

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi banyak digunakan dalam literatur akuntansi sosial dan lingkungan. Teori ini berangkat dari asumsi utama bahwa keberlangsungan operasi organisasi yang sukses menuntut manajer atau pengelola untuk memastikan bahwa organisasi yang dipimpinnya berjalan selaras dengan ekspektasi masyarakat (Deegan, 2019). Dowling dan Pfeffer (1975) menyatakan bahwa aktivitas organisasi harus sejalan dengan nilai-nilai sosial yang berlaku di lingkungannya. Oleh karena itu, untuk memperoleh dan mempertahankan legitimasi, aktivitas organisasi beserta pelaporannya perlu disesuaikan dengan harapan publik. Tuntutan masyarakat terhadap organisasi sektor publik antara lain mencakup peningkatan kualitas, profesionalisme, dan akuntabilitas.

Menurut Suchman (1995), legitimasi merupakan persepsi atau asumsi umum bahwa tindakan suatu entitas sesuai dengan aturan yang berlaku serta dibangun atas dasar norma sosial dan nilai-nilai yang diyakini masyarakat. Dalam hubungannya dengan pengungkapan emisi karbon, teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan melakukan pengungkapan informasi terkait emisi karbon sebagai usaha untuk memperoleh dan mempertahankan pengakuan dari publik. Masalah perubahan iklim dan kerusakan lingkungan mendorong masyarakat untuk menuntut

perusahaan agar lebih bertanggung jawab terhadap akibat lingkungan yang timbul dari aktivitas mereka. Dengan demikian, perusahaan terdorong untuk mengungkapkan informasi tentang emisi karbon, kebijakan dalam mengurangi emisi, serta komitmen mereka terhadap keberlanjutan lingkungan dalam laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan. Pengungkapan ini berfungsi sebagai cara bagi perusahaan untuk menunjukkan bahwa operasi mereka sejalan dengan nilai-nilai, norma-norma, dan harapan sosial yang ada, sehingga kelangsungan operasional perusahaan dapat terus mendapatkan dukungan dan kepercayaan dari masyarakat.

2.1.2 Teori RBV (*Resource Based View*)

Teori yang didasarkan pada sumber daya atau dikenal juga sebagai pandangan berbasis sumber daya merupakan teori yang muncul pada dekade 1990-an oleh Barney. Teori ini berargumen bahwa perusahaan dapat meraih keunggulan kompetitif dengan mengimplementasikan strategi yang memanfaatkan kekuatan internal berupa sumber daya dan memanfaatkan peluang yang ada di lingkungan (Barney, 1991). Selain itu, teori ini juga menganggap bahwa sumber daya dan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan sangat krusial karena merupakan faktor utama untuk mencapai daya saing perusahaan (Wernerfelt, 1984).

Suatu perusahaan dapat memperoleh kinerja optimal dan keunggulan bersaing yang berkelanjutan jika perusahaan tersebut memiliki sumber daya yang beragam dan susah untuk dibuat, diganti, atau ditiru oleh perusahaan lain (Ferreira et al., 2011). Sumber daya ini mencakup sumber daya fisik dan non-fisik. Sumber daya fisik termasuk dana dan aset konkret seperti pabrik, peralatan, dan bahan baku.

Sementara itu, sumber daya non-fisik meliputi teknologi, reputasi, budaya, dan sumber daya manusia (Russo & Fouts, 1997). Inovasi teknologi hijau sebagai upaya perusahaan untuk mengurangi dampak kepada lingkungan merupakan jenis sumber daya non-fisik dalam perusahaan. Inovasi teknologi hijau yang terdiri dari inovasi proses ramah lingkungan dan inovasi produk ramah lingkungan menjadi sumber daya non-fisik yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan dibandingkan dengan yang lain. Inovasi proses dan produk ramah lingkungan memenuhi kriteria VRIN, yaitu *valuable* (berharga), *rare* (langka), *inimitable* (sulit ditiru), dan *non-substitutable* (tidak dapat digantikan). Inovasi ini berharga karena memberikan nilai lebih kepada konsumen terkait isu lingkungan, langka karena tidak semua perusahaan mampu menciptakan proses dan produk hijau yang memenuhi kriteria lingkungan, sulit ditiru karena pengembangan produk hijau sering melibatkan teknologi mutakhir yang tidak dimiliki semua perusahaan, serta tidak dapat digantikan karena proses hijau yang berhasil sering kali tidak memiliki alternatif langsung yang setara. Dengan demikian, perusahaan dapat memperoleh respon positif dari pasar, membuka peluang pasar baru, menarik konsumen yang peduli lingkungan, dan memperkuat loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan dan laba perusahaan. Inovasi pada proses dan produk ramah lingkungan juga dapat minimalkan risiko hukum atau regulasi terkait lingkungan yang dapat mengakibatkan penurunan biaya operasional akibat potensi denda dan meningkatkan margin keuntungan. Selain itu, inovasi ini berkontribusi positif terhadap peningkatan reputasi di kalangan publik. Perusahaan yang menerapkan kebijakan ramah lingkungan cenderung memperoleh reputasi yang

lebih baik dan menjadi sulit untuk ditiru dalam waktu dekat (Russo & Fouts, 1997). Penilaian yang positif ini selanjutnya akan meningkatkan ketertarikan pasar terhadap perusahaan, yang akan berdampak pada kinerja finansial yang lebih baik.

