

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

#### A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Yuliandari et al., (2023) pada perusahaan industri *high-profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021 dengan metode analisis yang digunakan yaitu model analisis regresi data panel. Pada penelitian ini menghasilkan bahwa pada variabel *Carbon Emission Disclosure* berpengaruh positif yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sementara variabel lain yaitu *Eco-efficiency* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dan *Green innovation* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Fanda dan Damayanti (2024) mengenai bagaimana pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon, *Eco-efficiency*, dan *Green innovation* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2022 memperoleh hasil bahwa variabel *Eco-efficiency* dan *Green innovation* memiliki pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Di sisi lain, variabel Pengungkapan Emisi Karbon tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan disebabkan karena tingkat pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan masih rendah sehingga belum mampu dalam mempengaruhi nilai perusahaan.

Damas et al., (2021) dalam penelitiannya pada perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2019 menunjukkan hasil bahwa variabel Pengungkapan Emisi Karbon dan *Green innovation* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Kemudian, pada variabel

*Eco-efficiency*, memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Kinerja lingkungan sebagai variabel moderasi memperkuat pengaruh *Eco-efficiency* terhadap Nilai Perusahaan. Akan tetapi, variabel Kinerja Lingkungan tidak memperkuat pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon dan *Green innovation* terhadap Nilai Perusahaan.

Shafira (2024) dalam penelitiannya pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022 menunjukkan hasil bahwa Pengungkapan Emisi Karbon berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Investor dan pemangku kepentingan sering melihat pengungkapan emisi karbon sebagai sinyal risiko lingkungan yang dapat merugikan nilai perusahaan. Peningkatan transparansi emisi karbon dapat menunjukkan potensi biaya tambahan atau regulasi yang lebih ketat, yang berdampak negatif pada penilaian perusahaan. Selain itu, Kinerja lingkungan tidak dapat memperkuat hubungan pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon terhadap Nilai Perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Zaikin et al., (2024) meneliti bagaimana pengaruh *Carbon Emission Disclosure* dan *Green innovation* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai variabel pemoderasi. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Carbon Emission Disclosure* dan *Green innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dimana *Good Corporate Governance* (GCG) mampu memoderasi hubungan antara *Carbon Emission Disclosure* dan *Green innovation* terhadap Nilai Perusahaan.

Santoso dan Yanti (2024) dalam penelitiannya pada perusahaan *Consumer Non-Cyclical* periode 2021-2023. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Eko-Efisiensi, Inovasi Hijau, Pengungkapan Emisi Karbon, dan Kinerja Lingkungan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai variabel kontrol.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Samhadi et al., (2024) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2022 memperoleh hasil bahwa variabel Inovasi Hijau tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan, sedangkan Pengungkapan Lingkungan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Selanjutnya, berdasarkan hasil analisis regresi moderasi menunjukkan bahwa peran *Good Governance* dapat memperkuat hubungan antara Inovasi Hijau dan Pengungkapan Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Hadiwibowo et al., (2023) pada perusahaan sektor energi dan industri *basic material* yang terdaftar di BEI antara tahun 2019 dan 2022 menunjukkan bahwa variabel pengungkapan emisi karbon berpengaruh negatif pada nilai perusahaan, sedangkan praktik *green accounting* dan peningkatan kinerja lingkungan tidak memiliki dampak pada nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Agustin (2023) pada perusahaan manufaktur menunjukkan hasil bahwa Pengungkapan Emisi Karbon berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian, pada variabel Inovasi Produk Hijau memiliki hasil negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan

sementara Inovasi Proses Hijau memiliki hasil positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Kurnia et al., (2021) dalam penelitiannya pada perusahaan manufaktur di Indonesia yang tercatat di Bursa Efek Indonesia dan perusahaan manufaktur di Australia yang termasuk dalam *Top 100 of Australia National Greenhouse and Energy Reporting Act* pada tahun 2015-2016 memperoleh hasil bahwa Pengungkapan Emisi Karbon di Indonesia berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, Pengungkapan Emisi Karbon di Australia tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

