

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Teori Legitimasi

Teori Legitimasi menggambarkan keterkaitan antara sebuah entitas dan kelompok sosialnya dengan lingkungan bisnis yang dijalankannya, fokus dari teori legitimasi adalah pada interaksi serta hubungan entitas tersebut dengan publik. Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan merupakan bagian masyarakat dan organisasi harus mematuhi norma-norma sosial yang ada. Mematuhi standar sosial ini dapat memperbaiki kualitas dan nilai perusahaan (Dowling, J., & Pfeffer, 1975).

Menurut Deegan, (2023) legitimasi perusahaan adalah

“Perusahaan yang berusaha menyesuaikan aktivitas dan pengungkapan dengan sesuai nilai norma sosial masyarakat agar mendapatkan pengakuan dari lingkungan sekitar. Legitimasi yang diperoleh melalui tanggung jawab sosial, transparansi mengenai keberlanjutan, dan perhatian terhadap lingkungan mampu meningkatkan kepercayaan dari para investor, memperkuat citra perusahaan, serta membantu dalam peningkatan nilai perusahaan.”

Menurut Badjuri et al. (2021) Teori Legitimasi berfokus pada relasi antara perusahaan dan masyarakat. Teori ini menjelaskan bahwa organisasi selalu berusaha untuk memastikan bahwa mereka melakukan aktivitas sesuai dengan batasan dan norma-norma yang ada di masyarakat. Teori Legitimasi ini menunjukkan bahwa perusahaan dalam melakukan operasionalnya wajib mematuhi aturan atau norma-norma yang telah ditentukan. Apabila perusahaan tidak dapat memenuhi ekspektasi

tersebut, masyarakat mungkin akan kehilangan kepercayaan, yang pada akhirnya dapat berdampak pada eksistensi dan keberlanjutan perusahaan. Maka dari itu, secara tidak langsung, teori ini memiliki dampak terhadap kinerja keuangan perusahaan, bahwa untuk memperoleh penerimaan dan kepercayaan dari masyarakat, perusahaan harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya dengan baik, karena masyarakat mengharapkan perusahaan menciptakan lingkungan bisnis yang tidak merugikan keberlanjutan perusahaan atau lingkungan (Fernando et al., 2024).

Berdasarkan penjelasan tersebut teori legitimasi, perusahaan perlu memastikan bahwa operasi bisnisnya selaras dengan nilai, norma, dan ekspektasi publik agar dapat mempertahankan kepercayaan dan diterima oleh masyarakat. Dalam hal ini, *Carbon Emission Disclosure* dalam *Sustainability Report* (SR) menjadi salah satu cara bagi perusahaan untuk peduli terhadap dampak lingkungan dari kegiatan operasional, terutama yang berkaitan dengan emisi karbon. Dengan melakukan pengungkapan ini, perusahaan ingin menunjukkan bahwa fokus mereka tidak hanya pada profit, tetapi juga pada tanggung jawab lingkungan. Oleh karena itu seiring meningkatnya perhatian masyarakat terhadap perubahan iklim, semakin penting bagi perusahaan untuk secara transparan mengungkapkan informasi mengenai emisi karbon agar reputasi perusahaan tetap positif dan legitimasi di mata publik terjaga untuk membangun citra perusahaan tetap baik dan menunjukkan kesesuaian operasional perusahaan dengan ekspektasi publik (Dani et al., 2022).

2.1.2 Teori Sinyal

Teori sinyal pertama kali diperkenalkan oleh (Spence, 1973) dalam penelitian yang berjudul *Job Market Signalling*. Teori ini menggambarkan cara

sebuah perusahaan mengirimkan sinyal melalui informasi yang disediakan kepada penerima informasi tersebut. Secara internal, teori ini berperan sebagai pengelola yang memberikan sinyal, sementara secara eksternal berfungsi sebagai pihak investor yang menerima sinyal tersebut. Spence berpendapat bahwa dengan mengirimkan sinyal, manajemen berusaha untuk menyampaikan informasi yang bermanfaat bagi para investor. Setelah itu, investor akan membuat keputusan berdasarkan pemahamannya terhadap sinyal tersebut (Bahriansyah & Lestari Ginting, 2022).

Menurut (Ghozali, 2020) teori sinyal adalah

“Teori sinyal menjelaskan bagaimana dua entitas berperilaku saat mendapatkan informasi yang berbeda. Sinyal merupakan tanda yang diberikan oleh perusahaan atau manajemen kepada pihak luar, terutama investor, untuk berkomunikasi mengenai keadaan perusahaan. Dengan adanya sinyal, pihak luar dapat memanfaatkan informasi yang diterima sebagai landasan dalam membuat keputusan.”

Profitabilitas berdasarkan teori sinyal, tingkat profitabilitas yang lebih tinggi memberikan sinyal positif kepada investor tentang kondisi keuangan perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Penggunaan informasi mengenai laba atau profitabilitas perusahaan dapat berfungsi sebagai sinyal bagi investor untuk mendorong peningkatan nilai perusahaan melalui pergerakan harga saham (Debora, 2025). Dalam keterkaitan antara profitabilitas dan nilai perusahaan, teori sinyal menegaskan bahwa keuntungan yang tinggi tidak hanya menunjukkan kondisi keuangan yang baik, tetapi juga berfungsi sebagai informasi bagi investor dalam menilai keberlanjutan serta kualitas perusahaan. Perusahaan yang berhasil menjaga profitabilitas seringkali dianggap memiliki risiko lebih rendah dan kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi, sehingga nilai

perusahaan dapat mengalami peningkatan (Setiawanta et al., 2019). Oleh karena itu, saat keuntungan perusahaan stabil atau mengalami pertumbuhan dari periode ke periode berikutnya, hal ini bisa memperkuat rasa percaya investor kepada perusahaan. Meningkatnya kepercayaan dari investor dapat mendorong ketertarikan untuk berinvestasi dan berdampak pada peningkatan harga saham. Peningkatan harga saham ini pada akhirnya berpotensi untuk meningkatkan nilai perusahaan (Viki et al., 2025)