2.1.3 Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*)

Teori pemangku kepentingan yang dikembangkan oleh Freeman (2010) menjelaskan interaksi antara perusahaan dan berbagai pihak yang berkepentingan. Menurut teori ini, perusahaan perlu memperhatikan serta mengelola kepentingan semua pihak terkait yang dapat berdampak pada atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan perusahaan. Perusahaan diharuskan untuk memberikan nilai tambah kepada pemangku kepentingan, seperti pemerintah, karyawan, pemegang saham, konsumen, masyarakat, dan pemasok, dengan menyampaikan informasi yang relevan mengenai operasi bisnis mereka.

(Ulum, 2017) mengemukakan bahwa data yang disajikan bisa meliputi informasi yang secara langsung berdampak pada mereka, contohnya adalah data tentang laporan keuangan, laporan emisi karbon, sponsorship, dan sebagainya (Rahmanita, 2020). Jika perusahaan melaksanakan kegiatan terkait pengelolaan lingkungan dengan baik, hal ini dapat mendorong para pemangku kepentingan untuk memberikan dukungan penuh kepada perusahaan tersebut (Khaerun Nisa, 2023).

2.1.4 *Carbon Emission Disclosure*

2.1.4.1 *Pengertian Carbon Emission Disclosure*

Menurut Andrian & Sudibyo (2019), *Carbon Emission Disclosure* merupakan bentuk pengungkapan yang dilakukan perusahaan untuk memberikan

informasi mengenai emisi karbon yang dihasilkan sebagai bagian dari upaya menilai serta mengurangi emisi gas rumah kaca. Pengungkapan tersebut dipandang sebagai bentuk keterbukaan informasi perusahaan terkait aktivitas lingkungan, khususnya dalam upaya pengendalian emisi karbon.

Menurut (Oktaviani & Al Khozi, 2025), *Carbon Emission Disclosure* adalah:

“*Carbon Emission Disclosure* merupakan kegiatan pencatatan, pengakuan, penyajian, dan pengungkapan secara sukarela oleh perusahaan mengenai kontribusi emisi karbon yang dihasilkan”

Menurut (Manurung et al., 2022), *Carbon Emission Disclosure* adalah sebagai berikut:

“*Carbon Emission Disclosure* merupakan pengungkapan informasi yang memperhitungkan emisi karbon suatu perusahaan serta menetapkan target pengurangan penggunaan emisi karbon. Dengan demikian, *Carbon Emission Disclosure* mencerminkan bentuk transparansi perusahaan terkait dampak lingkungan dari aktivitas operasional yang dijalankannya.”

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Carbon Emission Disclosure* (CED) memiliki tujuan utama sebagai sarana penyediaan informasi lingkungan yang relevan bagi pihak eksternal perusahaan. *Carbon Emission Disclosure* berperan sebagai alat transparansi yang memungkinkan investor dan *stakeholder* untuk menilai sejauh mana perusahaan bertanggung jawab terhadap dampak lingkungan serta bagaimana risiko lingkungan tersebut dikelola dalam rangka menjaga keberlanjutan perusahaan.

2.1.4.2 Tujuan dan Manfaat *Carbon Emission Disclosure*

Carbon Emission Disclosure dirancang untuk memperbaiki keterbukaan perusahaan dalam menyampaikan data mengenai emisi karbon, langkah-langkah

pengurangan emisi, dan pengelolaan risiko terkait perubahan iklim. Dengan adanya pengungkapan ini, para investor bisa mendapatkan informasi yang penting tentang sejauh mana perusahaan bertekad untuk mengelola dampak lingkungan dari kegiatan operasionalnya, yang pada gilirannya membantu investor dalam menilai kinerja lingkungan dan masa depan perusahaan (Kurnia et al., 2021).

Selain itu, *Carbon Emission Disclosure* (CED) memberikan manfaat bagi semua pihak terkait karena menawarkan informasi yang diperlukan untuk mengevaluasi dampak lingkungan dari aktivitas operasional perusahaan serta meningkatkan transparansi dan tanggung jawab perusahaan. (Handono et al., 2025; Santika et al., 2022) menggarisbawahi bahwa transparansi dan tanggung jawab terkait emisi karbon dianggap sebagai langkah krusial dalam menanggapi masalah perubahan iklim, dan pengungkapan emisi dapat membantu perusahaan mempertahankan kepercayaan *stakeholder* melalui penyampaian informasi yang lebih jelas. Sejalan dengan hal tersebut, (Santika et al., 2022) menyatakan bahwa pengungkapan emisi karbon merupakan wujud dari transparansi dan tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder*, sementara pengungkapan sukarela terkait strategi, target, atau proyek penurunan emisi dapat memberikan pemahaman yang lebih baik kepada investor mengenai kinerja perusahaan serta meningkatkan keyakinan terhadap kemampuan perusahaan. Oleh karena itu, CED dapat berfungsi sebagai alat tanggung jawab yang membantu *stakeholder* dalam menganalisis risiko lingkungan dan dampaknya terhadap keberlanjutan perusahaan, sehingga mendukung pengambilan keputusan yang lebih berbasis informasi.

2.1.4.3 Pengukuran *Carbon Emission Disclosure*

Menurut (Andrian & Sudibyo, 2019), pengungkapan emisi karbon (*Carbon Emission Disclosure*) diukur secara kuantitatif menggunakan *Carbon Emission Disclosure Index* (CED Index) dengan rumus $CED = V/M$, yaitu rasio antara jumlah item emisi karbon yang diungkapkan perusahaan (V) dan total item yang seharusnya diungkapkan (M). Pengukuran ini dilakukan melalui metode *content analysis* terhadap laporan keberlanjutan (*sustainability report*) perusahaan. Indeks CED mencakup beberapa kelompok item pengungkapan (CED1 hingga CED5) yang merepresentasikan berbagai aspek informasi emisi karbon yang diharapkan untuk dilaporkan oleh perusahaan. Semakin tinggi nilai indeks, semakin luas tingkat pengungkapan informasi emisi karbon yang disajikan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini *carbon emission disclosure* dimaknai sebagai tingkat kelengkapan informasi emisi karbon yang diungkapkan perusahaan dalam dokumen pelaporan resminya.

Sejalan dengan itu Damas et al. (2021) menyatakan bahwa informasi terkait *Carbon Emission Disclosure* dapat diperoleh dari laporan keberlanjutan (*sustainability report*). Oleh karena itu, dalam penelitian ini pengukuran *carbon emission disclosure* dilakukan dengan mengacu pada indikator pengungkapan yang digunakan oleh (Andrian & Sudibyo, 2019), di mana setiap item dalam indeks CED dijadikan dasar penilaian untuk mengukur tingkat keterbukaan informasi emisi karbon perusahaan yang diteliti.

Tabel 2. 1 Indikator Pengukuran *Carbon Emission Disclosure*

Kategori	Kode	Indikator
Perubahan Iklim: Risiko dan Peluang	CC1	Penilaian/deskripsi risiko (regulasi, fisik, atau umum) terkait perubahan iklim serta tindakan yang telah atau akan diambil untuk mengelola risiko tersebut
	CC2	Penilaian/deskripsi implikasi keuangan saat ini (dan masa depan), implikasi bisnis, serta peluang yang timbul akibat perubahan iklim
Emisi Gas Rumah Kaca (GRK)	GHG1	Deskripsi metodologi yang digunakan untuk menghitung emisi GRK (misalnya GHG Protocol atau ISO)
	GHG2	Adanya verifikasi eksternal atas jumlah emisi GRK – jika ada, oleh siapa dan berdasarkan standar apa
	GHG3	Total emisi GRK – dalam satuan metrik ton CO ₂ -ekuivalen yang dihasilkan
	GHG4	Pengungkapan emisi GRK Scope 1 dan Scope 2 (emisi langsung)
	GHG5	Pengungkapan emisi GRK berdasarkan sumber (misalnya batu bara, listrik, dll.)
	GHG6	Pengungkapan emisi GRK berdasarkan fasilitas atau segmen
	GHG7	Perbandingan emisi GRK dengan tahun-tahun sebelumnya
Konsumsi Energi	EC1	Total konsumsi energi (misalnya dalam tera-joule atau peta-joule)
	EC2	Kuantifikasi penggunaan energi dari sumber terbarukan
	EC3	Pengungkapan berdasarkan jenis, fasilitas, atau segmen
Pengurangan Emisi GRK dan Biaya	RC1	Rincian rencana atau strategi untuk mengurangi emisi GRK
	RC2	Spesifikasi target tingkat pengurangan emisi GRK dan tahun target
	RC3	Pengurangan emisi serta biaya atau penghematan yang terkait
	RC4	Biaya emisi di masa depan yang dipertimbangkan dalam perencanaan belanja modal (capital expenditure)
Akuntabilitas Emisi Karbon	AEC1	Penunjukan komite dewan (atau badan eksekutif lainnya) yang memiliki tanggung jawab utama atas tindakan terkait perubahan iklim
	AEC2	Deskripsi mekanisme bagaimana dewan (atau badan eksekutif lainnya) meninjau kemajuan perusahaan terkait perubahan iklim

Sumber: (Andrian & Sudibyo, 2019)

Pengukuran *Carbon Emission Disclosure* dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode *content analysis* terhadap laporan tahunan dan/atau laporan keberlanjutan perusahaan. Setiap indikator pengungkapan dinilai menggunakan pendekatan skor dikotomis, yaitu dengan memberikan skor 1 apabila perusahaan mengungkapkan informasi yang sesuai dengan indikator yang ditetapkan, dan skor 0 apabila perusahaan tidak mengungkapkannya. Seluruh skor dari indikator kemudian dijumlahkan untuk memperoleh total skor pengungkapan emisi karbon masing-masing Perusahaan dan dibagi total item. Nilai *Carbon Emission Disclosure* selanjutnya dihitung dengan membandingkan jumlah indikator yang diungkapkan dengan total indikator yang digunakan dalam penelitian. Dengan demikian, nilai CED berada pada rentang 0 hingga 1, di mana nilai yang lebih tinggi menunjukkan tingkat pengungkapan emisi karbon yang lebih lengkap (Andrian & Sudibyo, 2019).

2.1.5 Green Technology Innovation

2.1.5.1 Pengertian Green Technology Innovation

Menurut (Z. Wang et al., 2025), *Green Technology Innovation* yaitu:

“Upaya perusahaan untuk mengembangkan dan menerapkan teknologi yang *eco-efficient* (efisien secara ekologis) yang mengurangi polusi dan meningkatkan produktivitas sumber daya, serta mengintegrasikan *green patents*, proses yang ramah lingkungan, dan praktik berkelanjutan dalam produksi dan operasi.”

Menurut (Zhang & Song, 2025), *Green Technology Innovation* adalah:

“*Green Technology Innovation* (GTI) merupakan model inovasi yang berorientasi pada pembangunan berkelanjutan yang bertujuan mendorong tercapainya keseimbangan antara aktivitas bisnis dan perlindungan lingkungan, sehingga mendukung keunggulan bersaing berkelanjutan dan keberlanjutan perusahaan.”

Sementara itu, (Guinot et al., 2022), *Green Technology Innovation* didefinisikan sebagai:

“Proses pencarian, promosi, dan pengembangan produk, layanan, serta proses yang bersifat ekologis dan memiliki tingkat kebaruan tertentu. Inovasi tersebut tidak hanya berfokus pada penciptaan nilai ekonomi, tetapi juga diarahkan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan melalui penerapan solusi yang lebih ramah lingkungan dalam aktivitas operasional perusahaan.”

Berdasarkan berbagai definisi tersebut, *Green Technology Innovation* (GTI) dapat dimaknai sebagai langkah strategis perusahaan dalam merancang dan mengimplementasikan inovasi teknologi yang berfokus pada efisiensi ekologis dan prinsip pembangunan berkelanjutan. GTI tidak hanya mencakup pengembangan produk, layanan, dan proses yang ramah lingkungan serta mengandung unsur kebaruan, tetapi juga penerapan praktik berkelanjutan dalam aktivitas operasional perusahaan. Melalui penggunaan teknologi yang *eco-efficient*, pengembangan *green patents*, serta inovasi proses yang mampu menekan polusi dan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya, GTI diarahkan untuk menciptakan keseimbangan antara kinerja ekonomi dan perlindungan lingkungan. Dengan demikian, GTI berfungsi sebagai instrumen strategis dalam memperkuat daya saing sekaligus menjamin keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang.

2.1.5.2 Tujuan dan Manfaat *Green Technology Innovation*

Green Technology Innovation (GTI) pada dasarnya ditujukan untuk menekan emisi karbon melalui perubahan pola konsumsi energi serta pemanfaatan teknologi yang lebih ramah lingkungan. Berdasarkan temuan empiris (W. Li et al., 2022), GTI secara konsisten berperan dalam menurunkan emisi karbon dengan

mengurangi konsumsi energi konvensional serta mendorong peralihan menuju sumber energi yang lebih bersih dan efisien. Studi tersebut menunjukkan bahwa efektivitas GTI dalam menekan emisi tidak hanya ditentukan oleh peningkatan efisiensi energi, tetapi juga oleh transformasi yang lebih komprehensif dalam pola konsumsi energi, sehingga menghasilkan dampak penurunan emisi yang lebih signifikan pada tingkat nasional maupun regional.

Selain berfokus pada aspek lingkungan, GTI juga memberikan manfaat strategis dan operasional bagi perusahaan maupun pembuat kebijakan dalam mengelola dampak lingkungan dari aktivitas operasional. Li et al., (2022) mengungkapkan bahwa inovasi teknologi hijau tidak hanya berkontribusi terhadap penurunan emisi melalui penyesuaian konsumsi energi, tetapi juga meningkatkan kapasitas adaptasi terhadap tekanan regulasi dan target keberlanjutan yang semakin ketat. Dengan demikian, GTI dapat berfungsi sebagai instrumen penting bagi perusahaan untuk memperbaiki kinerja lingkungan sekaligus mempertahankan daya saing dalam perekonomian yang semakin menaruh perhatian pada isu perubahan iklim dan efisiensi energi.

2.1.5.3 Pengukuran *Green Technology Innovation*

Green Technology Innovation (GTI) dalam penelitian ini dimaknai sebagai upaya perusahaan dalam merancang dan mengimplementasikan teknologi yang ramah lingkungan guna menekan dampak negatif terhadap lingkungan sekaligus meningkatkan efisiensi pemanfaatan sumber daya. Mengacu pada Wang, Hou, dan Luo, (2025), GTI meliputi pengembangan dan penerapan teknologi *eco-efficient* yang mampu mengurangi tingkat polusi, meningkatkan produktivitas sumber daya,

serta mengintegrasikan praktik berkelanjutan ke dalam proses produksi dan operasional perusahaan. Dengan demikian, GTI tidak terbatas pada inovasi produk hijau semata, tetapi juga mencakup penyempurnaan proses, penerapan teknologi bersih, serta kegiatan penelitian dan pengembangan yang berorientasi pada aspek lingkungan.

Berbeda dengan studi aslinya yang menggunakan pendekatan survei berbasis persepsi manajerial, penelitian ini mengukur GTI melalui metode *content analysis* terhadap *sustainability report* perusahaan. Pengukuran dilakukan dengan mengidentifikasi pengungkapan terkait aktivitas inovasi teknologi hijau yang tercantum dalam laporan keberlanjutan. Indikator yang digunakan merujuk pada lima dimensi GTI yang diadaptasi dari (Z. Wang et al., 2025), kemudian diterjemahkan ke dalam sistem pengkodean dummy, yaitu skor 1 jika perusahaan mengungkapkan aktivitas terkait dan skor 0 jika tidak terdapat pengungkapan. Pendekatan ini memungkinkan pengukuran yang lebih objektif karena didasarkan pada bukti dokumenter, bukan pada persepsi responden.

Tabel 2. 2

Item Pengukuran *Green Technology Innovation*

Kode	Indikator GTI
GTI-1	Optimisasi proses menggunakan teknologi/metode ramah lingkungan
GTI-2	Redesign atau improvement produk/jasa untuk memenuhi regulasi lingkungan
GTI-3	Praktik <i>recycling</i> dan <i>recovery</i> produk akhir siklus hidup
GTI-4	<i>Eco-labeling</i> atau sertifikasi produk ramah lingkungan
GTI-5	R&D untuk pengembangan teknologi atau produk ramah lingkungan

Sumber: Wang et al. (2025)

2.1.6 Nilai Perusahaan

2.1.6.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai nilai pasar. Brigham & Houston, (2019, p. 121) dalam bukunya *Fundamentals of Financial Management* menyatakan:

"Market value ratios are ratio that relate the firm's stock price to its earnings and book value per share."

Artinya rasio nilai pasar adalah sebuah rasio yang menghubungkan nilai harga saham terhadap pendapatan perusahaan dengan nilai buku perusahaan per saham.

Adapun menurut (Rifayani & Yunita, 2023), mendefinisikan bahwa:

"Pandangan atau penilaian investor terhadap keberhasilan perusahaan yang umumnya tercermin dalam harga saham, serta merupakan hasil kinerja manajemen yang menjadi tolok ukur pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan."

Sedangkan menurut (Sawitri & Setiawan, 2019), pengertian Nilai Perusahaan adalah sebagai berikut:

"Nilai perusahaan merupakan persepsi pemilik modal terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang diimbangi dengan harga saham atau kemakmuran para pemegang saham."

Berdasarkan berbagai pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan cerminan nilai pasar yang menggambarkan persepsi serta penilaian investor terhadap keberhasilan perusahaan dalam mengelola dan mengembangkan bisnisnya. Nilai perusahaan umumnya tercermin dari harga saham dan rasio pasar yang mengaitkan harga saham dengan kinerja keuangan, seperti laba maupun nilai buku per saham. Dengan demikian, nilai perusahaan tidak hanya

merefleksikan kinerja manajemen dan kondisi finansial perusahaan, tetapi juga menunjukkan tingkat kepercayaan investor serta tingkat kesejahteraan pemegang saham sebagai hasil dari seluruh aktivitas perusahaan.

2.1.6.2 Konsep Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan umumnya tercermin dari harga sahamnya, di mana harga pasar saham dianggap merepresentasikan nilai aset perusahaan yang sebenarnya. Yulius Jogi Christiawan & Josua Tarigan (2007) mengemukakan bahwa nilai perusahaan dapat dipahami melalui beberapa konsep nilai, antara lain sebagai berikut:

1. Nilai Nominal

Nilai nominal merupakan nilai yang tercantum secara resmi dalam anggaran dasar perusahaan, dinyatakan secara eksplisit dalam laporan neraca, serta dicantumkan secara jelas pada surat saham kolektif.

2. Nilai Pasar

Nilai pasar, yang sering disebut sebagai kurs saham, adalah harga yang terbentuk melalui mekanisme permintaan dan penawaran di pasar modal. Nilai ini hanya dapat diketahui apabila saham perusahaan diperdagangkan secara aktif di pasar saham.

3. Nilai Intrinsik

Nilai intrinsik merupakan konsep nilai yang bersifat abstrak karena menggambarkan estimasi nilai riil perusahaan. Dalam konsep ini, nilai perusahaan tidak hanya dipandang sebagai akumulasi aset semata, tetapi

sebagai suatu entitas bisnis yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan di masa depan.

4. Nilai Buku

Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung berdasarkan prinsip akuntansi. Secara sederhana, nilai ini diperoleh dengan membagi selisih antara total aset dan total kewajiban dengan jumlah saham yang beredar.

5. Nilai Likuidasi

Nilai likuidasi menunjukkan nilai yang diperoleh dari penjualan seluruh aset perusahaan setelah dikurangi seluruh kewajiban yang harus dipenuhi. Perhitungan nilai likuidasi dilakukan dengan pendekatan yang serupa dengan nilai buku, yaitu berdasarkan laporan keuangan yang disusun pada saat perusahaan akan dilikuidasi.

2.1.6.3 Tujuan dan Manfaat Nilai Perusahaan

Menurut (Astuti et al., 2021) tujuan utama perusahaan pada hakikatnya adalah memaksimalkan nilai perusahaan (*value of the firm*), karena nilai tersebut merefleksikan persepsi investor yang umumnya tercermin dalam harga saham. Semakin tinggi harga saham, semakin besar pula nilai perusahaan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kesejahteraan pemegang saham. Nilai perusahaan dijadikan ukuran untuk menilai apakah suatu perusahaan tergolong baik atau tidak, sekaligus menjadi dasar bagi manajemen dalam mengoptimalkan kekayaan pemegang saham. Oleh sebab itu, peningkatan nilai perusahaan merupakan indikator keberhasilan manajemen dalam mengelola aset serta menghasilkan laba yang mampu meningkatkan kepercayaan pasar.

Adapun manfaat nilai perusahaan juga dapat ditinjau melalui rasio nilai pasar, yang memberikan informasi mengenai perbandingan antara nilai buku dan nilai pasar saham perusahaan. Bagi investor, rasio ini menjadi landasan dalam pengambilan keputusan investasi, baik untuk membeli maupun menjual saham. Selain itu, rasio nilai pasar membantu investor dalam menilai kinerja sekuritas serta memperkirakan potensi keuntungan, baik dalam bentuk dividen maupun capital gain. Dengan demikian, nilai perusahaan tidak hanya menjadi indikator kinerja internal, tetapi juga menjadi acuan penting bagi investor dan pemangku kepentingan dalam menilai prospek serta risiko perusahaan di pasar modal (Astuti et al., 2021).

2.1.6.4 Pengukuran Nilai Perusahaan

Sebuah literatur mengamsusikan bahwa manajemen keberlanjutan bisnis sebagai salah satu komponen inti nilai perusahaan (L. Li et al., 2020). Nilai perusahaan merupakan persepsi pemilik modal terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang diimbangi dengan harga saham atau kemakmuran para pemegang saham (Sawitri & Setiawan, 2019). Sehingga nilai perusahaan menjadi gagasan krusial bagi investor sebagai output atas performa manajemen. Analisis fundamental nilai perusahaan dapat dilihat melalui rasio pasar. Menurut (Rifayani & Yunita, 2023) nilai perusahaan dapat menggunakan beberapa indikator diantaranya yaitu, *Earning Per Share* (EPS), *Price Earning Ratio* (PER), Tobin's Q, dan *Price to Book Value* (PBV).

1. *Earning Per Share (EPS)*

Rasio *Earning per Share (EPS)* melihat kekuatan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan berdasarkan laba per saham (Bustani et al., 2021). Secara khusus, ketika rasio EPS mengalami kenaikan dan penurunan maka akan berdampak pada harga saham. Meningkatnya EPS mengartikan pertumbuhan pendapatan perusahaan yang semakin besar serta memungkinkan peningkatan *return* yang diterima pemegang saham (Thio Lie Sha, 2020). *Earning Per Share* dapat dirumuskan dengan persamaan berikut (Bustani et al., 2021).

$$EPS = \frac{\text{Earning after tax}}{\text{Number of shares outstanding}}$$

2. *Price Earning Ratio (PER)* atau Rasio Harga Laba

Price Earning Ratio (PER) merupakan rasio untuk melihat perbandingan antara harga saham perusahaan di pasar modal dengan keuntungan yang didapat untuk setiap lembar sahamnya (Thio Lie Sha, 2020). Dalam perusahaan, PER digunakan sebagai alat ukur pertumbuhan dividen. Tingkat PER yang tinggi menandakan *return* saham yang diberikan perusahaan tersebut juga tinggi. Hal ini memungkinkan penilaian kinerja dan profitabilitas perusahaan dipandang baik yang pada akhirnya mempengaruhi peningkatan harga saham (Thio Lie Sha, 2020). *Price Earning Ratio* dapat dirumuskan dengan persamaan berikut (Sihaloho & Rochyadi, 2021).

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

3. Tobin's Q

Tobin's Q atau Q Ratio merepresentasi bagaimana hubungan nilai pasar dan nilai intrinstik suatu perusahaan, sehingga mampu mengukur nilai perusahaan tersebut apakah *undervalued* atau *overvalued* (Sayyidah & Saifi, 2017). (Riski & Hadiya, 2023) menyebutkan Tobin's Q sama dengan rasio nilai pasar dari aset perusahaan yang dibagi dengan biaya penggantian. Tobin's Q dapat dirumuskan dengan persamaan berikut (Sayyidah & Saifi, 2017).

$$Tobin's\ Q = \frac{(Jumlah\ saham\ beredar \times Harga\ saham) + Total\ utang}{Total\ asset}$$

4. Price Book Value (PBV)

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur menggunakan rasio *Price to Book Value* (PBV) yang menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan (Putri et al., 2018). Penulis memilih menggunakan indikator *Price to Book Value* (PBV) karena rasio ini dapat dijadikan proksi nilai perusahaan yang menunjukkan sejauh mana pasar memberikan penilaian terhadap nilai buku perusahaan. Nilai PBV yang tinggi mencerminkan adanya ekspektasi positif dari investor, sehingga memberikan sinyal yang baik bagi pasar (Cahyati & Khuzaeni, 2025). *Price to Book Value* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$PBV = \frac{Harga\ pasar\ per\ lembar\ saham}{Nilai\ buku\ per\ lembar\ saham}$$

Rasio penilaian pasar menunjukkan seberapa besar masyarakat atau investor memberikan penilaian terhadap suatu perusahaan, sehingga mendorong minat untuk membeli saham pada harga yang lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya.

Pada umumnya, nilai PBV yang lebih besar dari 1 menunjukkan bahwa investor bersedia membayar saham di atas nilai buku perusahaan. Sebaliknya, apabila PBV berada di bawah 1, hal tersebut menandakan bahwa harga saham lebih rendah daripada nilai buku yang tercatat (Putri et al., 2018). Kondisi ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan rasio PBV yang tinggi cenderung mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi pula. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut pada perusahaan-perusahaan yang beroperasi di industri dengan tingkat polusi tinggi dan sensitivitas pasar yang besar, seperti sektor energi. Menurut (Meutia et al., 2019), ketika perusahaan mampu memberikan sinyal kinerja bisnis yang positif secara efektif, pasar akan menilai bahwa perusahaan telah menciptakan nilai bagi pemegang saham, yang tercermin dari pertumbuhan harga saham.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini, maka penulis terlebih dahulu memaparkan sejumlah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan topik dengan penelitian yang dilakukan. Meskipun demikian, dalam kajian tersebut terdapat beberapa perbedaan, baik dari sisi variabel yang digunakan, periode penelitian, maupun karakteristik sampel, sehingga hasil penelitian terdahulu dan penelitian ini menunjukkan berbagai perbedaan yang bersifat saling melengkapi. Berikut disajikan ringkasan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik “Pengaruh *Carbon Emission Disclosure* dan *Green Technology Innovation* terhadap Nilai Perusahaan Sektor Energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020–2024.”

Tabel 2. 3
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Gusti Ayu Ketut Rencana Sari Dewi (2025)	<i>Carbon Emission Disclosure, Environmental Performance, and Firm Value: The Role of Financial Performance</i>	<i>Carbon emission disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. <i>Environmental performance</i> tidak berpengaruh langsung terhadap nilai perusahaan. <i>Carbon emission disclosure</i> dan <i>environmental performance</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, namun tidak memediasi hubungan <i>carbon emission disclosure</i> terhadap nilai perusahaan.
2	Ayu Oktaviani dan Muhammad Atho Al Khozi (2025)	<i>Carbon Emission Disclosure, Eco-Efficiency, and Firm Value</i>	<i>Carbon emission disclosure</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. <i>Eco-efficiency</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
3	Hendra Arie Rachmadhika dan Amrie Firmansyah (2025)	<i>The Impact of Carbon Disclosure on Firm Value: Examining the Role of Institutional Ownership in the Energy Sector</i>	<i>Carbon disclosure</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. <i>Institutional ownership</i> memperlemah pengaruh negatif <i>carbon disclosure</i> terhadap nilai perusahaan.
4	Aspian Noor & Yoremia Lestari Ginting (2022)	<i>Influence of Carbon Emission Disclosure on Firm Value of Industrial Firms in Indonesia</i>	<i>Carbon emission disclosure</i> berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. <i>Environmental performance</i> dan <i>environmental cost</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
5	Ranti Ardelia, Veronika Santi Paramita (2026)	<i>Leveraging Sustainability: How Firm Size Shapes the Value-Creating Effects of Carbon Emission Disclosure and Environmental</i>	<i>Carbon emission disclosure</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>firm value</i> . <i>Environmental performance</i> justru berpengaruh negatif terhadap <i>firm value</i> . Selain itu, <i>firm size</i> tidak memoderasi hubungan antara <i>carbon emission</i>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
		<i>Performance on Firm Value</i>	<i>disclosure</i> dan <i>firm value</i> , tetapi secara signifikan memoderasi hubungan antara <i>environmental performance</i> dan <i>firm value</i> .
6	Kurnia, P., Nur, D. P. E., & Putra, A. A. (2021)	<i>Carbon Emission Disclosure and Firm Value: A Study of Manufacturing Firms in Indonesia and Australia</i>	Penelitian menemukan bahwa <i>carbon emission disclosure</i> berpengaruh positif terhadap <i>firm value</i> pada perusahaan manufaktur di Indonesia, sedangkan pada perusahaan di Australia tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>firm value</i> .
7	João Ricardo Faria, George Tindall, Siri Terjesen (2022)	<i>The Green Tobin's q: Theory and Evidence</i>	Penelitian mengembangkan konsep <i>Green Tobin's q</i> untuk menjelaskan hubungan antara upaya ramah lingkungan perusahaan dan nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi hijau (<i>green technologies</i>) berpengaruh negatif terhadap Tobin's Q.
8	Xinyu Wei dan Xufang Li (2024)	<i>Research on the Effect of Green Technology Innovation on Firm Value — Based on the Mediating Role of ESG Rating</i>	<i>Green technology innovation</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, ESG rating berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara <i>green technology innovation</i> dan <i>firm value</i> . Inovasi teknologi hijau juga terbukti meningkatkan ESG rating perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.
9	Lijuan Zhang dan Zirui Song (2025)	<i>Digital transformation, green credit and corporate value: Evidence from listed companies in China</i>	Temuan empiris menunjukkan transformasi digital meningkatkan nilai perusahaan, dan <i>green credit</i> memediasi pengaruh transformasi digital terhadap nilai perusahaan (melalui <i>green technology innovation</i>). Selain itu, <i>green credit</i> memperkuat pengaruh transformasi digital terhadap <i>green technology innovation</i> .

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
10	Dongxiao Dai dan Yun Xue (2022)	<i>The Impact of Green Innovation on a Firm's Value from the Perspective of Enterprise Life Cycles</i>	Studi pada perusahaan <i>A-share</i> Tiongkok menemukan <i>green innovation</i> berpengaruh positif terhadap <i>firm value</i> . Dampaknya lebih kuat pada tahap <i>growth</i> dan <i>decline</i> dibanding <i>mature</i> . Mekanisme: melalui <i>sustainable development capability</i> dan/atau penurunan biaya <i>debt financing</i> (pada <i>decline</i> terutama lewat penurunan biaya <i>debt financing</i>). Ada juga efek moderasi <i>property rights</i> dan <i>corporate governance</i> .
11	Zongjun Wang, Mengmeng Hou, dan Wenyi Luo (2025)	<i>Green Knowledge Management and Green Technology Innovation: Roles of Green Organizational Identity and Incentive Environmental Regulation</i>	Hasil menunjukkan <i>green knowledge management</i> mendorong <i>green technology innovation</i> , dan <i>green organizational identity</i> memediasi hubungan tersebut. Selain itu, <i>incentive environmental regulation</i> memoderasi pengaruh <i>green knowledge management</i> terhadap <i>green organizational identity</i> .
12	Tommy Andrian, Yvonne Augustine Sudibyo (2019)	<i>Disclosure Effect of Carbon Emission and Corporate Social Responsibility to Financial Performance</i>	<i>Carbon Emission Disclosure</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>financial performance</i> (ROA), sedangkan <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>financial performance</i> .
13	Tri Astuti; Nurmala Ahmar (2025)	<i>Effects of green intellectual capital, green accounting, and green innovation on firm value: The moderating role of return on assets</i>	<i>Green accounting</i> berpengaruh signifikan meningkatkan <i>firm value</i> , sedangkan <i>green innovation</i> tidak menunjukkan dampak langsung pada <i>firm value</i> . Studi juga menempatkan ROA sebagai komponen/proksi kinerja profitabilitas yang terkait dengan perencanaan keberlanjutan (moderasi ROA disebut dalam judul dan pembahasan ringkas hasil).

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini disusun untuk mendukung perumusan dan pengembangan hipotesis penelitian. Penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, di mana Nilai Perusahaan berperan sebagai variabel terikat (*dependen*). Sementara itu, variabel bebas (*independen*) yang diduga berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah *Carbon Emission Disclosure* dan *Green Technology Innovation*.

2.3.1 Pengaruh *Carbon Emission Disclosure* terhadap Nilai Perusahaan

Carbon emission disclosure memberikan nilai tambah bagi perusahaan karena menunjukkan transparansi dalam pengelolaan dampak lingkungan serta kesiapan menghadapi risiko regulasi dan tekanan transisi energi. Pada sektor energi yang memiliki tingkat emisi relatif tinggi, pengungkapan informasi karbon menjadi salah satu pertimbangan investor dalam menilai keberlanjutan dan prospek jangka panjang perusahaan. Semakin komprehensif dan jelas informasi emisi yang disampaikan, semakin rendah tingkat ketidakpastian yang dirasakan investor terhadap risiko lingkungan perusahaan. Penurunan persepsi risiko ini dapat meningkatkan kepercayaan pasar, memperkuat reputasi perusahaan, serta mendorong kenaikan harga saham yang pada akhirnya tercermin pada peningkatan nilai perusahaan.

Hasil penelitian Dewi (2025) menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat *carbon emission disclosure* yang lebih baik memperoleh valuasi pasar yang lebih tinggi. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa transparansi emisi karbon dipandang sebagai sinyal tanggung jawab dan kesiapan perusahaan dalam

menghadapi tuntutan keberlanjutan. Dengan demikian, peningkatan *carbon emission disclosure* cenderung berkorelasi dengan peningkatan nilai perusahaan.

Sejalan dengan temuan tersebut, penelitian Kurnia et al (2021) serta Noor & Ginting, (2022) juga menemukan bahwa *carbon emission disclosure* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil-hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa semakin baik pengungkapan emisi karbon yang dilakukan perusahaan, semakin tinggi pula penilaian pasar terhadap perusahaan.

Berdasarkan berbagai temuan empiris tersebut, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat *carbon emission disclosure*, semakin tinggi pula nilai perusahaan yang tercermin melalui penilaian pasar. Hal ini menunjukkan bahwa transparansi informasi karbon tidak hanya berfungsi sebagai bentuk akuntabilitas lingkungan, tetapi juga sebagai faktor strategis yang dapat meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor.

2.3.2 Pengaruh *Green Technology Innovation* terhadap Nilai Perusahaan

Green technology innovation menghasilkan keunggulan kompetitif melalui peningkatan efisiensi operasional, penurunan dampak lingkungan, serta kemampuan perusahaan dalam merespons perubahan regulasi dan tuntutan pasar. Dalam industri energi, inovasi teknologi hijau mencerminkan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada kinerja jangka pendek, tetapi juga menyusun strategi keberlanjutan untuk jangka panjang. Perusahaan yang berhasil mengembangkan dan mengimplementasikan teknologi ramah lingkungan dipersepsikan memiliki risiko usaha yang lebih terkendali serta prospek pertumbuhan yang lebih

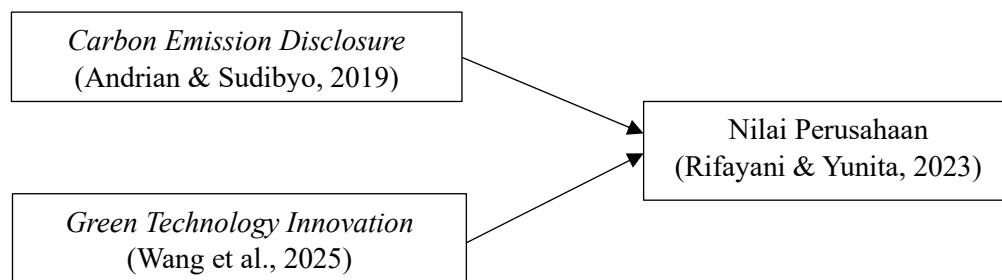
menjanjikan, sehingga mampu menarik minat investor dan meningkatkan apresiasi pasar terhadap perusahaan.

Penelitian Zhang dan Song (2025) menunjukkan bahwa *Green Technology Innovation* berhubungan dengan peningkatan nilai perusahaan. Temuan tersebut menegaskan bahwa investasi pada teknologi hijau tidak hanya memenuhi tuntutan lingkungan, tetapi juga menghasilkan nilai ekonomi yang dihargai oleh pasar. Dengan demikian, peningkatan *green technology innovation* cenderung berkontribusi pada kenaikan nilai perusahaan. Sejalan dengan temuan tersebut, (Wei & Li, 2024) menemukan bahwa *Green Technology Innovation* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian mereka juga menunjukkan bahwa *ESG rating* dapat memperkuat manfaat yang dihasilkan dari penerapan inovasi teknologi hijau. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan yang aktif mengembangkan inovasi yang ramah lingkungan cenderung memperoleh penilaian yang lebih positif dari investor maupun pasar.

Penelitian yang dilakukan oleh (Dai & Xue, 2022) juga membuktikan bahwa *green innovation* memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, tingkat pengaruh tersebut bervariasi pada setiap tahapan siklus hidup perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa dampak inovasi hijau terhadap nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh karakteristik serta kondisi internal yang dimiliki perusahaan. Meskipun demikian, secara umum inovasi teknologi hijau tetap dipandang sebagai strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing perusahaan sekaligus menciptakan nilai jangka panjang. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat penerapan *Green Technology Innovation*, semakin besar pula peluang

perusahaan untuk memperoleh respons positif dari investor yang pada akhirnya dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan.

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas serta untuk menggambarkan Pengaruh *Carbon Emission Disclosure* dan *Green Technology Innovation* terhadap Nilai Perusahaan, maka dibuat suatu kerangka pemikiran sebagai berikut:



2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran dan penelitian terdahulu di atas, maka perlu dilakukan pengujian hipotesis untuk menentukan apakah terdapat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Penulis mengusulkan hipotesis sementara dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh positif *Carbon Emission Disclosure* terhadap Nilai Perusahaan.

H2: Terdapat pengaruh positif *Green Technology Innovation* terhadap Nilai Perusahaan.