## **B. Tinjauan Pustaka**

### **1. Stakeholder Theory**

Teori *stakeholder*, sebagaimana didefinisikan oleh Freeman (1983), menyatakan bahwa *stakeholder* adalah:

*“Any identifiable group or individual who can affect the achievement of an organisation’s objectives, or is affected by the achievement of an organisation’s objectives”.*

Definisi ini menekankan pentingnya memahami hubungan antara perusahaan dan berbagai pihak yang terpengaruh oleh atau dapat mempengaruhi perusahaan (*stakeholder*) (Freeman, 1983). Teori ini menegaskan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas pada pemegang saham, tetapi juga mencakup *stakeholder* lainnya (Zaikin et al., 2024). Freeman (1983) mengidentifikasi dua model dalam teori ini, yaitu (1) model kebijakan dan rencana bisnis, dan (2) model tanggung jawab sosial perusahaan dari manajemen *stakeholder*. Kedua model ini

berfungsi untuk memahami dan mengelola hubungan antara agen dan prinsipal secara efektif.

Dengan memahami kebutuhan *stakeholder*, perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih selaras dengan kepentingan semua pihak, yang pada akhirnya dapat meningkatkan keberhasilan jangka panjang perusahaan. Teori ini juga mendorong perusahaan untuk mempertimbangkan berbagai aspek, seperti memahami tuntutan yang diajukan oleh *stakeholder*, bertanggung jawab atas proses pengambilan keputusan, serta menjaga keberlanjutan dalam jangka panjang (Santoso & Yanti, 2024). Dalam konteks isu perubahan iklim yang semakin mendesak, *stakeholder* memiliki harapan dan minat yang signifikan. Masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung, mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi terkait lingkungan. Pengungkapan informasi ini berfungsi sebagai media komunikasi antara perusahaan dan *stakeholder*, mengingat manajemen perusahaan memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang operasi bisnis dibandingkan dengan *stakeholder* lainnya (Kurnia et al., 2021).

Sebagai contoh, regulator merupakan salah satu *stakeholder* yang penting. Perusahaan harus mematuhi semua peraturan dan regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah, termasuk peraturan lingkungan, keselamatan kerja, dan perlindungan konsumen. Mematuhi regulasi ini tidak hanya untuk menghindari sanksi hukum, tetapi juga untuk membangun kepercayaan dan reputasi yang baik di mata publik. Selain itu, perusahaan juga memiliki tanggung jawab terhadap karyawan, yang mencakup penyediaan lingkungan kerja yang aman, gaji yang adil, dan peluang pengembangan karir. Pelanggan, sebagai *stakeholder* penting lainnya,

mengharapkan produk dan layanan yang berkualitas serta aman. Oleh karena itu, perusahaan harus memastikan bahwa produk yang ditawarkan memenuhi standar yang diharapkan. Pemasok juga merupakan *stakeholder* yang perlu diperhatikan, perusahaan harus menjalin kemitraan yang adil dan transparan dengan mereka. Selain itu, perusahaan dapat berkontribusi pada pengembangan masyarakat di sekitar lokasi operasional melalui program-program sosial yang bermanfaat.

Dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* memiliki dampak signifikan terhadap eksistensi perusahaan. Semakin besar dukungan yang diberikan oleh *stakeholder*, semakin besar pula upaya perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitarnya (Fanda & Damayanti, 2024). Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa teori *stakeholder* sangat relevan dengan penelitian ini karena mencerminkan kepercayaan *stakeholder* terhadap perusahaan melalui tanggung jawab perusahaan yang memperhatikan lingkungan dalam menjalankan bisnisnya.

## **2. Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan merupakan representasi dari kondisi keseluruhan suatu perusahaan, di mana baik buruknya nilai tersebut mencerminkan keadaan perusahaan itu sendiri (Sari & Budiasih, 2022). Nilai perusahaan juga dapat diartikan sebagai harga yang bersedia dibayar oleh investor apabila perusahaan tersebut dijual.