2.1.3 Carbon Emission Disclosure

2.1.3.1 Pengertian Carbon Emission Disclosure

Menurut Saidal Siburian (2020) *Carbon Emission Disclosure* merupakan jumlah gas karbon yang dihasilkan dan dilepaskan ke udara karena berbagai kegiatan manusia, terutama yang berkaitan dengan aktivitas bisnis. Tujuan dari pengungkapan ini untuk mengungkapkan kesadaran dan tanggung jawab perusahaan terhadap dampak lingkungan yang ditimbulkan dari operasionalnya. Pengungkapan ini menjadi semakin krusial seiring dengan bertambahnya perhatian dunia terhadap isu perubahan iklim dan pemanasan global.

Menurut Philipp Pattberg (2017), *Carbon Emission Disclosure* adalah:

“Carbon Emission Disclosure is the voluntary or mandatory reporting of greenhouse gas emissions and Carbon footprints by organisations to provide information regarding climate related risks and environmental performance”

Artinya, Carbon Emission Disclosure sebagai pelaporan informasi mengenai emisi gas rumah kaca yang dilakukan secara sukarela maupun wajib untuk memberikan informasi mengenai risiko iklim, jejak karbon, dan kinerja lingkungan perusahaan.

Menurut Tang (2025:179), *Carbon Emission Disclosure* adalah:

“Carbon Emission Disclosure refers to the disclosure of information by a company regarding its Carbon Emission and climate-related aspect in its corporate reporting. This disclosure reflects the extent to which a company demonstrates transparency concerning environmental issues and climate change”

Artinya, *Carbon Emission Disclosure* merupakan pengungkapan informasi oleh perusahaan tentang emisi karbon serta aspek iklim dalam pelaporan perusahaan. Pengungkapan ini menunjukkan sejauh mana perusahaan menunjukkan transparansi terhadap isu lingkungan dan perubahan iklim.

Menurut Athaya et al (2025) *Carbon Emission Disclosure* yang dihasilkan oleh perusahaan merupakan salah satu penyebab utama kerusakan lingkungan, terutama dalam hal pemanasan global. Maka dari itu, perusahaan diharuskan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas emisi karbon mereka dengan cara yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan melalui laporan keuangan (Atiningsi Suci, 2023).

Berdasarkan Andrian & Sudibyo (2019), *Carbon Emission disclosure* merupakan tingkat sejauh mana perusahaan mengungkapkan informasi terkait emisi karbon dalam laporan tahunan atau laporan keberlanjutan.

Dari beberapa pendapat di atas, sampai pada pemahaman penulis bahwa *Carbon Emission Disclosure* merupakan cara perusahaan menunjukkan transparansi dengan memberikan informasi tentang emisi karbon yang ditimbulkan dari aktivitas operasionalnya. Pengungkapan ini meliputi beberapa hal penting seperti jumlah emisi karbon yang dihasilkan, penggunaan energi, dampak lingkungan, serta langkah perusahaan dalam mengelola risiko perubahan iklim. Dengan demikian, pengungkapan emisi karbon tidak sekedar mencerminkan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan, tetapi juga berfungsi sebagai

bahan pertimbangan bagi pihak berkepentingan dalam menilai sejauh mana kinerja lingkungan perusahaan.

2.1.3.2 Tujuan Carbon Emission Disclosure

Tujuan dari *Carbon Emission Disclosure* adalah untuk menekan ketidakseimbangan informasi antara perusahaan dengan pemangku kepentingan, terutama bagi investor, kreditur, pemerintah dan masyarakat umum. Dengan pengungkapan emisi karbon, perusahaan dapat menunjukkan komitmennya terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan dari kegiatan operasional, di mana mereka melakukan pengungkapan karbon agar dapat mempertahankan legitimasi sosial serta memberikan informasi yang lebih baik kepada pihak luar dalam mengevaluasi risiko dan nilai perusahaan. Dengan demikian, CED memiliki fungsi bukan hanya sebagai media pelaporan lingkungan, tetapi juga sebagai alat untuk membangun kepercayaan dan tanggung jawab perusahaan di hadapan semua pemangku kepentingan (Desai et al., 2022).

Selain itu, Pengungkapan emisi karbon bertujuan untuk memberikan manfaat ekonomis dan strategis bagi perusahaan. Menyediakan informasi mengenai karbon yang lebih komprehensif terbukti berkaitan dengan penurunan biaya modal, karena para investor mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang risiko lingkungan yang dihadapi perusahaan. Selain itu, ketika pengungkapan emisi didorong oleh kebijakan yang lebih ketat, hal ini juga dapat menghasilkan dampak yang nyata pada pengurangan emisi karbon tanpa mengganggu kinerja operasional perusahaan. Ini menunjukkan bahwa CED bukan sekedar tugas administratif, tetapi juga alat strategis yang dapat menguatkan transparansi, meningkatkan

kualitas pengambilan keputusan oleh investor, serta mendorong peningkatan kinerja lingkungan perusahaan secara efektif (Li et al., 2019).

