

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Review Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Yuliandhari et al. (2023), bertujuan untuk mengetahui pengaruh Carbon Emission Disclosure, Eco-Efficiency, dan Green Innovation terhadap Nilai Perusahaan. Populasi pada penelitian ini yaitu perusahaan industri *high profil* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021. Dengan teknik purposive sampling, terdapat 16 perusahaan industri *high profil* yang layak dijadikan sebagai sampel. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan aplikasi Eviews. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistiik deskriptif, uji asumsi klasik, dan regresi data panel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Carbon Emission Disclosure berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, kemudian Green Innovation berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaann dan Eco-Efficiency tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Pratama & Ainiyah (2023), dalam penelitian yang membahas pengaruh Eco-Efficiency dan Economic Performance terhadap Firm Value. Populasi yang digunakan untuk penelitian ini adalah seluruh perusahaan real estate yang terdaftar di BEI sejak tahun 2017-2022. Teknik pengambilan sampel ditentukan secara

purposive sampling, sehingga total sampel pada penelitian ini didapatkan sebanyak 39 data perusahaan yang sesuai. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif menggunakan aplikasi Stata. Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan eco efficiency terhadap nilai perusahaan dan environmental performances tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Mariyamah & Handayani (2020), bertujuan untuk mengetahui secara empiris pengaruh green innovation terhadap nilai perusahaan dengan environmental management accounting sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018 sebagai populasinya. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling sehingga menghasilkan 155 perusahaan manufaktur yang sesuai dengan kriteria. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 25. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Moderated Regression Analysis (MRA). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa green innovation berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan EMA dapat memoderasi hubungan antara green innovation dan nilai perusahaan.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Zaneta et al. (2023), bertujuan untuk menguji secara empiris hubungan green innovation dan EMA terhadap firm value. Populasi dalam penelitian ini merupakan perusahaan sektor manufaktur dan

pertambahan yang terdaftar pada BEI periode 2017-2019. Teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling dan memperoleh sampel penelitian sebanyak 30 sampel. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan IBM SPSS Statistics 30 dan Microsoft Excel sebagai alat bantu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa green innovation dan EMA berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Noor et al. (2022), memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh eco-efficiency terhadap nilai perusahaan dengan financial performance sebagai variabel moderasi. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan energi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021. Teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 28 perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan regresi data panel dan analisis linier berganda dengan bantuan alat bantu SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa eco-efficiency berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, namun financial performance sebagai moderasi tidak dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara eco-efficiency dan nilai perusahaan.

## 2.2 Tinjauan Pustaka

### 2.2.1 Teori Pemangku Kepentingan (Stakeholder Theory)

Menurut (Freeman, 1999), mengemukakan stakeholder sebagai teori yang melibatkan beberapa konstituen yang memiliki dampak atau berdampak terhadap perusahaan. Teori ini menyatakan bahwa organisasi akan memilih secara sukarela mengungkapkan informasi tentang kinerja lingkungan, sosial dan intelektual mereka, melebihi dan di atas permintaan wajibnya, untuk memenuhi ekspektasi sesungguhnya atau yang diakui oleh stakeholder. Selain itu, menurut Damas et al. (2021), teori stakeholder dapat diterapkan dengan cara menerapkan Green Strategy di suatu perusahaan dengan baik guna menumbuhkan nilai perusahaan dengan menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik serta peran regulator sebagai penentu tingkat batasan toleransi jumlah emisi karbon yang dihasilkan dan ketaatan terhadap regulasi lingkungan.

### 2.2.2 Green Innovation

Menurut Maulana & Mulyadi (2022), Green Innovation atau inovasi lingkungan adalah teknik, praktek, sistem, dan proses produksi baru atau dimodifikasi untuk meminimalisir dampak kerusakan lingkungan. Green Innovation adalah konsep inovasi yang tidak jauh beda dengan konsep penemuan konvensional, akan tetapi Green Innovation lebih

mengedepankan inovasi yang tidak hanya menghasilkan keuntungan ekonomi semata, tetapi juga menciptakan keunggulan kompetitif yang dibarengi dengan pengurangan dampak lingkungan (Agustia et al., 2019).

