akan berdampak pada nilai perusahaan secara keseluruhan.

Sejalan dengan teori sinyal, bahwa perusahaan akan mengungkapkan informasi berupa sinyal positif sebagai tanda keberhasilan perusahaan dalam melakukan aktivitas usahanya. Sinyal positif ini tentunya akan mendapat respon yang positif juga dari para *stakeholders*, khususnya para pemegang saham yang mana hal ini akan dapat meningkatkan kepercayaan pemegang

saham maupun calon pemegang saham terhadap perusahaan sehingga meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Bae Choi *et al.* (2013) menyatakan bahwa:

“Pengungkapan informasi terkait karbon emisi menjadi sangat penting bagi para pemangku kepentingan yang peduli terhadap dampak efek pemanasan global. Pemangku kepentingan menuntut informasi yang transparan dan perusahaan cenderung mengungkapkan kewajiban nyata mereka untuk memenuhi komitmen mereka. Selain pemangku kepentingan, masyarakat juga cenderung khawatir terhadap dampak emisi karbon yang dihasilkan sehingga manajer berperan dalam menangani legitimasi tersebut dengan mengungkapkan lebih rinci mengenai emisi karbon.”

Kebijakan pengungkapan emisi karbon juga merupakan salah satu aspek penting dari landasan *triple bottom line* yaitu aspek planet. Dimana perusahaan tidak hanya berfokus pada kesejahteraan kepentingan pemegang saham saja, tetapi juga memperhatikan kepedulian terhadap lingkungan.

Adapun pendapat menurut Trimuliani & Febrianto (2023) menyatakan bahwa:

“Pengungkapan emisi karbon menjadi salah satu pertimbangan dalam menilai bagaimana tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan investasi jangka panjang. Berbagai pengungkapan dan upaya yang dilakukan tentu akan mendapatkan respon yang beragam dari investor yang akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan lingkungan perusahaan yang ditingkatkan dapat menguntungkan perusahaan dengan meningkatkan nilainya melalui pengurangan biaya modal atau peningkatan arus kas atau keduanya.”

Dalam penelitian yang dilakukan Alfayerds dan Setiawan (2021) mendapatkan hasil bahwa *carbon emission disclosure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Damas *et al* (2021) yang menyatakan bahwa perusahaan yang menerbitkan pengungkapan karbon emisi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, Azhari dan Hasibuan (2023) dalam penelitiannya mengemukakan pengungkapan karbon emisi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa *carbon emission disclosure* adalah tempat untuk mengkomunikasikan kinerja bagi perusahaan dalam bentuk laporan mengenai aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Pengungkapan emisi karbon dapat mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan apabila perusahaan memperhatikan tiga aspek dimensi tersebut karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan kepentingan ekonomi, lingkungan, dan masyarakat.

2.2.2 Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan

Keterkaitan antara *Intellectual Capital* dengan nilai perusahaan ini sejalan dengan teori stakeholder dan sinyal, dimana secara konsep *stakeholder theory* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan perusahaan semata, namun juga harus memberikan manfaat

kepada seluruh *stakeholder*. *Stakeholder theory* menekankan akuntabilitas perusahaan jauh melebihi kinerja keuangan atau ekonomi sederhana. Perusahaan akan mengungkapkan informasi tentang kinerja lingkungan, sosial dan intelektual secara sukarela melebihi permintaan wajibnya untuk memenuhi ekspektasi para *stakeholder* (Muasiri & Sulistyowati, 2021).