Nilai perusahaan juga dapat didefinisikan sebagai persepsi investor terhadap kinerja perusahaan, yang sering kali dikaitkan dengan harga saham. Kenaikan harga saham akan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan, sedangkan penurunan

harga saham dapat berdampak sebaliknya. Keberhasilan perusahaan dapat diukur melalui tingginya nilai perusahaan yang dihasilkan (Putri & Agustin, 2023). Perusahaan dengan nilai yang tinggi cenderung mempengaruhi respons pasar, karena investor beranggapan bahwa nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan prospek yang baik (Hardiyansah et al., 2021). Dengan demikian, nilai perusahaan menjadi indikator penting bagi para pemangku kepentingan untuk menilai kinerja perusahaan, baik dalam konteks yang positif maupun negatif (Santoso & Yanti, 2024).

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur menggunakan rasio Tobin's Q. Rasio ini merupakan indikator yang umum digunakan untuk menilai nilai perusahaan karena dapat menggambarkan seberapa efektif dan efisien perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimilikinya (Dzahabiyya et al., 2020).

### **3. Pengungkapan Emisi Karbon**

Saat ini, perusahaan diharapkan untuk lebih transparan dalam mengungkapkan informasi terkait emisi karbon, mengingat bahwa aktivitas operasional mereka merupakan salah satu penyumbang utama emisi tersebut. Pengungkapan emisi karbon dapat didefinisikan sebagai proses di mana perusahaan menginformasikan kepada publik dan pemangku kepentingan lainnya mengenai jumlah emisi gas rumah kaca yang dihasilkan dari kegiatan operasional mereka. Proses ini tidak hanya mencakup pengukuran emisi, tetapi juga strategi yang diambil untuk mengurangi dampak lingkungan. Perusahaan yang secara aktif mengurangi dan melaporkan emisi karbonnya dianggap lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab (Santoso & Yanti, 2024).

Pengungkapan emisi karbon dapat dibedakan menjadi dua kategori, yaitu pengungkapan wajib dan sukarela. Di Indonesia, pengungkapan emisi karbon masih bersifat sukarela. Melalui pengungkapan ini, perusahaan dapat mengatasi kekhawatiran publik yang muncul akibat persepsi bahwa mereka kurang peduli terhadap lingkungan. Persepsi negatif ini dapat mengakibatkan investor ragu untuk berinvestasi, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Sebaliknya, perusahaan yang transparan dalam pengungkapan emisi karbon cenderung memiliki reputasi yang lebih baik dan akses yang lebih mudah ke sumber modal. Transparansi dan akuntabilitas perusahaan dapat ditunjukkan melalui pengungkapan informasi emisi karbon dalam laporan tahunan atau laporan keberlanjutan mereka.

Dalam penelitian ini, pengungkapan emisi karbon atau *Carbon Emission Disclosure* diukur menggunakan indeks pengungkapan emisi karbon yang dikembangkan oleh Choi et al., (2013). Indeks ini merupakan adaptasi dari lembar permintaan informasi yang disediakan oleh CDP (*Carbon Disclosure Project*). CDP (*Carbon Disclosure Project*) sebuah lembaga non-profit independen yang menghasilkan informasi terkait isu-isu iklim global. Untuk membangun kepercayaan di kalangan *stakeholder*, perusahaan perlu melaporkan kinerja lingkungan mereka, termasuk pengungkapan emisi karbon.

#### **4. *Green innovation* (Inovasi Hijau)**

*Green innovation* merujuk pada teknik atau modifikasi baru dalam proses produksi yang bertujuan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Inovasi ini berfokus pada efisiensi energi, pengurangan polusi, daur ulang limbah,

dan desain produk yang ramah lingkungan (Damas et al., 2021). Perusahaan yang mengimplementasikan *green innovation* tidak hanya dianggap bertanggung jawab terhadap lingkungan, tetapi juga dapat memanfaatkan sumber daya mereka secara lebih efisien. Hal ini berpotensi meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan (Yuliandhari et al., 2023).

*Green innovation* merupakan pendekatan strategis yang diimplementasikan oleh perusahaan untuk mengintegrasikan aspek lingkungan dalam seluruh kegiatan operasional, mulai dari proses produksi hingga distribusi produk (Fanda & Damayanti, 2024). Meskipun tujuan *green innovation* sejalan dengan inovasi pada umumnya, yaitu menciptakan manfaat ekonomi, inovasi ini juga memiliki tujuan tambahan yang signifikan yaitu untuk mengurangi konsekuensi merugikan yang ditimbulkan oleh aktivitas perusahaan terhadap lingkungan.

*Green innovation* dalam penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Agustia et al., (2019) yang diperoleh melalui konten analisis dalam laporan tahunan atau laporan keberlanjutan perusahaan. Beberapa indikator akan digunakan untuk menentukan apakah perusahaan tersebut telah menerapkan inovasi hijau (*Green innovation*).

### **C. Perumusan Hipotesis**

#### **1. Pengungkapan Emisi Karbon dan Nilai Perusahaan**

Meningkatnya ancaman perubahan iklim telah menjadikan pengungkapan emisi karbon sebagai isu yang semakin penting di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Pengungkapan emisi karbon merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan (Zaikin et al., 2024) dan mencerminkan komitmen

perusahaan untuk memenuhi tuntutan transparansi dan akuntabilitas dari berbagai *stakeholder* termasuk investor dan masyarakat (Shafira, 2024).

Berdasarkan teori pemangku kepentingan (*stakeholder theory*), pengungkapan emisi karbon yang dilakukan oleh perusahaan tidak hanya memenuhi ekspektasi *stakeholder* tetapi juga berpotensi membangun hubungan yang lebih baik dengan mereka (Fanda & Damayanti, 2024). Dengan demikian, pengungkapan emisi karbon berfungsi sebagai elemen kunci dalam meningkatkan nilai perusahaan, karena memungkinkan *stakeholder*, terutama investor, untuk menilai kinerja perusahaan dalam menunjukkan tanggung jawab lingkungan atas aktivitas bisnisnya (Santoso & Yanti, 2024).

Beberapa penelitian terkait pengaruh pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang sama. Penelitian yang dilakukan oleh Yuliandhari et al. (2023) dan Damas et al. (2021) yang menunjukkan bahwa pengungkapan emisi karbon berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>1</sub> : Pengungkapan Emisi Karbon berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan**

## **2. *Green innovation* dan Nilai Perusahaan**

Tujuan utama perusahaan bukan hanya untuk menciptakan nilai bagi pemegang saham, tetapi juga menciptakan nilai bagi seluruh *stakeholder*. Menciptakan sebuah nilai untuk *stakeholder* dibutuhkan manajer untuk mengoptimalkan kinerja mereka dalam kinerja keuangan, kinerja sosial, dan kinerja lingkungan (Dewi & Rahmianingsih, 2020). Salah satu yang dapat diterapkan oleh

perusahaan adalah inovasi hijau untuk meminimalkan dampak lingkungan yang merugikan yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Damas et al., 2021).

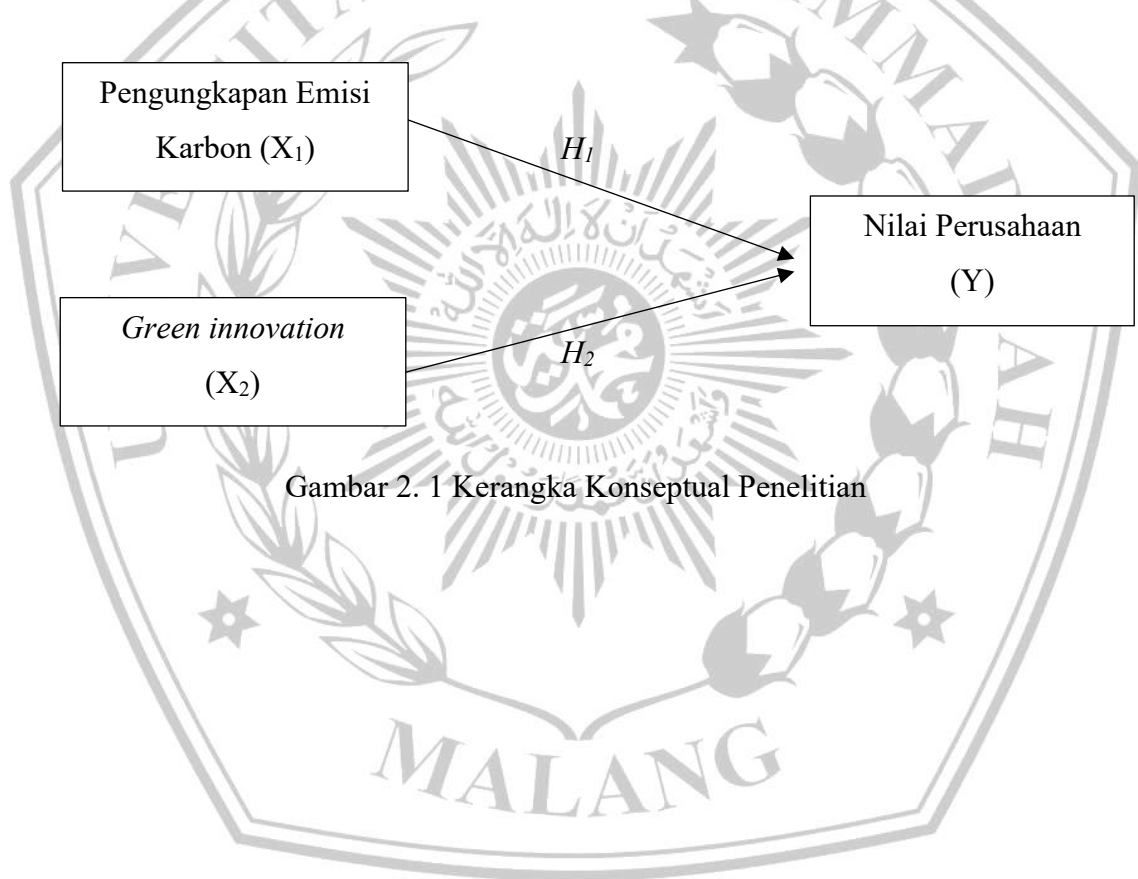
Berdasarkan *stakeholder theory*, para *stakeholder* ini mengharapkan perusahaan mengadopsi inovasi berkelanjutan yang mengurangi polusi dalam proses produksi serendah mungkin. Hal ini disebabkan karena inovasi tersebut dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kinerja lingkungan, menarik minat investor, dan akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui kepercayaan investor terhadap komitmen dan kinerja positif perusahaan dalam aspek lingkungan, yang mendorong mereka untuk berinvestasi dalam saham perusahaan tersebut (Fanda & Damayanti, 2024). Penerapan *Green innovation* dalam strategi bisnis perusahaan menciptakan keyakinan investor bahwa perusahaan berkomitmen terhadap keberlanjutan perusahaan (Samhadi et al., 2024).

Beberapa penelitian terkait pengaruh *Green innovation* terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang sama. Penelitian yang dilakukan oleh Damas et al. (2021) dan Zaikin et al. (2024) yang menjelaskan bahwa *Green innovation* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>2</sub> : *Green innovation* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan**

#### D. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian adalah hubungan antara konsep satu dengan konsep yang lainnya berdasarkan dengan masalah yang ingin diteliti. Kegunaan dari kerangka konseptual ini adalah untuk menghubungkan maupun menjelaskan mengenai suatu topik yang akan dibahas nantinya. Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah Pengungkapan Emisi Karbon dan *Green innovation*. Sedangkan pada variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini adalah Nilai Perusahaan.



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian