

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi (*Legitimacy theory*) merupakan bentuk upaya membangun hubungan komunikasi positif antara perusahaan dengan masyarakat sekitar untuk meminimalisir terjadinya pelanggaran merugikan yang dilakukan oleh perusahaan (Deegan et al., 2002). Teori legitimasi (*Legitimacy theory*) menjelaskan mengenai motivasi pengungkapan lingkungan secara sukarela oleh satu perusahaan demi mewujudkan keberlanjutan jangka panjang. Pernyataan ini sesuai dengan penelitian O'Donovan, (2002), bahwa teori legitimasi (*Legitimacy theory*) sebagai salah satu aspek pendukung dalam menganalisis suatu pengungkapan lingkungan secara sukarela.

Kesenjangan antara perusahaan dan masyarakat dalam aktivitas perusahaan akan berdampak buruk terhadap legitimasi perusahaan di mata masyarakat. Sebuah organisasi perlu menentukan langkah yang tepat untuk meminimalisir permasalahan antar kedua belah pihak. Perusahaan harus menjadi bagian dari masyarakat untuk mendapatkan persepsi positif dari masyarakat, karena dengan legitimasi yang baik akan dapat mengurangi kesenjangan antara perusahaan dan masyarakat (Deegan et al., 2002).

Aktivitas industri menjadi salah satu faktor penyebab kerusakan lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan pengungkapan lingkungan melalui laporan pertanggungjawaban lingkungan. Hal ini sebagai upaya

perusahaan untuk memperoleh legitimasi yang baik dimata masyarakat. Dengan cara mengungkapkan laporan sosial dan lingkungan, maka akan membuktikan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya sudah sesuai dengan norma-norma sosial dan lingkungan dalam kegiatan bisnis perusahaan (Mohamad Nur Utomo, 2019). Transparansi perusahaan dalam melakukan pengungkapan lingkungan akan berdampak dengan meningkatnya legitimasi dimata masyarakat dan berdampak positif terhadap nilai perusahaan.

Legitimasi perusahaan akan terancam jika terdapat kesenjangan antara perusahaan dengan masyarakat (Kurnia & Edfan, 2020). Kredibilitas perusahaan yang kuat dapat ditunjukkan dengan tingkat konsistensi perusahaan dalam melakukan pengungkapan emisi karbon. Pengungkapan yang luas akan mempermudah aktivitas operasi bisnis di masa mendatang. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan melakukan pengungkapan emisi karbon akan mendapatkan kepercayaan publik. Pengungkapan emisi karbon menunjukkan bahwa aktivitas perusahaan sudah menerapkan norma yang ada di dalam masyarakat dengan baik. Sehingga, dapat menciptakan nilai tambah yang baik bagi entitas dalam menjalankan usahanya.

2.1.2 Teori *Stakeholders*

Teori *Stakeholders* menurut Freeman, (1984), adalah teori yang menjelaskan mengenai segala bentuk tanggung jawab perusahaan kepada pihak tertentu. Perusahaan harus mempertimbangkan keinginan dan kebutuhan pemangku kepentingan selain kepentingan mereka sendiri ketika menjalankan aktivitasnya. Kemampuan *stakeholders* dalam menyediakan sumber daya untuk

keberlangsungan aktivitas operasional perusahaan sangatlah penting untuk diperhatikan oleh perusahaan, karena sangat berpengaruh terhadap perkembangan dan kemajuan perusahaan (Imam Ghazali, 2007). Oleh karena itu, setiap aktivitas perusahaan dituntut untuk selalu sejalan dengan visi para *stakeholders*.

Epstein & Freedman, (1994), mengungkapkan bahwa laporan tahunan perusahaan yang berisi informasi pengungkapan sukarela berupa informasi sosial dan lingkungan perusahaan menjadi daya tarik bagi investor. Seperti halnya pengungkapan *Green Innovation* dan *Carbon Emission* yang digunakan investor untuk menilai risiko bisnis yang berhubungan dengan perubahan iklim. Teori *stakeholders* membantu manajemen perusahaan dalam memunculkan strategi untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan melihat semua aktivitas operasional yang telah dijalankan. Dukungan dari *stakeholders* sangat diperlukan untuk keberlangsungan operasional perusahaan. *Annual report* digunakan sebagai media untuk menjalin hubungan baik dengan *stakeholders*. Semua aktivitas dan kegiatan sosial perusahaan disajikan pada *Annual report* sebagai wujud tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholders* serta, untuk membangun citra yang baik pada *stakeholders*.

2.1.3 Green Innovation

2.1.3.1 Definisi Green Innovation

Green Innovation, atau inovasi hijau, menjelaskan tentang upaya-upaya yang dilakukan untuk menciptakan solusi-solusi baru yang ramah lingkungan. *Green Innovation* yang dihadapi oleh perusahaan di waktu yang akan datang merupakan suatu prospek yang sangat cerah dan menjanjikan, mengingat semakin

meningkatnya kesadaran global akan isu lingkungan dan keberlanjutan yang digunakan sebagai gambaran investor untuk menanamkan investasinya.

Dewi & Rahmianingsih, (2020) Mendefinisikan *Green Innovation* sebagai berikut:

“*Green Innovation* merupakan salah satu rencana yang digunakan untuk mencapai target strategis perusahaan itu sendiri dengan menggunakan teknik, sistem, praktik dan proses produksi yang baru atau sesuatu yang di transformasi untuk mengurangi dampak deteriorasi lingkungan atau kerusakan lingkungan.”

Penerapan *Green Innovation* pada perusahaan menunjukkan dampak positif terhadap kinerja ekonomi dan sosial, serta membantu mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Wong & Laschinger, (2013) menyatakan *Green Innovation* merupakan mekanisme yang dapat meminimalkan polusi industri serta mengurangi dampak lingkungan yang dapat merugikan suatu perusahaan.

Pada dasarnya *Green Innovation* dibagi menjadi dua yaitu *green product innovation* dan *green process innovation*. *Green product innovation* adalah sebuah inovasi pada produk dengan mempertimbangkan dampak lingkungan (seperti menggunakan material yang ramah lingkungan, *green design*, meminimalisir penggunaan barang tidak berguna, serta produk menggunakan barang yang dapat didaur ulang) untuk meningkatkan kompetisi perusahaan Chen et al., (2006). *Green Process Innovation* adalah mengurangi emisi yang terkait dengan energi, air, dan udara bersamaan dengan peningkatan efisiensi energi dan sumber daya dalam proses produksi (Kivimaa & Kautto, 2010).

Dengan demikian, semakin tinggi nilai ekonomi yang dihasilkan dampak lingkungan, maka semakin tinggi pula tingkat *Green Innovation* yang dicapai. Berbagai pandangan ini menegaskan bahwa *Green Innovation* bukan hanya

indikator kinerja lingkungan, melainkan juga menjadi dasar strategis system dalam pengambilan keputusan perusahaan yang berorientasi pada peningkatan nilai perusahaan berkelanjutan jangka panjang.

2.1.3.2 Tujuan dan Manfaat *Green Innovation*

Tujuan utama dari *Green Innovation* adalah untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Ini mencakup pengurangan emisi gas rumah kaca, polusi, dan penggunaan sumber daya alam yang tidak berkelanjutan. Hal ini dilakukan untuk keberlangsungan pembangunan yang berkelanjutan untuk konsumen dan perusahaan dimasa yang akan datang (Fabiola Putri & Khusnah, 2022). Tidak hanya itu Inovasi hijau merupakan inovasi yang mengacu pada teknologi hijau yang dapat mencegah dan mengendalikan pencemaran lingkungan serta mampu untuk mencapai tujuan konservasi energi dan pengurangan emisi (Zhang et al., 2020).

Inovasi hijau, yang kini semakin penting dalam strategi dalam bisnis modern, memberikan berbagai manfaat yang dapat meningkatkan nilai perusahaan sekaligus mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Salah satu manfaat utama dari inovasi hijau adalah pengurangan dampak lingkungan, di mana perusahaan dapat mengurangi emisi gas rumah kaca dan polusi, serta meminimalkan penggunaan sumber daya alam yang tidak berkelanjutan.

Menurut Porter & Van Der Linde, (1995), inovasi lingkungan tidak hanya berkontribusi pada pelestarian lingkungan, tetapi juga dapat mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, inovasi hijau meningkatkan efisiensi dalam penggunaan energi, air, dan bahan baku, yang pada gilirannya dapat

mengurangi biaya operasional secara keseluruhan, seperti yang diungkapkan oleh (Dangelico & Pujari, 2010).

Selain itu, inovasi hijau juga membantu perusahaan untuk mematuhi regulasi lingkungan yang semakin ketat, sehingga menghindari denda dan meningkatkan reputasi di mata publik, sebuah poin yang ditekankan oleh (Rennings, 2000). Dengan berkomitmen pada inovasi hijau, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan citra perusahaan, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dengan menciptakan solusi yang memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang, sebagaimana diuraikan oleh (Schaltegger & Wagner, 2011). Oleh karena itu, inovasi hijau tidak hanya menjadi strategi bisnis yang cerdas, tetapi juga merupakan langkah penting menuju keberlanjutan dan tanggung jawab sosial yang lebih besar dalam peningkatan suatu perusahaan di mata investor saat ini.

2.1.3.3 Pengukuran *Green Innovation*

Green Innovation didefinisikan sebagai bentuk inovasi yang difokuskan pada penerapan proses dan produk yang ramah lingkungan, yang dirancang untuk meningkatkan nilai perusahaan sekaligus memperkuat pencapaian ekonomi perusahaan (Oduro et al., 2024). Konsep ini menekankan pentingnya keberlanjutan dalam strategi bisnis, yang dievaluasi dengan menggunakan item dari daftar periksa yang disusun oleh (Darmajati Setyawan & Wijayanti, 2023; Rahelliamelinda & Handoko, 2024).