Sejalan dengan *Signaling theory* yang menjelaskan bahwa perusahaan dengan kinerja yang tinggi menggunakan informasi keuangan untuk mengirim sinyal kepada pasar (Spance, 1973). Teori sinyal ini mengindikasikan bahwa apabila suatu perusahaan yang berkualitas akan cenderung dalam memberikan sinyal yang positif dan sinyal–sinyal keunggulan yang dimilikinya, begitu pula sebaliknya apabila perusahaan dengan kualitas yang kurang unggul akan cenderung memberikan sinyal yang tidak terlalu terinci kepada publik. Dengan adanya sinyal yang diberikan oleh perusahaan kepada pasar diharapkan akan mendorong investor untuk berinvestasi kepada perusahaan tersebut (Amalia & Wahidahwati, 2021).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Subagio (2022) menyatakan bahwa:

“Modal intelektual yang dikelola dengan baik dan dilaporkan pada pasar, akan memberikan sinyal positif pada pasar yang tercermin dalam nilai perusahaan. Modal intelektual menggambarkan hubungan kepemilikan *human capital* (HC) yang berkualitas serta didukung dengan *structural capital* (SC) atau sistem organisasi yang baik serta memiliki hubungan yang baik dengan pihak eksternal perusahaan (*relational capital* / RC) menunjukkan keunggulan perusahaan. Keunggulan kompetitif yang diperoleh dari modal intelektual

diharapkan mampu memperoleh respon atau umpan balik yang positif. Respon positif tersebut akan meningkatkan harga saham. Semakin baik modal intelektual yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.”

Adapun pendapat menurut (Fuad & Nustini, 2022) menyatakan bahwa:

“Modal intelektual jika diungkapkan dapat memberikan nilai positif bagi perusahaan, dimana modal intelektual akan memberikan gambaran kinerja modal intelektual bagi perusahaan. Semakin baik kinerja modal intelektual dalam perusahaan maka akan semakin meningkatnya pengungkapan pelaporan dalam laporan keuangan yang dapat menimbulkan naiknya tingkat kepercayaan para *stakeholder* dalam perusahaan.”

Intellectual capital didefinisikan sebagai informasi dan pengetahuan yang diaplikasikan dalam pekerjaan untuk mencapai nilai. Penciptaan nilai bagi perusahaan terjadi ketika perusahaan mampu mengolah sumber daya investasi dan menghasilkan nilai tambah (*value added*) sehingga memiliki dampak yang besar pada kinerja keuangan (Cahyani Prastuti & Budiasih, 2019). Modal Intelektual berfokus terhadap modal tak berwujud yang memiliki kaitan terhadap pengetahuan manusia, pengalaman, inovasi, dan juga teknologi. Dalam meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan harus menjunjung tinggi modal intelektualnya. Dalam hal ini modal intelektual sangat penting untuk mendorong perusahaan unggul dalam persaingan bisnis dengan menciptakan nilai.

Dalam penelitian yang dilakukan Lucky & Tanusdjaja (2023) mendapatkan hasil bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Okte &

Hasanah (2023) yang menyatakan bahwa perusahaan yang menerbitkan *intellectual capital* mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. selain itu, Puspita et all. (2023) dalam penelitiannya mengemukakan pengungkapan *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang menggunakan sumber dayanya secara tepat serta efisien akan memberikan nilai lebih bagi para investornya dalam memberikan nilai pada perusahaan yang memiliki *Intellectual Capital* (IC) yang baik. Jika *intellectual capital* dinilai secara terukur dan baik akan memberikan efek terhadap kinerja perusahaan, karena sumber daya manusia yang baik ataupun sistem yang berjalan dengan baik di perusahaan akan menghasilkan kualitas produk yang baik yang dapat menjadi keunggulan perusahaan. Perusahaan yang mampu mengelola sumber daya intelektual yang dimilikinya dengan efektif dan efisien, maka kinerja keuangannya akan meningkat. Kinerja keuangan yang meningkat akan direspon positif pasar sehingga nilai perusahaan akan meningkat (Barmin, 2022).

2.2.3 Pengaruh *Carbon Emission Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi

Pada penelitian Kristanti (2022), mengatakan bahwa berbagai aspek keuangan di dalam perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, salah satunya adalah rasio profitabilitas. Profitabilitas perusahaan

merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada suatu periode akuntansi. Penelitian yang dilakukan oleh Worontikan & Amanah (2022) dengan mengukur profitabilitas dengan *Return On Asset* (ROA) dapat menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dapat memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal itu disebabkan karena profitabilitas yang tinggi menandakan bahwa total aktiva yang digunakan dalam operasi perusahaan mampu meningkatkan penjualan atau pendapatan perusahaan yang membuat investor tertarik untuk memiliki saham perusahaan tersebut, maka harga saham akan meningkat dan nilai perusahaan juga akan meningkat.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Achmad (2020) menyatakan bahwa:

“tingkat profitabilitas yang semakin besar menunjukkan perusahaan mampu mendapatkan laba yang semakin besar, sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosial, serta mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan dengan lebih luas.”

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Hermawan *et al.*, (2018) menyatakan bahwa:

“semakin tinggi *return on asset* (ROA) mengindikasikan bahwa kinerja keuangan perusahaan juga semakin baik. Semakin tinggi kinerja keuangan berarti perusahaan memiliki kemampuan finansial untuk memasukkan strategi untuk mengurangi emisi karbon ke dalam strategi bisnisnya. Hal ini menunjukkan bahwa dengan perusahaan mau memperhatikan efek samping dari pembangunan terhadap lingkungan, maka semakin tinggi keinginan investor untuk bekerja sama dan membuahkan profit.”

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pengungkapan emisi karbon akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat karena semakin tinggi tingkat profit suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat pengungkapan emisi karbon yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

2.2.4 Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi

Profitabilitas menurut Kasmir (2015) merupakan rasio yang menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Profitabilitas menunjukkan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan tingkat keuntungan dengan berbagai praktik manajemen aset yang dimiliki perusahaan sehingga profitabilitas dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan tentang prospek masa depan perusahaan, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin tinggi juga minat investor terhadap harga saham perusahaan (Prasetiono, 2023).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sayyidah & Saifi (2017) menyatakan bahwa:

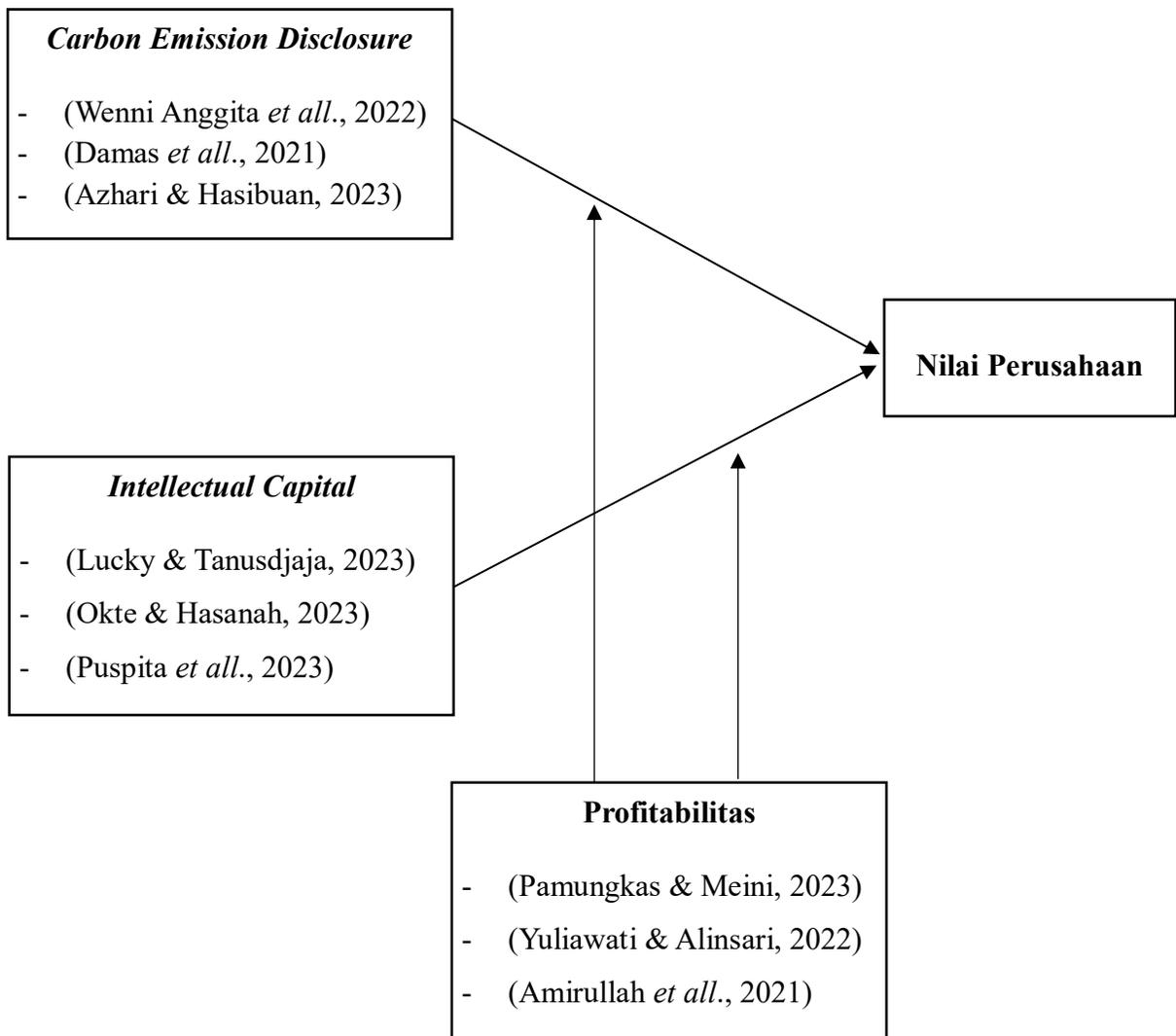
“Modal intelektual (*intellectual capital*) dapat dikatakan baik jika perusahaan dapat mengembangkan kemampuan dalam memotivasi karyawannya agar dapat berinovasi dan dapat meningkatkan produktivitasnya, serta memiliki sistem dan struktur yang dapat mendukung perusahaan dalam mempertahankan bahkan meningkatkan profitabilitas dan nilai perusahaan.”

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Yuliawati & Alinsari (2022) menyatakan bahwa:

“Ketika suatu perusahaan memiliki modal intelektual, baik dalam pengetahuan, keterampilan, infrastruktur, maupun dana yang tersedia maka hal tersebut akan berdampak baik terhadap perusahaan dikarenakan akan meningkatkan daya saing terhadap perusahaan lain dan juga meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Profitabilitas perusahaan juga dapat meningkatkan nilai perusahaan jika perusahaan memiliki laba bersih yang besar. Modal intelektual yang digunakan secara maksimal dan efisien akan meningkatkan profitabilitas perusahaan sehingga nilai perusahaan dapat meningkat dan dapat menarik investor ke perusahaan yang memiliki modal intelektual dan profitabilitas yang baik.”

Pada penelitian yang dilakukan oleh Pamungkas & Meini (2023) membuktikan bahwa profitabilitas memoderasi pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amirullah et al (2021) menyatakan bahwa profitabilitas yang diproksi dengan *Return On Asset* (ROA) dapat memperkuat hubungan pengaruh modal intelektual terhadap nilai perusahaan.

Secara sistematis kerangka pemikiran yang dilandaskan pada teori yang sudah dijelaskan, berikut adalah kerangka pemikiran pada penelitian ini:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Menurut Kurniawan (2016:51) Hipotesis merupakan suatu pernyataan keilmuan yang dilandasi kerangka konseptual penelitian dan merupakan jawaban sementara secara teoretis terhadap permasalahan yang dihadapi, serta dapat diuji

kebenarannya berdasarkan fakta empiris. Hipotesis diajukan berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka proses berpikir, serta kerangka konseptual yang telah ditetapkan.

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka hipotesis penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1 : Terdapat pengaruh *Carbon Emission Disclosure* terhadap Nilai Perusahaan.

Hipotesis 2 : Terdapat pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan.

Hipotesis 3 : Terdapat pengaruh *Carbon Emission Disclosure* dan *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan.

Hipotesis 4 : Profitabilitas memoderasi pengaruh *Carbon Emission Disclosure* terhadap Nilai Perusahaan.

Hipotesis 5 : Profitabilitas memoderasi pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan.