

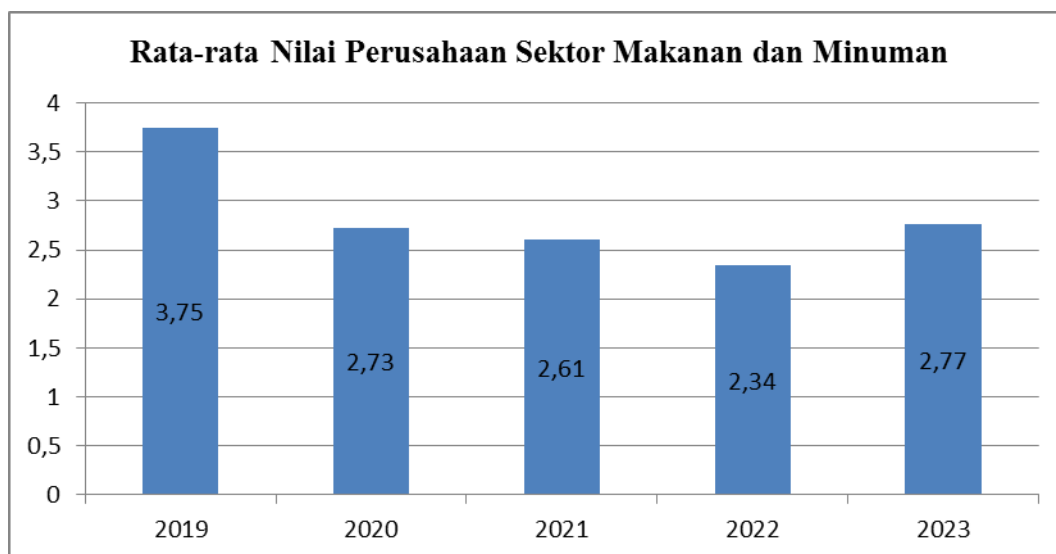
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi seperti saat ini, perkembangan dunia usaha semakin pesat dan perusahaan tidak hanya dituntut untuk mengejar keuntungan ekonomi semata. Namun perusahaan juga harus mempertimbangkan cara mereka agar dapat berkontribusi kepada para stake holder. Perusahaan akan bertahan jika bertindak sesuai dengan sistem dan tata nilai yang berlaku di masyarakat. Untuk memastikan bahwa perusahaan tidak menyimpang dari sistem nilai masyarakat, perusahaan harus memahami dan mengikuti sistem nilai yang berlaku.

Industri makanan dan minuman merupakan sektor industri yang sangat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional namun, pada tahun 2019- 2022 rata-rata nilai perusahaan pada industri ini mengalami penurunan. Fenomena ini terjadi ketika masuknya wabah Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) yang berdampak menurunnya harga saham karena investor memutuskan untuk menjual kembali sahamnya guna mengamankan investasi mereka. Selain itu, saat kondisi tersebut daya beli masyarakat juga menurun karena kondisi ekonomi yang melemah yang berdampak pada kinerja perusahaan makanan dan minuman. Berikut gambar grafik rata-rata nilai perusahaan sektor makanan dan minuman 2019-2022.



Sumber : idx.co.id.

Gambar 1.1.

Rata-rata Nilai Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023.

Fenomena yang berhubungan dengan nilai perusahaan salah satunya hasil rekapitulasi indeks nilai perusahaan tahunan pada industri makanan dan minuman tahun 2019-2023. Menurut data bahwa dalam kurun waktu selama 5 tahun mengalami fluktuasi, dimana tahun 2020 terjadi penurunan nilai perusahaan yang signifikan hingga mencapai -1,02%, hal ini disebabkan adanya ketidakpastian permintaan barang dan jasa kemudian yang mempengaruhi keuntungan sebagian besar perusahaan-perusahaan yang ada di Bursa Efek Indonesia, akibatnya penurunan nilai perusahaan menjadi hal yang tidak dapat dihindari.

Tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 0,11 %, yang disebabkan oleh wabah virus COVID-19 yang menyebabkan penurunan harga saham karena investor menjual kembali saham untuk melindungi investasinya. Dalam situasi seperti ini, pelemahan ekonomi menurunkan daya beli masyarakat sehingga berdampak pada kinerja perusahaan makanan dan minuman.

Tahun 2022 kembali turun sebesar -0,27%, hal ini disebabkan oleh struktur modal yang mencirikan ekuitas, total utang, dan total aset, maka hal tersebut menjadi dasar bagi calon investor untuk menempatkan uangnya pada suatu bisnis.

Fluktuasi ini kemungkinan disebabkan oleh faktor yang memengaruhi persepsi investor dalam berinvestasi. Investor akan menanamkan modalnya berdasarkan pertimbangan informasi yang kuat sebelum mengambil keputusan. Ketidakstabilan nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh pergerakan harga saham, yang menjadi faktor penting dalam keputusan investasi. Investor perlu memahami alasan di balik penurunan harga saham, salah satunya dapat dikaitkan dengan kualitas manajemen lingkungan yang diterapkan oleh perusahaan (Sunarto & Trisyanto, 2024).