2.1.3.3 Pengukuran Carbon Emission Disclosure

Pengukuran *Carbon Emission Disclosure* dilakukan dengan menggunakan metode *Content analysis*. Metode ini dilakukan dengan cara memeriksa laporan tahunan atau laporan keberlanjutan perusahaan yang dijadikan sampel penelitian. Penilaian tersebut disusun berdasarkan *Carbon Disclosure Project* (CDP). Melalui model ini, tingkat pengungkapan emisi karbon dilihat dari seberapa jauh perusahaan iklim, emisi gas rumah kaca, konsumsi energi, upaya penurunan emisi beserta biaya yang dikeluarkan, serta bentuk akuntabilitas perusahaan terhadap isu emisi karbon. Luas pengungkapan emisi karbon kemudian diukur menggunakan indeks pengungkapan yang diadopsi dari penelitian terdahulu, penilaian memakai skor dikotomis, di mana setiap item diberi skor 1 jika diungkapkan dan skor 0 jika tidak diungkapkan. Semua skor tersebut lalu dijumlahkan untuk mendapatkan total skor pengungkapan emisi karbon. Semakin besar skor yang diperoleh, semakin luas pula informasi emisi karbon yang diungkapkan perusahaan dalam laporan publiknya (Andrian & Sudibyo, 2019).

Tabel 2.1

Indikator Pengukuran *Carbon Emission Disclosure*

Kategori	Kode	Indikator
Perubahan Iklim: Risiko dan peluang	CC1	Penilaian atau deskripsi dari risiko berhubungan dengan perubahan iklim dan tindakan yang diambil untuk mengelola risiko.
	CC2	Penilaian atau deskripsi implikasi keuangan bisnis, dan peluang pada perubahan iklim baik yang terjadi pada masa kini, maupun masa yang akan datang.

Kategori	Kode	Indikator
<i>Greenhouse Gasses (GHG):</i> Emisi Gas Rumah Kaca (GRK)	GHG1	Mendeskripsikan metode yang digunakan dalam menghitung Emisi Gas Rumah Kaca (GRK).
	GHG2	Keberlangsungan verifikasi eksternal tentang kuantitas Emisi Gas Rumah Kaca (GRK).
	GHG3	Total emisi Gas Rumah Kaca (Metrik ton Co2) yang dihasilkan.
	GHG4	Pengungkapan lingkup 1,2, atau 3 Emisi Gas Rumah Kaca yang dihasilkan.
	GHG5	Pengungkapan Emsi Gas Rumah Kaca berdasarkan sumbernya.
	GHG6	Mengungkapkan Emisi Gas Rumah Kaca menurut fasilitas atau level segmen
	GHG7	Perbandingan Emsi Gas Rumah Kaca dengan tahun- tahun sebelumnya.
<i>Energy Consumption (EC)</i> Konsumsi Energi	EC1	Jumlah energi yang dikonsumsi.
	EC2	Penggunaan energi dari sumber daya yang dapat diperbarui.
	EC3	Pengungkapan menurut jenis, fasilitas atau segmen.
<i>Reduction Cost (RC) ;</i> Pengurangan gas dan biaya Gas Rumah Kaca	RC1	Menjelaskan perencanaan atau strategis dalam mengurangi Emisi Gas Rumah Kaca.
	RC2	Spesifikasi dari tingkat pengurangan Emisi Gas Rumah Kaca dan target per tahun.
	RC3	Pengungkapan emisi dan biaya yang ditanggung atau yang akan disediakan.
	RC4	Biaya dari masa yang akan datang dari emisi yang dimasukkan dalam perencanaan modal.
<i>Accountability Carbon Cost (ACC);</i> Akuntabilitas Biaya Karbon	ACC1	Indikasi dimana dewan komite memiliki tanggung jawab atas kegiatan terkait perubahan iklim.
	ACC2	Mendeskripsikan mekanisme yang dibuat oleh dewan dengan melakukan review kelangsungan perusahaan dalam perubahan iklim.

Sumber : (Andrian & Sudibyo, 2019)

Dalam penelitian *Carbon Emission Disclosure* diukur dengan total skor menjumlahkan semua item yang diungkap atau yang menjadi indikator dalam *Checklist* pengungkapan emisi karbon dalam penelitian, kemudian dibagi dengan jumlah item. Rumus yang digunakan untuk mengukur indikator penelitian yaitu:

$$CED = \frac{\text{Item yang diungkapkan}}{\text{Total item (18)}} \times 100\%$$

Pemilihan rumus *Carbon Emission Disclosure* dalam penelitian ini mengacu pada Andrian & Sudibyo (2019) karena indeks pengukuran yang digunakan merupakan pengembangan dari Carbon Disclosure Project (CDP) yang telah disesuaikan dengan karakteristik pengungkapan perusahaan di Indonesia. Penggunaan 18 indikator pengungkapan dinilai mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai tingkat transparansi perusahaan dalam mengungkapkan informasi emisi karbon. Oleh karena itu, rumus tersebut dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian dan relevan untuk diterapkan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2.1.3.4 Kriteria *Carbon Emission Disclosure*

Tabel berikut menyajikan kriteria penilaian yang digunakan untuk menilai *Carbon Emission Disclosure*.

Tabel 2.2

Kriteria Penilaian *Carbon Emission Disclosure*

Standar	Kriteria
Persentase CED $\geq 80\%$	Sangat Lengkap
$60\% \leq \text{Persentase CED} < 80\%$	Lengkap
$40\% \leq \text{Persentase CED} < 60\%$	Cukup Lengkap
$20\% \leq \text{Persentase CED} < 40\%$	Kurang Lengkap
Persentase CED $\leq 20\%$	Tidak Lengkap

Sumber: *Corporate Governance Perception Index (CGPI)*

2.1.4 Profitabilitas

2.1.4.1 Pengertian Profitabilitas

Menurut (Jirwanto et al 2024:35) pengertian Profitabilitas adalah sebagai berikut:

“Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan melalui seluruh kemampuan dan sumber daya yang ada, dengan

memanfaatkan aset, modal penjualan, serta aktivitas operasionalnya dalam menilai keberhasilan perusahaan”

Menurut Kasmir (2019:198) bahwa:

“Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan sebuah perusahaan dalam memperoleh keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran mengenai seberapa efektif manajemen sebuah perusahaan, yang terlihat dari laba yang dihasilkan melalui penjualan atau dari investasi”

Menurut Fridson & Alvarez (2022:117) menjelaskan definisi profitabilitas sebagai berikut:

“Profitability is a benchmark used by business practitioners used by business practitioners to measure their success and to justify the rewards or compensation they receive”

Artinya, Profitabilitas merupakan tolak ukur yang digunakan oleh pelaku bisnis untuk mengukur keberhasilan mereka dan membenarkan penghargaan atau kompensasi yang mereka peroleh.

Menurut Lukanima (2023:217) menjelaskan definisi profitabilitas adalah

“Profitability is the most important performance measure used in bussiness operations”

Yang artinya profitabilitas merupakan ukuran kinerja yang paling penting yang digunakan dalam kegiatan operasional bisnis.

Menurut Sholichah (2022) profitabilitas adalah ukuran efisiensi yang pada akhirnya mencerminkan apakah perusahaan mencapai keberhasilan atau mengalami kegagalan. Selain itu, profitabilitas juga merupakan salah satu rasio yang sangat penting untuk diperhatikan oleh para investor sebelum mengambil

keputusan investasi. Ini sebabnya profitabilitas dapat menunjukkan sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan melalui pengelolaan sumber daya yang ada.

Sementara menurut Rahmah Fadillah et al (2024) bahwa profitabilitas adalah untuk menilai kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari penjualan, sekaligus mencerminkan hasil bersih dari berbagai kebijakan dan keputusan yang diambil oleh perusahaan. Oleh karena itu, tingkat profitabilitas dapat menggambarkan seberapa efisien perusahaan dalam mengelola sumber daya, aset, dan operasionalnya untuk mendapatkan laba yang maksimal. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dalam menghasilkan keuntungan semakin baik, serta mencerminkan kondisi keuangan perusahaan yang lebih sehat.

Berdasarkan pemaparan yang telah disampaikan, pada pemahaman penulis bahwa profitabilitas adalah rasio yang berfungsi untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui pengelolaan penjualan aset, modal, serta aktivitas operasional. Profitabilitas tidak hanya menggambarkan tingkat keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan, tetapi juga mencerminkan efektivitas manajemen dalam mengatur sumber daya yang ada. Apabila tingkat profitabilitas semakin tinggi, maka performa perusahaan dalam menciptakan keuntungan pun semakin baik, dan kondisi keuangannya semakin sehat. Jika profitabilitas rendah dapat berdampak pada penilaian investor terhadap perusahaan. Oleh karena itu, profitabilitas menjadi indikator penting dalam keberhasilan operasional dan kinerja keuangan perusahaan selama periode waktu tertentu.

2.1.4.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Rasio profitabilitas bertujuan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan keuntungan dalam periode tertentu. Rasio ini berguna juga untuk menilai kemajuan laba dari waktu ke waktu, dengan membandingkan laba tahun sebelumnya dengan tahun berjalan, serta untuk mengetahui seberapa efisien perusahaan dalam memanfaatkan aset dan modal. Selain memberikan manfaat bagi perusahaan itu sendiri, rasio profitabilitas juga bermanfaat bagi pihak-pihak luar seperti investor dalam menilai kondisi serta kinerja finansial perusahaan (Saragih. F, 2013).

Berikut adalah tujuan dari rasio profitabilitas bagi perusahaan , maupun bagi pihak luar perusahaan menurut Kasmir (2019:199-200):

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 dan tujuan lainnya.

Sementara manfaat profitabilitas menurut Kasmir (2019:200) sebagai berikut:

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.

2.1.4.3 Jenis- jenis Rasio Profitabilitas

Menurut Kasmir (2019: 200), terdapat 4 (empat) jenis rasio profitabilitas yang digunakan untuk menilai tingkat profitabilitas, diantaranya:

1. *Net Profit Margin*

Menurut Kasmir (2019:202) *Net Profit Margin* didefinisikan sebagai berikut:

“*Net Profit Margin* adalah rasio mengukur keuntungan dengan membandingkan laba setelah bunga dan pajak terhadap penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan.”

Rumusnya sebagai berikut:

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

2. *Return On Equity (ROE)*

Adapun menurut Kasmir (2019:206) *Return On Equity* didefinisikan sebagai berikut:

“Hasil pengembalian ekuitas atau *Return on equity* merupakan rasio yang mengukur laba bersih setelah pajak dengan menggunakan modal yang dimiliki. Rasio ini mencerminkan seberapa efektif penggunaan modal sendiri. Semakin besar nilai rasio ini, semakin baik. Ini berearti bahwa kekuatan posisi pemilik perusahaan semakin kuat dan sebaliknya juga berlaku”

Rumusnya untuk menghitung ROE sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal}}$$

3. *Return On Asset (ROA)*

Menurut Kasmir (2019: 203) *Return On Assets* dapat didefinisikan sebagai berikut :

“Hasil dari pengembalian investasi, yang sering disebut dengan istilah *Return On Investment* (ROI) atau *Return on Assets*, adalah sebuah rasio yang menunjukkan hasil (return) dari total aset yang dimanfaatkan dalam suatu perusahaan. ROI juga berfungsi sebagai ukuran seberapa efisien manajemen dalam mengelola investasinya.”

Rumus menghitung ROA sebagai berikut:

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

4. *Earning Per Share*

Menurut Kasmir (2019: 203) *Earning Per Share* dapat didefinisikan sebagai berikut :

“Rasio laba per saham (*Earning Per Share*) atau juga disebut rasio nilai buku, merupakan rasio untuk menilai seberapa baik manajemen dapat menghasilkan keuntungan bagi para pemegang saham. Jika rasio rendah, itu menunjukkan bahwa manajemen masih gagal untuk memenuhi harapan pemegang saham, sebaliknya, jika rasio tinggi, maka kesejahteraan pemegang saham semakin baik, menandakan adanya tingkat pengembalian yang tinggi”

Rumus menghitung *Earning Per Share* sebagai berikut:

$$\text{Earning Per Share} = \frac{\text{Laba Saham Biasa}}{\text{Saham Biasa yang Beredar}}$$

Dari beberapa jenis pengukuran rasio profitabilitas, penulis memilih *Return On Assets* (ROA) sebagai pengukur profitabilitas dalam penelitian ini. ROA dipilih karena rasio ini dapat menunjukkan seberapa baik perusahaan dapat menghasilkan laba dari semua aset yang dimiliki. Dengan kata lain, rasio ini mencerminkan seberapa efisien perusahaan menggunakan semua sumber daya yang ada untuk memperoleh laba. ROA memberikan gambaran mengenai efisiensi perusahaan dalam mengelola aset untuk menghasilkan keuntungan sehingga dapat

mencerminkan operasional perusahaan secara menyeluruh, selain itu, perusahaan sektor energi memiliki karakteristik sebagai sektor yang padat aset (*asset intensive*) Nilai ROA yang lebih tinggi menunjukkan bahwa perusahaan lebih efektif dalam mengelola asetnya dengan baik. Karena itu, ROA dianggap relevan untuk menggambarkan kinerja keuangan perusahaan secara keseluruhan serta menilai efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan aset yang ada.

2.1.4.4 Kriteria Pengukuran Profitabilitas

Kriteria pengukuran profitabilitas dapat menggunakan kriteria penilaian sebagai berikut:

Tabel 2.3

Kriteria Penilaian Profitabilitas (ROA)

Skala	Kategori
41,10%-61,63%	Sangat Tinggi
20,56%-41,09%	Tinggi
0,02%-20,55%	Sedang
-20,52%-0,01%	Rendah
-41,06%- -20,53%	Sangat Rendah

Sumber : Data diolah Penulis, 2026

2.1.5 Nilai Perusahaan

2.1.5.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Pengertian nilai perusahaan menurut Ningrum (2022:20) adalah sebagai berikut:

“Nilai perusahaan merupakan persepsi investor mengenai tingkat keberhasilan suatu perusahaan, yang terkait dengan harga sahamnya, serta menunjukkan kondisi pasar dan mencerminkan kinerja perusahaan melalui

harga saham yang terbentuk akibat permintaan dan penawaran di pasar modal”

Adapun pengertian nilai perusahaan menurut 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.

Sedangkan Febrinta Br Bukit et al (2021:345) nilai perusahaan didefinisikan sebagai:

"Firm value is defined as investors perception of the company's level of success in managing resources as reflected in the company's stock price at the end of the current year"

Artinya Nilai Perusahaan didefinisikan sebagai persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang tercermin dari harga saham perusahaan pada akhir tahun berjalan.

Menurut Lonkani (2018:4) nilai perusahaan didefinisikan sebagai berikut:

"Firm Value is closely related to shareholders' value. A firm's value increases when the company creates greater value for its shareholders through effective business and financial activities"

Artinya, Nilai Perusahaan berkaitan erat dengan nilai pemegang saham. Nilai perusahaan akan meningkat ketika perusahaan mampu menciptakan nilai

yang lebih besar bagi para pemegang saham melalui aktivitas bisnis dan keuangan yang efektif.

Menurut Indrarini (2019:2) nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai berikut:

“Nilai perusahaan adalah pandangan investor mengenai sejauh mana manajer berhasil dalam mengelola sumber daya perusahaan yang telah dipercayakan kepadanya, yang sering kali berkaitan dengan harga saham”

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah pandangan investor mengenai tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang ada, yang biasanya berkaitan dengan harga saham. Nilai perusahaan mencerminkan seberapa besar nilai ekonomi sebuah perusahaan serta mencerminkan persepsi pasar terhadap prospek bisnis, keuntungan dan risiko yang dihadapi oleh perusahaan. Semakin baik kinerja dan prospek perusahaan, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan dari investor, sehingga nilai perusahaan pun akan mengalami peningkatan.

2.1.5.2 Tujuan dan Manfaat Nilai Perusahaan

Menurut Sumiati dan Indrawat (2019:143), nilai perusahaan berkaitan dengan penilaian perusahaan dan pengelolaan yang befokus pada nilai, sehingga meningkatkan nilai perusahaan menjadi salah satu sasaran utama dalam pengelolaan keuangan perusahaan. Sasaran ini sejalan dengan prinsip manajemen keuangan yang menekankan pentingnya perusahaan untuk menghasilkan nilai guna memaksimalkan kesejahteraan para pemagang saham. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa manajemen mampu dalam mengelola keputusan terkait

pendanaan, investasi, dan operasional dengan baik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan dari para investor dan memperkuat keberlanjutan perusahaan untuk jangka panjang.

Adapun manfaat dari nilai perusahaan tidak hanya dirasakan oleh para pemegang saham, tetapi juga oleh manajemen, investor, dan pihak-pihak lain yang memiliki kepentingan. Untuk para investor, nilai perusahaan menjadi acuan dalam menilai kelayakan investasi, memperkirakan risiko yang ada, serta mengambil keputusan untuk membeli, menyimpan, atau menjual saham. Bagi manajemen, nilai perusahaan berfungsi sebagai indikator keberhasilan dalam melaksanakan strategis bisnis, mengelola sumber daya, dan menghasilkan keuntungan yang berlanjut. Selain itu, nilai perusahaan juga berkontribusi pada peningkatan reputasi perusahaan di pasar, memperkuat daya tarik bagi calon investor, serta menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menciptakan kekayaan bagi pemegang saham dengan melalui kenaikan harga saham dan pembagian dividen (Khan & Hussanie, 2018).

2.1.5.3 Konsep Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan gambaran mengenai pandangan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya dengan baik dan menghasilkan profit, umumnya, nilai perusahaan dapat dilihat dari harga saham. Menurut Ningrum (2022), pembahasan konsep nilai perusahaan meliputi definisi nilai perusahaan, metode pengungkuran nilai perusahaan, serta faktor yang berpengaruh pada nilai perusahaan, sebagai berikut:

1. Nilai Nominal

Nilai nominal adalah nilai yang resmi tercantum pada saham atau dokumen yang dimiliki perusahaan. Umumnya, nilai ini ditetapkan dalam anggaran dasar perusahaan dan dicantumkan pada lembaran saham. Nilai nominal tidak selalu mencerminkan harga pasar dari saham, karena lebih berfungsi sebagai nilai dasar yang ditentukan secara administratif.

2. Nilai Pasar

Nilai pasar adalah nilai perusahaan yang ditentukan oleh mekanisme permintaan dan penawaran di pasar modal. Nilai ini umumnya terlihat dari harga saham yang diperjualbelikan di bursa. Ketika harga saham suatu perusahaan meningkat, maka semakin tinggi penilaian pasar terhadap perusahaan tersebut.

3. Nilai Intrinsik

Nilai intrinsik merupakan nilai yang sebenarnya atau nilai riil perusahaan yang dihitung berdasarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba di masa depan. Nilai ini lebih mendalam karena tidak hanya memperhatikan harga saham saat ini, tetapi juga memperhitungkan prospek bisnis, kinerja keuangan, risiko, dan potensi pertumbuhan perusahaan.

4. Nilai Buku

Nilai buku merujuk pada nilai yang dimiliki perusahaan yang dihitung melalui catatan keuangan. Secara umum, nilai buku ditentukan dari selisih antara total aset dan total kewajiban perusahaan. Nilai ini menunjukkan seberapa besar kekayaan bersih perusahaan menurut laporan keuangannya.

5. Nilai Likuidasi

Nilai likuidasi adalah nilai yang diperoleh jika semua aset perusahaan dijual dan hasil dari penjualan tersebut digunakan untuk menyelesaikan seluruh utang yang ada. Nilai ini biasanya dipakai saat perusahaan berada dalam kondisi dibubarkan atau likuidasi.

2.1.5.4 Pengukuran Nilai Perusahaan

Pengukuran nilai perusahaan sangat penting untuk mengetahui kondisi perusahaan berdasarkan penilaian pasar. Nilai perusahaan dapat dihitung menggunakan metode dan pendekatan yang berbeda. Dalam Brigham & Houston (2019:221-223), dijelaskan bahwa pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa rasio penilaian, yaitu *Price Earning Ratio* (PER), *Enterprise Value* (EV), *Price to Book Value* (PBV).

1. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio (PER) yaitu ratio yang membandingkan antara harga saham dengan pendapatan setiap lembar saham. PER digunakan untuk menunjukkan perkembangan atau pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang. Semakin tinggi PER, maka semakin besar harapan investor terhadap pertumbuhan laba perusahaan. *Price Earning Ratio* dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Saham per Lembar}}{\text{Laba per Saham (EPS)}}$$

2. *Enterprise Value (EV)*

Enterprise Value (EV) sebagai salah satu ratio untuk mengukur dalam menilai perusahaan. *Enterprise Value* merupakan ukuran yang mencerminkan nilai ekonomi keseluruhan perusahaan karena tidak hanya memperhitungkan nilai pasar ekuitas, tetapi juga mempertimbangkan total utang serta kas dan setara kas yang dimiliki perusahaan. *Enterprise Value* dapat di hitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$EV = MVE + MVD - C$$

Keterangan:

MVE = Market Value Of Equity

MVD = Market Value of Total Debt

C = Cash and Cash equivalents

3. *Price Book Value (PBV)*

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur dengan rasio PBV menunjukkan sejauh mana investor dapat memahami nilai suatu perusahaan berdasarkan informasi yang terdapat pada laporan keuangan. Penulis memilih menggunakan indikator PBV karena rasio ini digunakan untuk membandingkan harga pasar saham dengan nilai buku per lembar saham suatu perusahaan, sehingga bisa dijadikan sebagai alat untuk menilai kewajaran harga saham di pasar dan seberapa signifikan pasar menghargai nilai buku ekuitas perusahaan, serta bagaimana pasar memberikan penilaian terhadap perusahaan melalui perbandingan antara harga saham dan nilai buku per saham, yang mencerminkan ekspektasi dan kepercayaan investor

mengenai prospek pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang. Oleh karena itu, PBV dipilih sebagai indikator nilai perusahaan karena dinilai mampu merepresentasikan nilai perusahaan dari sudut pandang pasar. *Price Book Value* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Brigham & Houston, 2019):

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar Saham}}{\text{Harga Buku per Lembar Saham}}$$

Rasio *Price Book Value* (PBV) menggambarkan sejauh mana pasar memberikan penilaian terhadap nilai buku suatu perusahaan. PBV diperoleh dengan membandingkan harga pasar per saham dengan nilai buku per saham, sehingga rasio ini menunjukkan apakah saham diperdagangkan di atas, setara atau di bawah nilai akuntansinya (Miranti & Murjana, 2023). Nilai PBV di atas 1 umumnya menunjukkan bahwa investor bersedia membayar lebih tinggi daripada nilai buku perusahaan karena adanya keyakinan terhadap prospek, kualitas aset, atau kemampuan perusahaan menciptakan laba di masa depan, sebaliknya, PBV di bawah 1 dapat menunjukkan bahwa harga saham lebih rendah dari daripada nilai buku yang tercatat (Akbar, 2021).

Dalam konteks penilaian perusahaan, PBV sering digunakan sebagai salah satu indikator untuk menilai persepsi investor terhadap nilai perusahaan. 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, sehingga rasio ini dapat

menjadi sinyal bagi investor dalam menilai daya tarik dan prospek perusahaan (Birri et al., 2021).

2.1.5.5 Kriteria Nilai Perusahaan

Adapun kriteria penilaian Nilai Perusahaan yang diukur sebagai berikut:

Tabel 2.4

Kriteria Penilaian Nilai Perusahaan

Standar	Kriteria
$PBV > 1$	<i>Overvalued</i>
$PBV = 1$	<i>Fairvalued</i>
$PBV < 1$	<i>Undervalued</i>

Sumber: (Sri Sutrismi et al., 2023)

2.2 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu yaitu:

Tabel 2.5

Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Kesimpulan
1.	Hardiyansah et al., (2021)	<i>The Effect of Carbon Emission Disclosure on Firm Value: Environmental Performance and Industrial Type</i>	<i>Carbon Emmision Disclosure</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Environmental Performance dan industrial Type memperkuat pengaruh positif <i>Carbon Emission Dislosure</i> dengan Nilai Perusahaan.
2.	Pipin Kurnia, D. P. Emrinaldi Nur, (2021)	<i>Carbon Emission Disclosure and Firm Value: A Study of Manufacturing Firms in Indonesia and Australia</i>	Carbon Emission Disclosure berpengaruh positif dan signifikan terhadap firm value pada perusahaan manufaktur di Indonesia. Namun, pada perusahaan manufaktur di Australia, Carbon Emission

No	Nama Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Kesimpulan
			Disclosure tidak berpengaruh signifikan terhadap firm value..
3.	Yuliandhari et al., (2023)	Pengaruh <i>Carbon Emission Disclosure, Eco Efficiency</i> dan <i>Green Innovation</i> terhadap Nilai Perusahaan	<i>Carbon Emission Disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan <i>Eco Efficiency</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan <i>Green Innovation</i> berpengaruh negatif.
4.	Pramesti & Warastuti (2023)	<i>The Effect of Financial Performance and Carbon Emission Disclosures on Firm Value</i>	Kinerja lingkungan yang diproksi ROA berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, <i>Carbon Emission Disclosures</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga pengungkapan emisi karbon dapat menjadi sinyal positif bagi investor.
5.	Putri & Serly (2024)	Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di BEI periode 2018-2022	bahwa pengungkapan emisi karbon berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan. Ini berarti semakin tinggi pengungkapan emisi karbon, nilai perusahaan cenderung menurun, kinerja lingkungan berpengaruh Positif signifikan terhadap nilai perusahaan, artinya semakin baik kinerja lingkungan perusahaan.
6.	Kamaluddin et al., (2024)	<i>The Interplay of Carbon Disclosure, Environmental Performance, and Profitability in Determinan Firm Value</i>	Carbon Emission Disclosure berpengaruh Positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Kinerja Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan. Profitabilitas (ROA) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

No	Nama Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Kesimpulan
7.	Dwi Tirta Kencana, Sefti Putri Utami & Tri Darma Rosmalasari (2024)	<i>The Effect Of Carbon Emission Disclosure, Good Corporate Governance and Company Size On The Value Of Companyin Mining Sector Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange In 2019-2023 Moderated by Profitability</i>	Hasil penelitian menunjukkan Bahwa <i>Carbon Emission Disclosure, Good Corporate Governance</i> , dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, tingkat pengungkapan emisi karbon, kualitas tata kelola, maupun ukuran perusahaan belum terbukti menjadi penentu utama tinggi- rendahnya nilai perusahaan.
8.	Fina, Rahma Maulida (2024)	Pengaruh <i>Green Accounting, Carbon Emission Disclosure</i> , dan Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan (Studi pada Perusahaan Pertambangan)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Green Accounting, dan Carbon Emission Disclosure</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa investor masih lebih mempertimbangkan kinerja keuangan dibandingkan informasi lingkungan.
9.	Setianingsih et al., (2025)	Pengaruh Profitabilitas, Carbon Emission Disclosure, dan Green Accounting terhadap Nilai Perusahaan	Profitabilitas (ROA) berpengaruh Positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan CED juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang menunjukkan bahwa transparansi lingkungan meningkatkan kepercayaan investor. Green accounting tidak berpengaruh signifikan.
10.	Widi Putri Matalata et al., (2025)	Pengaruh Carbon Emission Disclosure, Ukuran Perusahaan dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai	Hasil penelitian menunjukkan bahwa carbon emission disclosure, ukuran perusahaan, dan kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

No	Nama Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Kesimpulan
		Perusahaan pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020–2023	
11.	Pangestu & Nawirah (2025)	<i>Carbon Emission Disclosure, Corporate Social Responsibility, Green Accounting: Firm Value Moderated by Profitability</i>	<i>Carbon Emission Disclosure</i> (CED) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Green Accounting tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak mempengaruhi nilai perusahaan serta tidak memoderasi hubungan CED, CSR, dan <i>Green Accounting</i> terhadap nilai perusahaan.
12.	Sura & Hasibuan (2025)	<i>The Relationship Between and Carbon Emission Disclosures and Environmental Performance on Firm Value: The Moderating Role of Profitability</i>	<i>Carbon Emission Disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, kinerja lingkungan juga berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas terbukti memperkuat hubungan antara kinerja lingkungan dan nilai perusahaan

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini disusun untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen, yaitu *Carbon Emission Disclosure* dan profitabilitas, dengan variabel dependen, yaitu nilai perusahaan. Nilai perusahaan menjadi indikator penting karena mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja serta potensi perusahaan di masa depan. *Carbon Emission Disclosure* diduga memengaruhi nilai

perusahaan karena keterbukaan tentang emisi karbon memperlihatkan transparansi dan tanggung jawab perusahaan dalam menghadapi masalah lingkungan. Disamping itu, profitabilitas juga merupakan faktor penting memengaruhi nilai perusahaan. Tingkat profitabilitas yang tinggi menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan secara efisien.

2.3.1 Pengaruh Carbon Emission Disclosure terhadap Nilai Perusahaan

Carbon Emission Disclosure merupakan cara perusahaan menunjukkan transparansi perusahaan dalam informasi tentang emisi karbon yang dihasilkan dari aktivitas operasional mereka. Pengungkapan ini mencerminkan kepedulian perusahaan terhadap masalah lingkungan serta kesiapan untuk menghadapi risiko regulasi, perubahan iklim, dan tuntutan untuk keberlanjutan. Bagi para investor, informasi tentang emisi karbon bisa menjadi pertimbangan penting dalam mengevaluasi prospek dan tanggung jawab suatu perusahaan. Semakin besar kepercayaan pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam mengelola risiko yang berkaitan dengan lingkungan. Oleh karena itu, *Carbon Emission Disclosure* dapat meningkatkan citra perusahaan dan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.

Hasil penelitian Hardiyansah et al (2021) menjelaskan bahwa *carbon emission Disclosure* berkaitan erat dengan nilai perusahaan. *Carbon Emission Disclosure* menjadi salah satu cara perusahaan menunjukkan transparansi dalam merespon isu-isu lingkungan, terutama yang berkaitan dengan perubahan iklim dan pengelolaan emisi. Informasi ini dapat dimanfaatkan oleh para investor sebagai pertimbangan dalam mengevaluasi keberlanjutan operasi perusahaan. Semakin besar perusahaan menyampaikan data tentang emisi karbon, semakin

tinggi peluangnya untuk mendapatkan kepercayaan dari pasar. Dengan demikian, *Carbon Emission Disclosure* dapat menjadi salah satu faktor penting dalam pembentuk nilai perusahaan.

Sejalan dengan penelitian Kurnia et al (2021) menunjukkan bahwa *Carbon Emission Disclosure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian tersebut, dijelaskan bahwa informasi mengenai emisi karbon dapat menjadi salah satu pertimbangan bagi para investor ketika menilai keberlanjutan dan prospek suatu perusahaan. Penelitian Yuliandhari et al., (2023) juga menemukan bahwa bahwa *Carbon Emission Disclosure* positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu Setianingsih et al., (2025), yang menyatakan bahwa *Carbon Emission Disclosure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak perusahaan mengungkapkan informasi terkait emisi karbon, semakin besar pula kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam mengelola risiko yang berkaitan dengan lingkungan. Transparansi emisi karbon mencerminkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab lingkungan dan dapat memperkuat legitimasi perusahaan di mata publik serta investor. Berdasarkan sejumlah temuan empiris tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan emisi karbon tidak hanya berfungsi sebagai transparansi lingkungan, tetapi juga sebagai faktor yang dapat membantu meningkatnya nilai perusahaan lewat penilaian pasar dan kepercayaan dari investor.

2.3.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

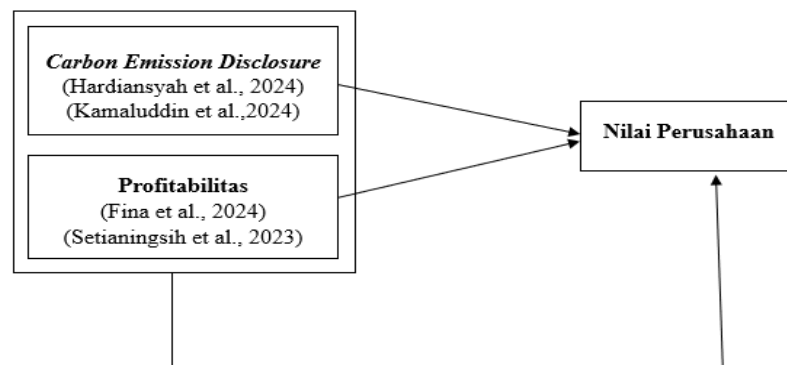
Profitabilitas menunjukkan seberapa efektif suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aset, investasi, dan operasional yang ada. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya secara efektif, yang dapat menciptakan prospek kinerja yang baik di masa mendatang. Kondisi ini berfungsi sebagai indikasi bagi para investor bahwa perusahaan dapat memberikan keuntungan dan mempertahankan keberlanjutan usahanya. Semakin tinggi profitabilitas yang dicapai perusahaan, maka semakin besar pula kepercayaan investor terhadap masa depan perusahaan, sehingga dapat meningkatkan minat untuk berinvestasi, mendorong kenaikan harga saham, dan akhirnya berpengaruh pada peningkatan nilai perusahaan.

Sejalan dengan penelitian Pramesti & Warastuti (2023) menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur dengan *Return On Assets* (ROA) memiliki dampak positif serta signifikan terhadap nilai perusahaan. Penemuan serupa juga di peroleh oleh Fina et al (2024) serta Sura & Hasibuan (2025), menyatakan bahwa profitabilitas memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa seiring dengan meningkatnya kapasitas perusahaan dalam menghasilkan laba, maka tingkat kepercayaan investor terhadap masa depan perusahaan juga semakin tinggi. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan efisiensi dalam operasional, kinerja finansial yang baik, serta kemampuan perusahaan dalam memberikan laba kepada pemegang saham. Oleh karena itu, peningkatan dalam profitabilitas dapat berfungsi sebagai sinyal positif bagi investor dan berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas serta untuk menggambarkan pengaruh *Carbon Emission Disclosure* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan, maka dibuat suatu kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis

Menurut Sutrisno (2022) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, karena dalam rumusan hipotesis dikandung jawaban atas masalah penelitian yang kemudian akan dibuktikan kebenarannya. Berdasarkan pembahasan yang telah di uraikan sebelumnya, maka hipotesis yang sesuai dengan judul “Pengaruh *Carbon Emission Disclosure* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan” yaitu:

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

Hipotesis 2 : Terdapat pengaruh positif Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

Hipotesis 3 : Terdapat pengaruh positif *Carbon Emission Disclosure* dan Profitabilitas secara simultan terhadap Nilai Perusahaan.