Adapun aspek-aspek yang diukur meliputi:

Tabel 2.1 Indikator Pengungkapan *Green Innovation*

No	Indikator	Item Pengungkapan
Green Process Innovation		
1	GPROC 1	Berupaya mengurangi konsumsi sumber daya dan energi serta meningkatkan efisiensi sumber daya dan energi.
2	GPROC2	Menggunakan bahan daur ulang, teknik daur ulang, dan teknologi ramah lingkungan.
3	GPROC3	Menerapkan kampanye lingkungan
4	GPROC4	Menggunakan peralatan pengendalian polusi
5	GPROC5	Mengadopsi proyek dan teknologi pengendalian polusi
Green Product Innovation		
6	GPROD1	Melakukan perubahan desain produk untuk menghindari penggunaan senyawa pencemar atau beracun dalam proses produksi.
7	GPROD2	Meningkatkan dan merancang kemasan yang ramah lingkungan untuk produk yang ada maupun produk baru.
8	GPROD3	Melakukan modifikasi desain produk yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi energi selama penggunaan.

Menurut Darmajati Setyawan & Wijayanti (2023), dengan memenuhi item-item ini, perusahaan dapat lebih mudah mengukur implementasi *Green Innovation* dalam operasionalnya. Berdasarkan delapan indikator yang telah dirinci, telah dirumuskan oleh pengukuran *Green Innovation* yang mencakup berbagai aspek inovasi ramah lingkungan yakni sebagai berikut:

$$GI = \frac{\text{Total Item yang Diungkapkan Perusahaan}}{\text{Total Item Yang Dapat di Ungkapkan}}$$

2.1.4 Carbon Emission Disclosure

2.1.4.1 Definisi Carbon Emission Disclosure

Carbon Emission Disclosure merujuk pada kewajiban perusahaan untuk mengungkapkan informasi terkait emisi karbon yang dihasilkan dalam operasional perusahaan. Pengungkapan emisi karbon merupakan salah satu bentuk transparansi

dan tanggung jawab perusahaan terhadap pemangku kepentingan untuk mengatasi dampak pemanasan global (Santika & Permata Sari, 2022). Selain itu *Carbon Emission Disclosure* bukan hanya mencerminkan kepatuhan terhadap standar pelaporan lingkungan, tetapi juga berfungsi sebagai indikator komitmen perusahaan terhadap isu keberlanjutan dan perubahan iklim.

Menurut Cahya, (2016), *Carbon Emission Disclosure* adalah tindakan pengungkapan dengan tujuan mengevaluasi emisi karbon yang dihasilkan oleh perusahaan dan menetapkan target untuk mengurangi emisi karbon. Pengungkapan emisi karbon merupakan bagian tanggung jawab sosial perusahaan kepada lingkungan akibat aktivitas operasional yang telah dilakukan perusahaan. Di Indonesia, pengungkapan lingkungan sebagian besar masih bersifat sukarela dan entitas perusahaan hampir tidak pernah melakukan praktik pengungkapan lingkungan. Perusahaan yang melakukan pengungkapan emisi karbon harus mempertimbangkan sejumlah faktor untuk mendapatkan kepercayaan pemangku kepentingan dan melindungi diri dari bahaya, terutama bagi perusahaan yang mengeluarkan gas rumah kaca dan menghadapi kenaikan biaya operasional, masalah hukum, serta denda dan penalty (Cahya, 2016).

2.1.4.2 Tujuan dan Manfaat *Carbon Emission Disclosure*

Tujuan *Carbon Emission Disclosure* adalah untuk meningkatkan transparansi perusahaan terkait dampak lingkungan perusahaan, serta mendorong akuntabilitas dalam pengelolaan emisi gas rumah kaca. Yang mana tujuan utama dari pengungkapan emisi karbon adalah untuk menyediakan informasi yang transparan, akuntabel, dan relevan kepada seluruh pemangku kepentingan

(*stakeholders*), baik internal maupun eksternal, guna mendukung pengambilan keputusan yang berkelanjutan dan bertanggung jawab. Pengungkapan lingkungan, termasuk emisi karbon, membantu perusahaan menyampaikan sejauh mana perusahaan bertanggung jawab atas dampak ekologis yang ditimbulkan, serta upaya dilakukan untuk mengurangi dampak tersebut. Dengan demikian, pelaporan ini tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga strategis sebagai bagian dari manajemen reputasi dan mitigasi risiko iklim (Clarkson et al., 2008).

Dengan demikian adanya transparansi dalam pengungkapan emisi karbon menjadi esensial dalam menarik investor yang semakin besar, khususnya mereka yang memprioritaskan investasi berkelanjutan. Perusahaan yang secara proaktif mengelola dan mengungkapkan jejak karbon akan cenderung dipersepsikan positif oleh pasar, dan berpotensi meningkatkan valuasi perusahaan secara signifikan (Eccles, 2010). Ini tidak hanya memperkuat dasar dan kepercayaan publik, melainkan juga membentuk citra perusahaan yang bertanggung jawab di mata para pemangku kepentingan, menegaskan komitmen mereka terhadap isu-isu lingkungan. Dengan demikian, pengungkapan emisi karbon melampaui sekadar kepatuhan regulasi, tapi juga bertransformasi menjadi strategi fundamental untuk membangun nilai jangka panjang dan memperkuat daya saing di tengah dinamika pasar modern yang semakin mengedepankan aspek keberlanjutan.

2.1.4.3 Pengukuran *Carbon Emission Disclosure*

Pengungkapan emisi karbon merupakan bagian tanggung jawab sosial perusahaan kepada lingkungan akibat aktivitas operasional yang telah dilakukan perusahaan. Perusahaan yang melakukan pengungkapan emisi karbon harus

mempertimbangkan sejumlah faktor untuk mendapatkan perhatian, kepercayaan pemangku kepentingan dan menghindari kerugian terutama bagi perusahaan yang mengeluarkan gas rumah kaca seperti masalah hukum, serta denda dan penalty (Cahya, 2016)

Pengungkapan emisi karbon diukur menggunakan *check list* CDP yang telah dikembangkan oleh (Bae Choi et al., 2013). Pengukuran ini menggunakan lima kategori besar yang berkaitan dengan perubahan iklim dan emisi karbon yaitu:

Tabel 2.2 Indikator Pengungkapan *Carbon Emission Disclosure*

No	Indikator	Item Pengungkapan
1. Perubahan iklim: risiko dan peluang		
1	CC1	Penilaian/deskripsi risiko (peraturan, fisik, atau umum) yang berkaitan dengan perubahan iklim dan tindakan yang telah atau akan diambil untuk mengelola risiko tersebut
2	CC2	Penilaian/deskripsi implikasi keuangan, implikasi bisnis, dan peluang perubahan iklim saat ini (dan di masa mendatang)
2. Akuntansi emisi GRK		
1	GHG1	Deskripsi metodologi yang digunakan untuk menghitung emisi GRK (misalnya protokol GRK atau ISO)
2	GHG2	Keberadaan verifikasi eksternal atas kuantitas emisi GRK jika ya, oleh siapa dan atas dasar apa
3	GHG3	Total emisi GRK – metrik ton CO ₂ -e yang dipancarkan
4	GHG4	Pengungkapan emisi GRK langsung Cakupan 1 dan 2, atau Cakupan 3
5	GHG5	Pengungkapan emisi GRK berdasarkan sumber (misalnya batu bara, listrik, dll.)
6	GHG6	Pengungkapan emisi GRK berdasarkan fasilitas atau tingkat segmen
7	GHG7	Perbandingan emisi GRK dengan tahun-tahun sebelumnya
3. Akuntansi konsumsi energi		
1	EC1	Total energi yang dikonsumsi (misalnya tera-joule atau peta-joule)
2	EC2	Kuantifikasi energi yang digunakan dari sumber terbarukan
3	EC3	Pengungkapan berdasarkan jenis, fasilitas, atau segmen

No	Indikator	Item Pengungkapan
4. Pengurangan dan biaya GRK		
1	RC1	Detail rencana atau strategi untuk mengurangi emisi GRK
2	RC2	Spesifikasi tingkat target pengurangan emisi GRK dan tahun target
3	RC3	Pengurangan emisi dan biaya terkait atau penghematan yang dicapai hingga saat ini sebagai hasil dari rencana pengurangan
4	RC4	Biaya emisi masa depan yang diperhitungkan dalam perencanaan belanja modal
5. Akuntabilitas emisi karbon		
1	ACC1	Indikasi komite dewan (atau badan eksekutif lainnya) yang memiliki tanggung jawab keseluruhan atas tindakan yang berkaitan dengan perubahan iklim
2	ACC2	Deskripsi mekanisme yang digunakan dewan (atau badan eksekutif lainnya) untuk meninjau kemajuan perusahaan terkait perubahan iklim

Penilaian pengungkapan emisi karbon dilakukan dengan memberikan skor untuk setiap item pada *checklist* tersebut. Perhitungan indeks skor pengungkapan emisi karbon dilakukan dengan memberikan penilaian pada setiap item pengungkapan dengan skor dikotomis, skor minimum adalah 0 dan skor maksimum adalah 18. Setiap item diberi nilai 1 sehingga jika semua item diungkapkan maka skor perusahaan adalah 18. (Bae Choi et al., 2013; Hermawan et al., 2018). Yang dirumuskan sebagai berikut:

$$CED = \frac{\text{Total Carbon Emission Disclosure}}{\text{Maximum Total Score}} \times 100\%$$

2.1.5 Nilai Perusahaan

2.1.5.1 Definisi Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan pada dasarnya menjadi suatu hal yang penting untuk keberlangsungan suatu Perusahaan, karena nilai Perusahaan ini dapat menjadi suatu

tolak ukur kinerja dari suatu Perusahaan. Menurut Khofifah et al., (2022) Tujuan utama suatu perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan, nilai perusahaan digunakan sebagai pengukur keberhasilan perusahaan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatnya kemakmuran pemilik perusahaan atau pemegang saham. Nilai perusahaan dapat dilihat dari nilai saham perusahaan yang bersangkutan (Agus Herjito, 2010).

Menurut Husnan & Pudjiastuti, (2012) nilai perusahaan adalah:

“Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Semakin tinggi nilai perusahaan semakin besar kemakmuran yang diterima oleh pemilik perusahaan.” Menurut Pasaribu et al., (2019) mengenai penjelasannya terkait dengan nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

Menurut Sartono, (2015) nilai perusahaan didefinisikan sebagai berikut:

“Tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang atau present value semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat.”

Dari definisi tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga jual terhadap perusahaan yang layak dibayar oleh investor jika perusahaan yang bersangkutan dijual atau penilaian masyarakat atas kinerja perusahaan dan prestasi yang diraih dalam melayani pemangku kepentingan. Nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham suatu perusahaan. Nilai perusahaan juga dapat diartikan sebagai nilai dari laba yang diperoleh dan diharapkan pada masa yang akan datang, yang dihitung pada masa sekarang dengan memperhitungkan tingkat resiko yang tepat.

2.1.5.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Untuk bisa mengambil keputusan keuangan yang benar, manajer keuangan perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi tujuan yang hendak dicapai. Menurut Sutrisno, (2012) faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah:

1. Keputusan Investasi

Keputusan investasi adalah masalah bagaimana manajer keuangan harus mengalokasikan dan ke dalam bentuk-bentuk investasi yang akan dapat mendatangkan keuntungan di masa yang akan datang. Bentuk, macam, dan komposisi dari investasi tersebut akan mempengaruhi dan menunjang tingkat keuntungan di masa depan. Keuntungan di masa depan yang diharapkan dari investasi tersebut tidak dapat diperkirakan secara pasti. Maka dari itu investasi akan mengandung risiko atau ketidakpastian. Risiko dan hasil yang diharapkan dari investasi itu akan sangat mempengaruhi pencapaian tujuan, kebijakan, maupun nilai perusahaan.

2. Keputusan Pendanaan

Keputusan pendanaan ini sering juga disebut sebagai kebijakan struktur modal. Pada keputusan ini manajer keuangan dituntut untuk mempertimbangkan dan menganalisis kombinasi dari sumber-sumber dana ekonomis bagi perusahaan guna membelanjai kebutuhankebutuhan investasi serta kegiatan usahanya.

3. Keputusan Dividen

Dividen merupakan bagian keuntungan yang dibayarkan oleh perusahaan kepada para pemegang saham. Oleh karena itu dividen merupakan bagian dari penghasilan yang diharapkan oleh pemegang saham. Keputusan dividen merupakan keputusan manajemen keuangan untuk menentukan: (1) besarnya persentase laba yang akan dibagikan kepada para pemegang saham dalam bentuk *cash dividend*, (2) stabilitas dividen yang dibagikan, (3) dividen sahan (*stock dividend*), (4) pemecahan saham (*stock split*), serta (5) penarikan kembali saham yang beredar, yang semuanya ditunjukkan untuk meningkatkan kemakmuran para pemegang saham.

Dengan adanya faktor-faktor diatas, dapat menjadikan penunjang yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya yaitu memaksimalkan nilai perusahaan.

2.1.5.3 Pengukuran Nilai Perusahaan

Dalam pengukurannya nilai perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan berhasil meningkatkan nilainya jika tingkat pengembalian investasinya melebihi biaya investasi (Agustia et al., 2019). Tobin's Q digunakan sebagai pengukuran nilai pada perusahaan yang sesuai penelitian yang dilakukan Damas et al., (2021). Rasio ini apabila tinggi menunjukkan bahwasanya nilai pasar perusahaan lebih besar daripada nilai asetnya, yang dianggap sebagai tanda jika perusahaan memiliki kinerja dan prospek yang baik di mata investor. Sebaliknya, jika rasio ini di bawah satu, menunjukkan nilai pasar perusahaan lebih rendah dari nilai asetnya, yang dapat menandakan perusahaan *undervalued*. Kondisi ini dapat mempengaruhi

persepsi investor secara negatif, menurunkan minatnya dalam berinvestasi, dan berpotensi menurunkan nilai di pasar. Adapun rumusnya, yakni:

$$Tobin'sQ = \frac{\text{Market Value Of Equity} + \text{Total Book Value of Liabilities}}{\text{total Book Value of Assets}}$$

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Pengaruh Green Inovatin dan *Carbon Emission Disclosure* yang menjadi bahan masukan atau bahan rujukan peneliti yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu

No	Judul Nama Peneliti, dan Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Meningkatkan Nilai Perusahaan Melalui <i>Green Innovation</i> Dan <i>Eco-Efisiensi</i> (Dewi & Rahmianingsih, 2020)	<i>Green Innovation</i> , Nilai Perusahaan,	<i>Eco-Efisiensi</i> , Objek Penelitian, Tahun penelitian	<i>Green Inovatin</i> dan <i>Eco-Efisiensi</i> berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan <i>Eco-Efisiensi</i> memediasi hubungan <i>Green Innovation</i> dengan Nilai perusahaan
2	Pengaruh <i>Carbon Emission Disclosure</i> , <i>Eco-Efficiency</i> dan <i>Green Innovation</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Yuliandhari et al., 2023)	<i>Carbon Emission Disclosure</i> , <i>Green Innovation</i> ,	<i>Eco-Efisiensi</i> , Objek Penelitian, Tahun penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Carbon Emission Disclosure</i> , dan <i>Green Innovation</i> berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan
3	<i>Green Innovation on firm value with financial performance as mediating Variabel:</i>	<i>Green Innovation</i> , Nilai Perusahaan,	Mediasi, Tahun Penelitian, Objek Penelitian	<i>Green Innovation</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dengan kinerja keuangan sebagai variabel mediasi.

No	Judul Nama Peneliti, dan Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil
	<i>Evidence of the mining industry</i> (Yuniarti et al., 2022)			
4	Pengaruh <i>Carbon Emission Disclosure</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Moderasi (Rahmanita, 2020)	<i>Carbon Emission Disclosure</i> , Nilai Perusahaan	Variabel Moderasi, Objek penelitian, Tahun Penelitian	<i>Carbon Emission Disclosure</i> dan kinerja lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap nilai perusahaan
5	Dampak <i>Green Governance, Green Investment, Dan Green Innovation</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Ayu Wijayanti & Yoseph Agus Bagus Budi N., 2024)	<i>Green Innovation</i> , Nilai Perusahaan	<i>Green investment, Green Governance</i> , tahun Penelitian, Objek penelitian.	<i>Green Investment</i> memiliki pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan dan <i>Green Innovation</i> tidak memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan
6	Pengaruh <i>Eco-Efficiency, Green Innovation</i> Dan <i>Carbon Emission Disclosure</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Moderasi (Damas et al., 2021)	<i>Green Innovation, Carbon Emission Disclosure</i> , Nilai Perusahaan,	<i>Eco-Efficiency</i> , Tahun penelitian, moderasi, Objek Penelitian, Moderasai	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Eco-efficiency</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan • <i>Green Innovation</i> berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. • <i>Carbon Emission Disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan • Kinerja Lingkungan memperkuat <i>pengaruh</i>

No	Judul Nama Peneliti, dan Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil
				<p><i>Eco-efficiency</i> terhadap Nilai Perusahaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kinerja Lingkungan tidak memoderasi pengaruh <i>Green Innovation</i> terhadap Nilai Perusahaan. • Kinerja Lingkungan tidak memoderasi pengaruh <i>Carbon Emission Disclosure</i> terhadap Nilai Perusahaan.
7	<p>Pengaruh <i>Green Innovation</i> Dan <i>Green Intellectual Capital</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Moderasi (Tonay & Murwaningsari, 2022)</p>	<p><i>Green Innovation</i>, Nilai Perusahaan</p>	<p><i>Green Intellectual Capital</i>, Tahun Penelitian, Objek penelitian, Moderasi</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Green Innovation</i> tidak memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena tidak semua perusahaan sudah menerapkan <i>Green Innovation</i> • <i>Green intellectual Capital</i> dapat meningkatkan nilai perusahaan • Ukuran perusahaan tidak mampu • memperkuat pengaruh positif <i>Green Innovation</i> terhadap nilai perusahaan. Sehingga <i>Green Innovation</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
8	<p><i>Green Strategy Moderate The Effect Of Carbon Emission Disclosure And Environmental</i></p>	<p><i>Carbon Emission Disclosure</i>, Nilai Perusahaan.</p>	<p><i>Environmental Performance</i>, Objek Penelitian, Tahun penelitian.</p>	<p><i>Carbon Emission Disclosure</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sementara kinerja lingkungan dan strategi hijau memiliki pengaruh</p>

No	Judul Nama Peneliti, dan Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil
	Performance On Firm Value (Rachmawati, 2021)			positif yang signifikan. Strategi hijau memperkuat pengaruh positif kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.
9	Pengungkapan Emisi Karbon Terhadap Nilai Perusahaan dengan Media Exposure Sebagai Variabel Moderasi (Bahriansyah & Lestari Ginting, 2022)	<i>Carbon Emission Disclosure</i> , Nilai Perusahaan.	Media Exposure Moderasi, Objek Penelitian, Tahun penelitian.	Emisi karbon berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Namun paparan media tidak mampu memoderasi hubungan antara penyebaran emisi karbon dan nilai perusahaan.
10	<i>Carbon Emission Disclosure, Good Corporate Governance, Financial Performance, And Firm Value</i> (Pipin Kurnia, 2020)	<i>Carbon Emission Disclosure</i> , Nilai Perusahaan.	Media Exposure Moderasi, Objek Penelitian, Tahun penelitian	<i>Carbon Emission Disclosure, Good Corporate Governance</i> tidak berpengaruh langsung terhadap nilai perusahaan. Namun, kinerja keuangan berperan sebagai mediator dalam hubungan tersebut, yang menunjukkan pentingnya kinerja keuangan dalam menentukan nilai perusahaan.
11	Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon Dan Investasi Hijau Terhadap Nilai Perusahaan (Nur Afni Nurul Nur Aeni & Etty Murwaningsari, 2023)	<i>Carbon Emission Disclosure</i> , Nilai Perusahaan.	<i>Green Investment</i> , Objek Penelitian, Tahun penelitian	Pengungkapan emisi karbon memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Investasi hijau tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
12	Pengaruh Pengungkapan	<i>Carbon Emission</i>	Corporate Sosial	<ul style="list-style-type: none"> • Pengungkapan CSR berpengaruh positif dan

No	Judul Nama Peneliti, dan Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil
	CSR, Emisi Karbon Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Proffitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Zulkifli, 2024)	<i>Disclosure</i> , Nilai Perusahaan	responsibility, Struktur Modal, Moderasi, Objek Penelitian, Tahun Penelitian	<p>signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR maka semakin tinggi pula nilai perusahaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pengungkapan emisi karbon berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengungkapan emisi karbon maka semakin tinggi pula nilai perusahaan • Struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai DER perusahaan maka nilai perusahaan semakin rendah. • Proffitabilitas mampu memoderasi hubungan antara pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. • Proffitabilitas mampu memoderasi hubungan antara pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan. Artinya, pengaruh pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan akan

No	Judul Nama Peneliti, dan Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil
				<ul style="list-style-type: none"> semakin kuat jika profitabilitas perusahaan tinggi
13	<i>Impact of Green Innovation on Firm Value: Evidence From Listed Companies in China's Heavy Pollution Industries</i> (Xie et al., 2022)	<i>Green Innovation, Firm Value</i>	moderasi kinerja lingkungan. Tahun dan objek penelitian	<i>Green Innovation</i> berpengaruh positif terhadap firm value, Kinerja lingkungan memperkuat pengaruh <i>Green Innovation</i> terhadap firm value
14	<i>Firm-Value Effects of Carbon Emissions and Carbon Disclosures: Evidence from Taiwan</i> (Han et al., 2023)	<i>Carbon Emission Disclosure, Nilai Perusahaan,</i>	<i>Variabel control (firm size, leverage, profitabilitas, capital intensity),</i> Objek dan tahun penelitian.	<ul style="list-style-type: none"> Hubungan antara <i>Carbon Emission Disclosure</i> dan Nilai Perusahaan menemukan adanya hubungan positif yang signifikan antara pengungkapan emisi karbon dan nilai perusahaan di Taiwan. penggunaan variabel kontrol dalam penelitian ini memperkuat kesimpulan bahwa respons positif pasar Taiwan terhadap pengungkapan emisi karbon

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran pada penelitian ini mengacu pada kajian Pustaka dan penelitian terdahulu mengenai faktor faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan.

Hal ini mendorong peneliti untuk mengungkapkan beberapa faktor yang

mempengaruhi Nilai perusahaan yaitu *Green Inovation* dan *Carbon Emission Disclosure*. dampak positif pada nilai perusahaan.

2.3.1 Pengaruh *Green Innovation* Terhadap Nilai Perusahaan

Green Innovation merupakan strategi proaktif yang dapat memberikan yang melakukan inovasi hijau sering kali mampu menciptakan produk dan proses yang lebih efisien, yang dapat menekan biaya produksi dan meningkatkan keuntungan. Selain itu, inovasi hijau juga membangun citra perusahaan yang bertanggung jawab dan berkelanjutan, yang sangat dihargai oleh investor (Oduro et al., 2024). Dalam perspektif teori legitimasi melalui penerapan inovasi hijau secara konsisten, citra perusahaan cenderung dapat diperkuat karena persepsi positif yang dibentuk oleh masyarakat dan konsumen terhadap komitmen lingkungan yang ditunjukkan (Nurhalimah et al., 2023). Dengan demikian dapat diartikan semakin baik perusahaan dalam melakukan inovasi hijau (*Green Innovation*) maka akan meningkat juga citra dan reputasi baik nilai perusahaan, yang mana reputasi yang baik ini berperan dalam memperkuat loyalitas pelanggan dan menarik minat investor yang peduli terhadap keberlanjutan.

Implementasi *Green Innovation* memberikan dampak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebagaimana yang ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Damas et al., 2021). *Green Innovation* dianggap mampu beradaptasi dengan perubahan regulasi lingkungan, dan memenuhi permintaan pasar akan produk yang dihasilkan sehingga berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Agustia et al., 2019) menunjukkan, inovasi hijau mampu meningkatkan nilai pasar perusahaan melalui efisiensi dalam proses

produksi, yang berkontribusi pada profitabilitas. Penelitian yang dilakukan oleh (Tonay & Murwaningsari, 2022), berhasil melakukan penelitian dan menunjukkan bahwa *Green Innovation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang mana perusahaan yang aktif menciptakan produk, proses, atau teknologi ramah lingkungan cenderung memiliki nilai yang lebih tinggi di mata pasar. Dapat disimpulkan strategi *Green Innovation* tidak hanya digunakan untuk memenuhi tuntutan lingkungan, tetapi juga telah dimanfaatkan untuk memperkuat posisi perusahaan di pasar. Daya saing perusahaan pun dapat ditingkatkan melalui penerapan strategi ini serta nilai tambah bagi para pemangku kepentingan turut meningkat.

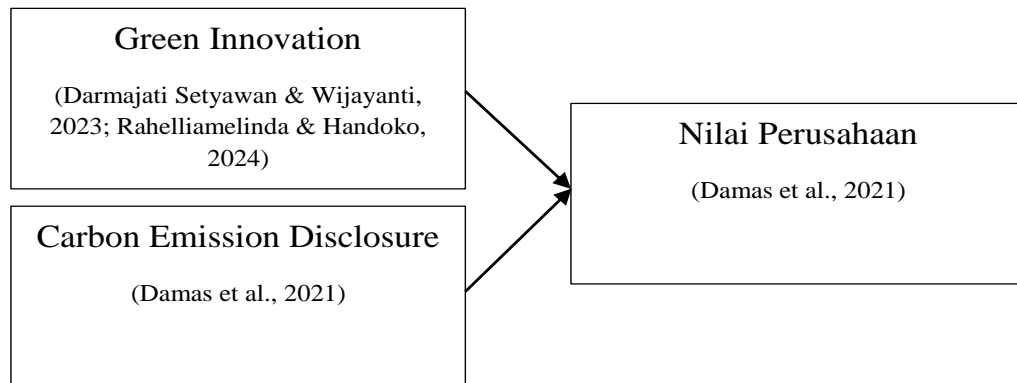
2.3.2 Pengaruh *Carbon Emission Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan emisi karbon (*Carbon Emission Disclosure*) merupakan sebuah informasi yang dapat diungkapkan dan dapat menjadi berita baik bagi investor yaitu mengenai risiko investasi di perusahaan. Perusahaan yang mengungkapkan emisi karbon secara ekstensif cenderung akan menarik perhatian dan kepercayaan dari para investor, adanya transparansi tersebut menunjukkan valuasi pasar yang lebih tinggi dan biaya modal yang lebih rendah, dan dapat membantu investor menilai risiko terkait perubahan iklim dan peluang investasi pada perusahaan (Darmajati Setyawan & Wijayanti, 2023). Selain itu adanya regulasi yang mengharuskan perusahaan mengungkapkan informasi terkait emisi karbon, yang bertujuan untuk mendorong perusahaan untuk berinvestasi dalam teknologi ramah lingkungan dan lebih bertanggung jawab dalam mengelola emisi karbon (Hermawan et al., 2018). Yang mana dapat diartikan semakin baik

perusahaan dalam mengelola emisi karbon dan melakukan transparansi pengungkapan emisi keberlanjutan maka akan semakin baik nilai perusahaan dan mendapat kepercayaan lebih dimata para investor maupun pemangku kepentingan lainnya.

Implementasi *Carbon Emission Disclosure* memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan, Sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh (Han et al., 2023). Perusahaan yang secara transparan melaporkan emisi karbon dan inisiatif terkait karbonnya cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Bahriansyah & Lestari Ginting, (2022) hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan emisi karbon berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dimana perusahaan yang melaporkan emisi karbon mereka secara lebih komprehensif dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor atau pemegang saham. Kemudian menurut Rahmanita, (2020) mengatakan bahwa emisi karbon berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan transparansi informasi keterbukaan emisi karbon dioksida ini akan mencerminkan kepatuhan perusahaan terhadap peraturan yang berlaku sehingga investor akan bereaksi terhadap hal ini dan dengan demikian akan meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas serta untuk menggambarkan Pengaruh *Green Innovation* dan *Carbon Emission Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan, maka dibuat suatu kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Penelitian Berdasarkan kajian pustaka dan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1 : Terdapat pengaruh positif *Green Innovation* terhadap nilai perusahaan.

Hipotesis 2 : Terdapat pengaruh positif *Carbon Emission Disclosure* terhadap nilai perusahaan.