Praktik akuntansi hijau merupakan langkah yang dapat diambil oleh perusahaan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Tujuan utama dari *green accounting* adalah untuk menjaga kelestarian lingkungan dengan mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam menjalankan operasionalnya. Penerapan akuntansi hijau dapat memengaruhi keputusan investasi, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang melaporkan biaya-biaya terkait lingkungan akan memperoleh legitimasi sebagai perusahaan yang peduli terhadap isu-isu lingkungan, yang dapat memperbaiki reputasi mereka di mata publik. Langkah ini, pada gilirannya, dapat menarik perhatian investor yang sensitif terhadap isu lingkungan, sehingga memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan (Gunawan & Berliyanda,

2024). Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Lestari & Khomsiyah (2023), yang menunjukkan bahwa akuntansi hijau memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena dapat memenuhi ekspektasi pemangku kepentingan terkait transparansi dampak lingkungan, sehingga menciptakan citra positif di masyarakat.

Perubahan iklim dan masalah lingkungan tetap menjadi masalah penting yang semakin dibahas dan menjadi perhatian global. Isu-isu seperti pemanasan global, peningkatan emisi karbon dan degradasi (penurunan) lingkungan merupakan topik yang sudah di diskusikan tidak hanya di Indonesia saja, melainkan di berbagai belahan dunia. Selain itu, pertumbuhan ekonomi saat ini kian bertambah pesat, ditandai dengan perkembangan dunia industri di beberapa tahun terakhir (Pangestu, 2024).

Hal itu tidak terlepas dari adanya komitmen politik internasional yang melatar belakangi adanya konsep pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan menciptakan amandemen Internasional atau lebih dikenal dengan Protokol Kyoto, yang diatur dalam *United Nation Framework Conventation on Climate Chage* (UNFCCC, 2020 dalam Pangestu, 2024).

Isu tersebut juga mempengaruhi kebijakan publik yang terbukti dengan adanya perubahan pada Peraturan Presiden mengenai Lingkungan Hidup dan Kehutanan (LHK). Perubahan terjadi dengan adanya pencabutan dan ketidakberlakuan Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2015 tentang Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 17). Oleh Presiden Joko Widodo, peraturan tersebut diganti dengan

penerbitan Peraturan Presiden 92 Tahun 2020 tentang Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Tentu saja peraturan tersebut mengubah ketentuan lainnya, salah satunya pada Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (UU PPLH), yang mana salah satunya terkait Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL). Selain itu, perubahan UU Cipta Kerja menyebabkan AMDAL kehilangan banyak kekuatannya (Kholmi dan Nafiza, 2022).

Jika AMDAL tidak diterapkan, perusahaan akan bebas dari biaya sosial dan lingkungan, yang berdampak negatif pada kondisi sosial dan lingkungan sekitarnya. Dengan bebas dari biaya sosial dan lingkungan, para *stakeholder* akan memaksimalkan keuntungan perusahaan dan investor asing akan lebih tertarik. Karena kondisi tersebut, Otoritas Regulator Akuntansi dan Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) meminta perusahaan untuk segera mengadopsi prinsip, kerangka konseptual, dan standar akuntansi konservatif sebagai dasar praktik akuntansi mereka. Peraturan ini akan meningkatkan tuntutan perusahaan karena mendorong mereka untuk mempertimbangkan kepentingan pemilik modal, karyawan, dan manajer serta *stakeholder* lainnya.

Hubungan antara pengungkapan emisi karbon dan nilai perusahaan dapat dijelaskan melalui teori sinyal. Menurut teori sinyal, perusahaan akan mengungkapkan informasi yang memberikan sinyal positif mengenai keberhasilan mereka dalam menjalankan aktivitas bisnis. Sinyal positif ini akan mendapatkan respons yang baik dari para pemangku kepentingan, terutama pemegang saham, yang akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan pemegang saham maupun calon

investor, sehingga berdampak pada kenaikan harga saham dan nilai perusahaan. Pemikiran bahwa pengungkapan emisi karbon dapat mempengaruhi nilai perusahaan didukung oleh berbagai penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Trimuliani & Febrianto (2023), Alfayerds & Setiawan (2021), serta Hardianti & Mulyani (2023). Penelitian-penelitian tersebut menyimpulkan bahwa pengungkapan sukarela mengenai dampak lingkungan, terutama emisi karbon, memiliki hubungan positif dengan nilai perusahaan. Menurut Griffin (2019) yang dikutip oleh Alfayerds & Setiawan (2021), pasar memberikan respons positif terhadap pengungkapan emisi karbon, karena para investor percaya bahwa perusahaan dapat mengelola dampak lingkungan dari aktivitas perusahaannya.

Suatu perusahaan memiliki nilai perusahaan yang baik akan berpeluang untuk memperoleh investasi modal. Untuk mencapai tujuan perusahaan dalam memperoleh laba yang maksimum adalah dengan mendapatkan perhatian dari konsumen melalui pemberian perhatian atas kepentingan lingkungan dan sosial. Melalui *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility* perusahaan berusaha mengurangi atau menghindari kerugian atas kerusakan lingkungan dimasa yang akan datang serta menciptakan keunggulan kompetitif melalui hasil produksi yang ramah lingkungan (Kusumaningtias, 2021).

Keuntungan sosial yang signifikan akan memperbaiki citra perusahaan. Citra perusahaan yang baik akan merangsang minat beli masyarakat sehingga meningkatkan jumlah penjualan yang akan mempengaruhi nilai perusahaan. Peningkatan indeks bagi investor ditandai dengan naiknya harga saham perusahaan. Dengan cara ini, mengirimkan sinyal terpisah bahwa perusahaan

perlu memberikan informasi kepada pihak eksternal untuk menjaga citra perusahaan (Omran dan Ramdhony, 2018). Manajemen menggunakan teori sinyal untuk memberikan gambaran kepada investor bagaimana masa depan perusahaan kedepannya yang nantinya akan menjadi pertimbangan.

Pada dasarnya, investor menilai kinerja bisnis berdasarkan seberapa baik perusahaan mengelola sumber dayanya untuk menghasilkan keuntungan. Tujuan utama penilaian kinerja perusahaan adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam kegiatan operasionalnya. Oleh karena itu, nilai perusahaan sangat penting untuk kelangsungan hidup perusahaan. Investor akan menanamkan modal jika suatu perusahaan memiliki nilai perusahaan yang baik karena mereka yakin akan mendapatkan keuntungan dari investasi tersebut. Sebaliknya, jika suatu perusahaan memiliki nilai perusahaan yang rendah atau bahkan buruk, investor tidak akan menanamkan modalnya. karena investor percaya bahwa bisnis tersebut tidak berjalan dengan baik dan mereka tidak ingin mengalami kerugian.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu bentuk pertanggungjawaban suatu perusahaan tidak hanya kepada pemegang saham tetapi juga kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan dengan perusahaan tersebut, hal yang sama juga berlaku bagi pemangku kepentingan seperti karyawan, kreditor, investor, pemerintah, lembaga sosial, konsumen dan lingkungan. CSR berperan penting dalam meningkatkan nilai pada perusahaan (*firm value*) hal ini dikarenakan perusahaan tidak hanya mengejar keuntungannya saja, melainkan harus bertanggung jawab terhadap permasalahan *social* yang timbul akibat

kegiatan lingkungan hidup (Putra, 2017). Perusahaan yang telah mempraktekkan kegiatan CSR seringkali mengungkapkan upaya pelaksanaan CSR tersebut. CSR menjadi bagian penting bagi kinerja keuangan perusahaan karena dapat menganalisa sejauh mana tanggung jawab dan kepedulian sosial bagi perusahaan dalam menjalankan bisnisnya.

Penelitian ini adalah penggabungan dari beberapa penelitian terdahulu Aprillia (2023), (Revaliana & Budiwitjaksono, 2022), (Yuliani & Prijanto, 2022), Selvia & Sulftri (2023) dan (Saputra, 2023). Perbedaan penelitian ini terdapat pada *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening untuk mengetahui apakah mampu untuk menghubungkan variabel independent dengan variabel dependent. Meskipun ada beberapa penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh praktik berkelanjutan, pengungkapan CED, CSR, dan *green accounting* terhadap nilai perusahaan, masih ada keterbatasan dalam literature terdahulu yang memerlukan penelitian lebih lanjut untuk mengisi celah pengetahuan. Penelitian ini akan fokus pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam periode 2019-2023 sebagai sampelnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana praktik berkelanjutan dan faktor-faktor lingkungan berkontribusi terhadap nilai perusahaan dalam konteks industri makanan dan minuman di Indonesia.

Saputra, (2023), Nafisa (2023) dan Selvia & Sulftri (2023), Fina (2024) menyatakan bahwa *green accounting* berdampak signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pendapat berbeda dilakukan oleh Hariadi &

Nurwanda (2024), Pangestu (2024), Gunawan & Mulyani (2023), Gunawan & Berliyanda (2024), Gayatri & Yuniarta (2024), Rangkuti *et al.*, (2024) yang menyatakan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Aprillia (2023), Nafisa (2023), Fina (2024) menyatakan bahwa *carbon emission disclosure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pendapat berbeda dilakukan oleh Hariadi & Nurwanda (2024), (Pangestu, 2024), Gayatri & Yuniarta (2024), (Gunawan & Berliyanda, 2024), yang menyatakan bahwa *carbon emission disclosure* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Revaliana & Budiwitjaksono (2022), (Pangestu, 2024), Gunawan & Mulyani (2023) menunjukkan bahwa variabel CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Saputra, (2023), Ariani, *et al.*, (2024) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Intihanah *et al.*, (2023) juga menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dengan mempertimbangkan fenomena tersebut, peneliti berpendapat bahwa aktivitas pengelolaan lingkungan juga memiliki pengaruh pada bagaimana perusahaan mencapai tujuannya. Pada dasarnya, perusahaan tidak hanya memperhatikan masalah keuntungan (profit) dari kegiatan operasionalnya, tetapi juga memperhatikan investasi yang menunjukkan nilainya. Studi ini melihat bagaimana penerapan *green accounting*, *corporate social responsibility* berdampak pada nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas terdapat beberapa fenomena dan perbedaan hasil penelitian sebelumnya sehingga peneliti melihat perlunya penelitian dengan judul **“Pengaruh *Green Accounting* dan *Carbon Emission Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini. Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Tahun 2020 terjadi penurunan nilai perusahaan yang signifikan hingga mencapai -1,02%, hal ini disebabkan adanya ketidakpastian permintaan barang dan jasa kemudian yang mempengaruhi keuntungan sebagian besar perusahaan-perusahaan yang ada di Bursa Efek Indonesia, akibatnya penurunan nilai perusahaan menjadi hal yang tidak dapat dihindari.
2. Tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 0,11 %, yang disebabkan oleh wabah virus COVID-19 yang menyebabkan penurunan harga saham karena investor menjual kembali saham untuk melindungi investasinya. Dalam situasi seperti ini, pelemahan ekonomi menurunkan daya beli masyarakat sehingga berdampak pada kinerja perusahaan makanan dan minuman.
3. Tahun 2022 kembali turun sebesar -0,27%, hal ini disebabkan oleh struktur modal yang mencirikan ekuitas, total utang, dan total aset, maka hal tersebut menjadi dasar bagi calon investor untuk menempatkan uangnya pada suatu bisnis.

1.3. Batasan dan Rumusan Masalah

1.3.1. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini terbatas pada variabel independen yang digunakan yaitu *green accounting* dan *carbon emission disclosure*.
2. Penelitian ini terbatas pada variabel dependen yang digunakan yaitu nilai perusahaan.
3. Variabel moderasi menggunakan *corporate social responsibility*.
4. Perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
5. Periode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu periode 2019-2023.

1.3.2. Perumusan Masalah

Masalah merupakan suatu keadaan atau penyimpangan yang terjadi dalam suatu organisasi yang menuntut untuk diadakannya suatu penyelesaian. Maka dalam hal ini penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah *carbon emission disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

3. Apakah *green accounting* dan *carbon emission disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah *corporate social responsibility* memoderasi pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
5. Apakah *corporate social responsibility* memoderasi pengaruh *carbon emission disclosure* terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
6. Apakah *corporate social responsibility* memoderasi pengaruh *green accounting* dan *carbon emission disclosure* terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis apakah *Green Accounting* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk menganalisis apakah *Carbon Emission Disclosure* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk menganalisis apakah *Green Accounting* dan *Carbon Emission Disclosure* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan

Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

4. Untuk menganalisis apakah *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
5. Untuk menganalisis apakah *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh *Carbon Emission Disclosure* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
6. Untuk menganalisis apakah *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh *Green Accounting* dan *Carbon Emission Disclosure* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan,

Diharapkan dapat memberi gambaran mengenai kondisi perusahaan sehingga dapat dijadikan pedoman dalam pengambilan keputusan dan dapat dijadikan sebagai informasi tambahan khususnya yang berhubungan dengan *green accounting* perusahaan dan sebagai saran atau masukan untuk melakukan perbaikan dalam upaya peningkatan kinerja perusahaan.

2. Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya,

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, referensi, dan pemahaman tentang pengaruh *green accounting*, *corporate social responsibility*, dan *media exposure* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pengembangan dan penambahan literatur terkait penelitian masa depan.

3. Bagi ilmu pengetahuan,

Adanya penelitian ini diharapkan menjadi saran pertimbangan untuk menetapkan suatu peraturan yang dapat digunakan secara menyeluruh dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan.

4. Bagi Masyarakat,

Sebagai sarana informasi yang dapat memberikan pengarah dan pengetahuan mengenai pengaruh *green accounting*, *corporate social responsibility*, dan *carbon emission disclosure* terhadap nilai perusahaan. selain itu, dapat dijadikan pedoman masyarakat dalam pengambilan keputusan investasi.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Uraian Teoritis

2.1.1 *Signaling Theory*

Penerbit teori sinyal (*signaling theory*) yaitu Spence pada tahun 1973. Spence mendefinisikan signalling sebagai upaya penyediaan informasi untuk menggambarkan suatu permasalahan secara akurat kepada pihak lain agar pihak lain bersedia berinvestasi. *Signaling Theory* berkaitan dengan informasi penting yang diungkapkan perusahaan kepada pihak eksternal untuk membuat keputusan investasi. Karena informasi pada dasarnya adalah investor dan pelaku ekonomi memandang informasi sebagai hakikatnya informasi adalah informasi yang tercatat dalam keadaan masa lampau, masa kini dan masa mendatang. Teori ini muncul dari adanya asimetri informasi antara agen (manajer) dan klien (pemegang saham). Asimetri informasi ini disebabkan oleh adanya ketidaksesuaian informasi yang diberikan oleh masing-masing pihak. Untuk mengatasi masalah ini, perusahaan perlu mengirimkan sinyal untuk investor (Magdalena & Trisnawati, 2022).