Berdasarkan pemaparan dari ahli diatas, dapat diketahui bahwa Green Innovation merupakan pengembangan dan penerapan solusi baru yang ramah lingkungan atau berkelanjutan. Hal itu sejalan dengan teori legitimasi yaitu perusahaan perlu meningkatkan komitmen dalam mendukung praktik Green Innovation yang lebih optimal sehingga mendorong terpenuhinya harapan stakeholder. Green Innovation bertujuan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan alam, mengurangi emisi gas rumah kaca, dan mempromosikan penggunaan sumber daya yang lebih efektif dan efisien.

### **2.2.3 Eco-Efficiency**

Eco-Efficiency dapat diterapkan sebagai sistem manajemen lingkungan untuk mengelola sumber dayanya yang dimiliki (Damas et al., 2021). Menurut Noor et al. (2022), Eco-Efficiency adalah bentuk pemanfaatan produk demi menjaga kepentingan masyarakat terhadap lingkungan. Perusahaan harus berinvestasi untuk mengurangi polusi yang nantinya dapat merugikan kinerja keuangan dan menurunkan nilai perusahaan. Menurut Wicaksono & Tarisa (2022) dalam teori legitimasi menekankan sebuah perusahaan untuk menjalankan aktivitasnya sesuai norma yang

berlaku dengan menerapkan Eco-Efficiency sebagai bentuk sistem manajemen lingkungan.

Eco-Efficiency adalah konsep yang mengacu pada usaha untuk mencapai hasil ekonomi yang lebih baik dengan menggunakan sumber daya yang lebih sedikit dan menghasilkan lebih sedikit limbah dan polusi, Dengan kata lain, Eco-Efficiency bertujuan untuk bertujuan untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dengan meminimalkan dampak negative terhadap lingkungan.

#### **2.2.4 Environmental Management Accounting**

Menurut Zaneta et al. (2023), akuntansi manajemen lingkungan memperluas semua bidang manajemen lingkungan dan kinerja ekonomi perusahaan. EMA merupakan proses akuntansi yang mengidentifikasi, mengumpulkan dan menganalisis penggunaan aliran air, energi, material, maupun output produk dan nonproduk yang dihasilkan oleh perusahaan serta informasi mengenai biaya-biaya tentang lingkungan, pendapatan, dan penghematan.

Environmental Management Accounting merupakan sebuah pendekatan untuk mengintegrasikan informasi lingkungan ke dalam sistem akuntansi tradisional suatu organisasi. EMA membantu organisasi dalam memantau, mengukur, dan mengelola dampak lingkungan dari kegiatan operasional mereka. EMA dapat bermanfaat dalam mendukung secara

simultan terkait dengan pengelolaan biaya melalui efisiensi bahan baku, energi maupun air dalam kegiatan operasional perusahaan.

### **2.2.5 Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Berbagai kebijakan yang diambil oleh manajemen dalam upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik dan para pemegang saham yang tercermin pada harga saham (Pratama & Ainayah, 2023).

Dapat dikatakan bahwa nilai perusahaan mengacu pada nilai total dari suatu perusahaan atau entitas bisnis. Nilai perusahaan mencakup semua sumber daya dan klaim atas aset yang dimiliki oleh perusahaan.

## **2.3 Pengembangan Hipotesis**

### **2.3.1 Pengaruh Green Innovation terhadap Nilai Perusahaan**

Berpegang pada teori stakeholder, tujuan utama perusahaan tidak hanya untuk menciptakan nilai bagi pemegang saham tetapi juga menciptakan nilai bagi seluruh stakeholder, dan guna mencapai tujuan tersebut, peran manager sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja lingkungan, dan sosial untuk memastikan perusahaan berkelanjutan di masa depan (Agustia et al., 2019). Dalam konteks green innovation, perusahaan berupaya mengembangkan

produk, proses, atau model bisnis yang ramah lingkungan, dan hal ini dapat menarik perhatian positif dari stakeholder seperti konsumen, pemerintah, investor, dan komunitas lokal (Sezen & Cankaya, 2013).

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mariyamah and Handayani (2020), menyatakan bahwa Green Innovation berpengaruh positif terhadap Firm Value. Kemudian hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Agustia et al. (2019), yang menyatakan bahwa Green Innovation berpengaruh positif terhadap Firm Value. Hasil yang berbeda dilakukan oleh Maulana & Mulyadi (2022) yang menyatakan bahwa Green Innovation tidak berpengaruh positif terhadap Firm Value karena penciptaan inovasi produk ramah lingkungan akan membutuhkan biaya yang banyak untuk mewujudkannya.

Green Innovation dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui efisiensi penggunaan bahan baku dan energi, menciptakan target pasar baru, dan mengungguli kompetitif produk. Sebaliknya, jika sebuah perusahaan tidak menerapkan Green Innovation maka perusahaan tidak bisa menerapkan efisiensi produk dan mempengaruhi nilai perusahaan. Sehingga, peneliti ingin membuktikan pengaruh Green Innovation terhadap Firm Value melalui hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>1</sub>: Green Innovation berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan**

### 2.3.2 Pengaruh Eco-Efficiency terhadap Nilai Perusahaan

Stakeholder teori menekankan perusahaan untuk menerapkan *eco-efficiency*. Saat ini, investor mulai mempertimbangkan untuk berinvestasi pada perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan lingkungan hidup masyarakat untuk mengukur nilai perusahaan (Amalia et al., 2017). *Eco-efficiency* biasanya melibatkan pengurangan limbah, hemat energi, dan optimasi penggunaan sumber daya, hal tersebut memberikan dampak bagi penurunan biaya operasional perusahaan dan meningkatkan profitabilitas tanpa menimbulkan dampak negative pada lingkungan (Osazuwa & Che-Ahmad, 2016).

Osazuwa & Che-Ahmad (2016) menyatakan adanya pengaruh *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Noor et al. (2022) juga menyatakan bahwa *Eco-Efficiency* berpengaruh positif terhadap Firm Value. Namun, menurut Damas et al. (2021), *Eco-Efficiency* tidak berpengaruh positif terhadap Firm Value karena biaya yang dikeluarkan untuk lingkungan dapat menurunkan profitabilitas.

*Eco-Efficiency* merupakan sebuah konsep yang mengarah pada kinerja perusahaan dalam meningkatkan performa lingkungan untuk dapat memproduksi barang dan jasa yang berguna dan mengurangi dampak lingkungan, meningkatkannya hal tersebut akan menyebabkan nilai perusahaan semakin meningkat. Oleh karena itu, berdasarkan penjelasan diatas peneliti ingin membuktikan melalui hipotesis sebagai berikut:

## **H<sub>2</sub>: Eco-Efficiency berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan**

### **2.3.3 Pengaruh Environmental Management Accounting dalam Memoderasi Hubungan antara Green Innovation dengan Nilai Perusahaan**

Green Innovation adalah salah satu strategi untuk mencapai tujuan perusahaan. Tapi untuk menerapkannya diperlukan tahap penelitian dan pengembangan. Berdasarkan stakeholder theory, EMA dapat membantu organisasi dengan mendefinisikan biaya lingkungan dari kegiatan inovasi mereka sehingga perhatian pemangku kepentingan perusahaan dapat merangsang identifikasi cara untuk mencegah atau meminimalkan biaya dan meningkatkan kualitas lingkungan (Zaneta et al., 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Chikmatin (2019) menyatakan bahwa EMA merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk dimiliki sebuah perusahaan, artinya perusahaan itu telah menyadari pentingnya aspek lingkungan bagi perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mariyamah & Handayani (2020), membuktikan bahwa penerapan EMA memiliki pengaruh positif terhadap kinerja ekonomi. Hasil yang berbeda yang dilakukan oleh Merida (2021), bahwa EMA tidak dapat memoderasi hubungan antara Green Innovation dengan Firm Value karena biaya untuk mengimplementasikan EMA lebih tinggi daripada manfaat yang diperoleh.

Sebuah perusahaan yang telah menerapkan Green Innovation serta menerapkan EMA akan lebih meningkatkan kinerja perusahaannya. Secara otomatis, perusahaan akan menghasilkan produk ramah lingkungan yang akan

menarik para konsumen. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis dari penelitian ini yaitu:

**H<sub>3</sub>: Environmental Management Accounting memperkuat pengaruh Green Innovation terhadap Nilai Perusahaan**

#### **2.3.4 Pengaruh Environmental Management Accounting dalam Memoderasi Hubungan antara Eco-Efficiency dengan Nilai Perusahaan**

Dalam kaitannya dengan stakeholder theory, penerapan EMA sebagai moderasi atas hubungan antara eco-efficiency dan firm value menunjukkan bahwa perusahaan yang peduli dengan kebutuhan dan ekspektasi berbagai pemangku kepentingan, terutama yang berkaitan dengan isu lingkungan akan lebih mungkin meningkatkan nilai perusahaan (Maharani & Sudibijo, 2023). Stakeholder seperti konsumen yang sadar lingkungan, regulasi pemerintah, dan komunitas lokal akan melihat perusahaan yang menggunakan EMA sebagai entitas yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan, yang dapat berkontribusi pada peningkatan reputasi dan loyalitas pelanggan, serta meminimalkan resiko peraturan dan sanksi lingkungan (Dunk, 2007).

Mariyamah & Handayani (2020) membuktikan bahwa EMA tidak dapat memoderasi hubungan antara eco-efficiency dengan Firm Value, karena eco-efficiency dan EMA adalah dua hal yang berbeda dan tidak memiliki rasionalisasi yang cukup kuat untuk memiliki keterkaitan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Chikmatin (2019), menyatakan bahwa EMA dapat memoderasi hubungan antara eco-efficiency dengan Firm Value, karena

konsep eco-efficiency dapat membantu akuntansi manajemen lingkungan melakukan pengukuran secara simultan mengenai penggunaan energi, air, bahan baku dalam kegiatan operasi perusahaan agar lebih efisien dan menunjang kinerja perusahaan. Hal ini pun sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Harimisa et al. (2018) yang menyatakan bahwa EMA dapat mempengaruhi hubungan Eco-Efficiency dengan Firm Value.

EMA dan Eco-Efficiency merupakan dua entitas yang tidak dapat dipisahkan, karena perhitungan EMA memerlukan faktor eco-efficiency didalamnya, dengan membandingkan nilai produk dengan pengaruh lingkungan. Oleh karena itu, peneliti memutuskan hipotesis untuk penelitian ini sebagai berikut:

**H4: Environmental Management Accounting memperkuat pengaruh Eco-Efficiency terhadap Nilai Perusahaan**

## 2.4 Kerangka Berpikir

Berdasarkan gambar diatas, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini akan mencari pengaruh variabel X terhadap variabel Y dan juga hubungan variabel Z dalam memoderasi variabel X dan Y. Diketahui ada dua variabel X yaitu, Green Innovation dan Eco-Efficiency yang akan memengaruhi variabel Y yaitu nilai perusahaan. Adapun, variabel Z dalam penelitian ini yaitu Environmental Management Accounting yang akan memoderasi hubungan antara Green Innovation dan Eco-Efficient terhadap nilai perusahaan. Harapannya, masing-masing variabel X akan dapat memberikan hipotesis yang berpengaruh terhadap variabel Y dan variabel Z yang mampu memoderasi hubungan antara variabel X dan Y.



**Gambar 2.1** Kerangka Pemikiran Hipotesis