Signaling theory merupakan teori yang membahas sinyal-sinyal yang muncul dari suatu keputusan yang dilakukan perusahaan (Fahmi, 2019:110) atau *signaling theory* adalah teori yang melihat pada tanda-tanda yang menggambarkan tentang suatu kondisi suatu perusahaan (Fahmi, 2019:119). Dimana tanda-tanda tersebut berpengaruh terhadap keputusan investor. Tanggapan para investor terhadap sinyal positif atau negatif sangat mempengaruhi kondisi pasar, mereka

akan bereaksi dengan berbagai cara dalam menanggapi sinyal tersebut, seperti memburu saham yang dijual atau melakukan tindakan dalam bentuk tidak bereaksi dan menunggu (*wait and see*) perkembangan yang ada baru kemudian mengambil tindakan. Keputusan tersebut bukanlah hal yang salah, melainkan dilihat sebagai reaksi investor untuk menghindari timbulnya resiko yang lebih besar karena faktor pasar yang belum memberi keuntungan atau berpihak padanya.

Informasi yang telah disampaikan oleh perusahaan dan diterima oleh investor, akan diinterpretasikan dan dianalisis terlebih dahulu apakah informasi tersebut dianggap sebagai sinyal positif (berita baik) atau sinyal negatif (berita buruk) (Jogiyanto, 2020). Jika informasi tersebut bernilai positif berarti investor akan merespon secara positif dan mampu membedakan antara perusahaan yang berkualitas dengan yang tidak, sehingga harga saham akan semakin tinggi dan nilai perusahaan meningkat. Namun, jika investor memberikan sinyal negatif menandakan bahwa keinginan investor untuk berinvestasi semakin menurun dimana akan mempengaruhi penurunan nilai perusahaan.

Salah satu sinyal atau tanda-tanda yang dipaparkan oleh suatu perusahaan yaitu dalam bentuk laporan keuangan. Dimana fokus utama laporan keuangan adalah informasi mengenai kinerja perusahaan yang tersedia di dalam laporan keuangan dengan mengukur laba dan komponennya (Fahmi, 2019:120). (Ghozali, 2020:166) bahwa teori sinyal menjelaskan bagaimana dua pihak berperilaku ketika mereka memperoleh berbagai jenis informasi yang berbeda.

Teori ini menjelaskan alasan di balik dorongan perusahaan untuk mengkomunikasikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal. Dorongan ini timbul karena adanya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dan pihak luar (Hariadi & Nurwanda, 2024). Sebagai solusi, perusahaan dapat memberikan sinyal kepada pihak luar melalui laporan keuangan yang memuat informasi kredibel dan dapat dipercaya, yang memberikan keyakinan mengenai prospek keberlanjutan perusahaan di masa depan.

Menurut Brigham dan Houston (2019) teori sinyal menjelaskan tentang persepsi manajemen terhadap pertumbuhan perusahaan di masa depan, dimana akan mempengaruhi respon calon investor terhadap perusahaan. Sinyal tersebut berupa informasi yang menjelaskan tentang upaya manajemen dalam mewujudkan keinginan pemilik. Informasi tersebut dianggap sebagai indikator penting bagi investor dan pelaku bisnis dalam mengambil keputusan investasi.

2.1.2. Teori Agency

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan Teori Agensi (*agen theory*). Menurut Bastian (2020:213) teori Agensi (*agen theory*), atau yang sering disebut juga *contracting theory*, merupakan salah satu kebutuhan riset akuntansi terpenting saat ini. Penelitian yang dilakukan pada teori agensi bisa bersifat deduktif ataupun induktif dan merupakan kasus khusus riset perilaku, walaupun teori agensi berakar pada bidang keuangan dan ekonomi bukannya psikologi dan sosiologi. Agensi (*agency*) didefinisikan sebagai perilaku ataupun kegiatan tertentu yang dilakukan manusia dan yang diarahkan oleh aturan dan konteks di mana interaksi itu terjadi.

Teori agensi yang berfokus pada biaya-biaya pemantauan dan penyelenggaraan hubungan antara berbagai pihak. Teori agensi merupakan pengorbanan yang timbul dari hubungan keagenan apa pun, termasuk hubungan di dalam kontrak kerja antara pemegang saham dan manajer perusahaan. Oleh sebab itu, di dalam hubungan keagenan, setiap pihak akan menanggung biaya keagenan tidak hanya principal namun juga agen.

Menurut Jensen dan Meckling (1976), teori keagenan adalah rancangan yang menjelaskan hubungan kontetual antara principal dan agen, yaitu antara dua orang ataupun lebih, sebuah kelompok ataupun organisasi. Pihak principal ialah pihak yang berhak mengambil sebuah keputusan untuk masa depan perusahaan dan memberikan tanggung jawab kepada pihak lain (agen). Dalam bisnis makanan dan minuman, maka manajer merupakan principalnya dan manajer unit bisnis merupakan agen. Dengan demikian banyak terjadi dalam teori agensi, dimana agen akan lebih mengetahui dan memahami situasi perusahaan/organisasi sehingga dapat menimbulkan asimetri informasi yang bisa memicu tindakan principal yang tidak mampu dalam menetapkan apakah usaha yang dijalankan agen benar-benar disebut optimal (Ikhsan dan Ishak, 2020:26).

Agen diharapkan dapat ikut berpartisipasi dalam proses penyusunan anggaran dan memberikan informasi yang khusus mengenai keadaan unit organisasi, dengan demikian hal ini meminimalisir agen untuk melakukan asimetri informasi yang dapat merugikan perusahaan atau organisasi. Tapi kemauan dari principal tidak akan selalu sama dengan agen sehingga hal ini dapat memicu terjadinya konflik. Agen yang cenderung memberikan informasi yang tidak tepat

agar anggaran dapat mudah dicapai sehingga *rewards* akan diberikan sesuai dengan pencapaian anggaran tersebut. Keadaan seperti inilah yang menimbulkan terjadinya *budgetary slack*.

2.1.3. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan gambaran mengenai kondisi suatu perusahaan. Nilai perusahaan diperoleh dari kualitas kinerja suatu perusahaan khususnya kinerja keuangan, tentunya tidak bisa dikesampingkan dengan adanya dukungan dari kinerja nonkeuangan juga, sebagai sebuah sinergi yang saling mendukung pembentukan nilai perusahaan (Mardiyati & Ahmad, 2018:420). Nilai perusahaan dipandang sebagai sesuatu yang sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi, maka akan diikuti dengan tingginya kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Suroto, 2018:99).

Nilai perusahaan dicerminkan dari harga saham yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Nilai perusahaan pada umumnya diindikasikan dengan *Price to Book Value* (PBV). PBV yang cenderung tinggi akan membuat pasar semakin percaya terhadap prospek perusahaan di masa yang akan datang. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang selaras dengan keinginan para pemilik sehingga kesejahteraan juga meningkat. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dapat dipresentasikan oleh *return* saham yang tinggi, dimana *return* saham yang tinggi berasal dari tingginya harga saham suatu perusahaan. Harga saham yang tinggi membuat pasar percaya dengan kinerja perusahaan saat ini dan

juga terhadap prospek perusahaan di masa yang akan datang. Alasannya, karena nilai suatu perusahaan dapat memberikan keuntungan atau kemakmuran bagi para pemegang saham secara maksimal jika harga saham perusahaan tersebut meningkat. Semakin naik harga saham menyebabkan *return* saham juga meningkat, maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham sehingga situasi ini akan dilirik oleh investor (Patricia dan Tarigan, 2018:27)

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV) dimana PBV akan memperlihatkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan, semakin besar rasionya maka semakin tinggi perusahaan dinilai para investor. Sedangkan nilai buku (*Book Value*) adalah nilai bersih yang dimiliki pemegang saham dari hasil rasio dengan membagi total asset bersih dengan total saham yang beredar (Hermuningsih, 2019).

Firm value merupakan penilaian investor terhadap keberhasilan suatu perusahaan dan secara otomatis dikaitkan dengan harga sahamnya. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. *Firm value* juga dapat digambarkan sebagai keadaan suatu perusahaan (Saputra, 2023). *Firm value* dilihat melalui harga saham yang dipengaruhi pada factor indikator kinerja saham, peningkatan suku bunga dan keadaan asensial terhadap perusahaan (Andalas *et al.*, 2022). Sehingga apabila suatu perusahaan itu bernilai berharga maka dapat dikategorikan memiliki prospek masa depan (Toyibah & Ruhayat, 2021). Menurut Sulistiyowati dan Devinaya (2020), Nilai perusahaan memiliki sebuah indikator

dalam memperhitungkan suatu *firm value* yaitu dengan *price book value* (PBV), Rasio TobinsQ, *Price Earnings Ratio* (PER).

2.1.3. Green Accounting

Mengelola biaya lingkungan merupakan kebutuhan bisnis agar industri dapat beroperasi dengan cara yang ramah lingkungan. Ekoefisiensi adalah istilah yang dikenal dalam manajemen biaya lingkungan. Melalui ekoefisiensi, bisnis dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, konsumsi sumber daya, mengurangi biaya dan meningkatkan kinerja lingkungan, yang akan meningkatkan efisiensi ekonomi (Zulhaimi, 2019). Selain Pasal tersebut, terdapat juga Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 2007 yang memuat kewajiban Perseroan Terbatas (PT) dalam melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Pasal 77). kewajiban melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan RUPS direksi (tersedia pada pasal 66) dan didukung oleh PP No. 47 Tahun 2012. Untuk memenuhi kebutuhan basis pelanggan yang kuat terhadap produk ramah lingkungan, Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 dan PP No. Peraturan Nomor 47 Tahun 2012 mendorong perusahaan untuk menerapkan dan menerapkan *green industry* melalui *green accounting*.

Green accounting merupakan praktik akuntansi dimana perusahaan memperhitungkan biaya lingkungan, juga dikenal sebagai biaya pelestarian lingkungan, sebagai bagian dari pengeluarannya. Implementasi jangka panjang dari ide akuntansi hijau oleh bisnis akan memungkinkan untuk mengurangi biaya produksi, yang akan menurunkan biaya operasional. (Narayana & Wirakusuma, 2021). Jika sebuah perusahaan mengungkapkan kepeduliannya terhadap

lingkungan, dapat dikatakan bahwa ia dapat berkontribusi penuh untuk melindungi lingkungan. Kinerja lingkungan suatu perusahaan dapat menunjukkan betapa pedulinya perusahaan terhadap lingkungan, dan biaya lingkungannya dapat menunjukkan betapa pedulinya perusahaan terhadap lingkungan (Gustinya, 2022). *Green accounting* diukur memakai variabel dummy yang sesuai dengan yang diteliti oleh Sapulette dan Limba (2021).

Menurut Saskia (2022), tujuan utama dari akuntansi lingkungan adalah untuk mengoreksi kesenjangan informasi (*information gap*) yang timbul karena tidak teridentifikasinya biaya dan kerusakan lingkungan serta penggunaan informasi ini untuk mendukung keputusan bisnis. Terdapat dua tujuan dikembangkannya akuntansi lingkungan, yaitu:

- a. Akuntansi merupakan sebuah alat manajemen lingkungan Sebagai alat manajemen lingkungan, akuntansi lingkungan digunakan untuk menilai keefektifan kegiatan konservasi berdasarkan ringkasan dan klasifikasi bidang konservasi lingkungan.
- b. Akuntansi lingkungan merupakan alat komunikasi perusahaan dengan masyarakat sebagai alat komunikasi dengan publik, akuntansi lingkungan digunakan untuk menyampaikan dampak negatif lingkungan, kegiatan konservasi lingkungan dan hasilnya kepada publik. Tanggapan dan pandangan terhadap akuntansi lingkungan dari pihak pelanggan dan masyarakat digunakan sebagai umpan balik untuk mengubah pendekatan perusahaan dalam pelestarian atau pengelolaan lingkungan.

Akuntansi lingkungan diklasifikasikan dengan cara yang sama dengan akuntansi tradisional yaitu berdasarkan fungsinya atau target/ sasaran informasi yang dihasilkannya. Environment *agency* japan menjelaskan bahwa fungsi akuntansi lingkungan terdiri atas fungsi internal dan eksternal, oleh karena itu sistem akuntansi lingkungan harus dibangun dengan asumsi bahwa hasilnya akan digunakan secara internal maupun eksternal. Untuk penggunaan internal informasinya disesuaikan dengan kebutuhan manajemen sedangkan untuk penggunaan eksternal pelaporannya disesuaikan dengan standar yang berlaku. Dengan demikian, akuntansi lingkungan dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu:

- a. Akuntansi manajemen lingkungan (*environmental management accounting/EMA*); Bidang ini identik dengan akuntansi manajemen yang bertugas menyediakan informasi bagi manajemen.
- b. Akuntansi keuangan lingkungan (*environmental financial accounting/EFA*). IFAC mendefinisikan EMA adalah: EMA pada dasarnya merupakan pengembangan dari akuntansi manajemen tradisional dengan penekanan pada aspek lingkungan dan dengan memperhatikan aliran data dan informasi secara fisik maupun secara moneter. Dalam EMA, informasi yang disajikan adalah informasi yang berkaitan dengan aspek lingkungan, dalam satuan fisik dan satuan moneter. Secara fisik, data yang dikumpulkan oleh EMA adalah data mengenai *input* yang digunakan dalam proses produksi berupa bahan, air dan energi serta data mengenai *output* yang dihasilkan berupa produk dan non-produk (limbah dan emisi). Secara moneter, data yang dimaksud adalah data.

Biaya yang berhubungan dengan *input* dan *output* tersebut, yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk meminimalkan dampak lingkungan (Sapulette dan Limba, 2021).

2.1.4. Carbon Emission Disclosure

Pengungkapan emisi karbon adalah langkah yang diambil perusahaan untuk mencatat, mengenali, mengukur, dan menyampaikan informasi mengenai jumlah emisi karbon yang dihasilkan. Emisi karbon mengacu pada gas karbon yang dilepaskan ke atmosfer akibat berbagai aktivitas manusia, terutama yang terkait dengan operasional perusahaan (Sunarto & Trisyanto, 2024). Umumnya, pengungkapan ini dilakukan melalui laporan tahunan atau laporan keberlanjutan perusahaan.

Sebuah perusahaan tidak dapat beroperasi tanpa adanya dukungan lingkungan tempat kegiatan tersebut berlangsung. Karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk menyesuaikan praktik mereka dengan norma, budaya, dan nilai-nilai masyarakat di sekitar mereka. Hal ini mendorong perusahaan untuk mengungkapkan lebih banyak informasi terkait dampak lingkungan, termasuk emisi karbon. Dengan mencantumkan informasi ini dalam laporan tahunan, perusahaan dapat menunjukkan tingkat transparansi dan akuntabilitas yang tinggi. Pengungkapan emisi karbon berpotensi menciptakan citra positif bagi perusahaan dan menarik minat investor yang melihatnya sebagai tanda keberlanjutan. Pengungkapan emisi karbon ini merupakan bagian dari pelaporan tambahan yang diatur dalam PSAK No. 1 paragraf 12 (revisi 2009) (Bahriansyah & Ginting, 2022).

Praktik pengungkapan informasi emisi karbon merupakan implikasi dari PSAK No.1 paragraf 9 mengenai pengungkapan perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Selain itu, dalam peraturan IFRS S1 & S2 Tahun 2023 disebutkan bahwa perusahaan perlu menaruh fokus pada informasi yang dipertimbangkan investor terkait peluang dan juga risiko bisnis terhadap perubahan iklim dan *sustainability*. Namun, pada praktiknya saat ini masih belum banyak diimplementasikan oleh perusahaan di Indonesia dengan banyak pertimbangan seperti dari sisi legitimasi, perusahaan dapat menarik perspektif yang baik dan mendorong legitimasi dari pihak stake holder maupun masyarakat dan meminimalkan risiko hukum terkait permasalahan lingkungan sedangkan dari sisi biaya, pengungkapan emisi karbon dapat meningkatkan biaya operasional perusahaan (Yan *et al.*, 2020).

Tabel 2.1. Carbon Disclosure Project (CDP)

No	Kategori	Item
1	<i>Climate Change (CC): Risk and Oppurtunity</i>	CC1: Penilaian atau penjelasan terkait dengan risiko yang berkaitan dengan perubahan iklim, baik yang berasal dari regulasi spesifik maupun umum, serta langkah-langkah yang diambil untuk mengelola risiko tersebut.
		CC2: Penilaian atau penjelasan mengenai dampak finansial, bisnis, dan peluang yang berhubungan dengan perubahan iklim, baik yang ada saat ini maupun yang diperkirakan akan terjadi di masa depan.
2	<i>Greenhouse Gasses (GHG)</i>	GHG1: Menjelaskan metode yang digunakan untuk menghitung emisi Gas Rumah Kaca (GHG).
		GHG2: Verifikasi eksternal mengenai jumlah emisi Gas Rumah Kaca (GHG).
		GHG3: Total emisi Gas Rumah Kaca yang dihasilkan (dalam metrik ton CO ₂).
		GHG4: Pengungkapan emisi Gas Rumah Kaca yang

No	Kategori	Item
		termasuk dalam lingkup 1, 2, atau 3 yang bersifat langsung.
		GHG5: Pengungkapan mengenai sumber atau asal emisi Gas Rumah Kaca (misalnya: batu bara, listrik, dll).
		GHG6: Pengungkapan emisi Gas Rumah Kaca berdasarkan fasilitas atau segmen tertentu.
		GHG7: Perbandingan antara emisi Gas Rumah Kaca dengan tahun sebelumnya.
3	<i>Energy Consumption</i> (EC):	EC1: Jumlah total energi yang dikonsumsi (misalnya: tera-joule atau peta-joule).
		EC2: Penggunaan energi yang berasal dari sumber yang dapat diperbaharui.
		EC3: Pengungkapan penggunaan energy berdasarkan jenis, fasilitas, atau segmen.
4	<i>Reduction Cost</i> (RC):	RC1: Penjelasan tentang perencanaan atau strategi yang diterapkan untuk mengurangi emisi Gas Rumah Kaca.
		RC2: Spesifikasi terkait tingkat pengurangan emisi Gas Rumah Kaca dan target yang ditetapkan setiap tahunnya.
		RC3: Pengurangan emisi dan biaya yang dikeluarkan atau akan dikeluarkan untuk mencapai pengurangan tersebut.
		RC4: Biaya terkait dengan emisi masa depan yang sudah dimasukkan dalam perencanaan modal perusahaan.
5	<i>Accounting Carbon Cost</i> (ACC):	ACC1: Indikasi mengenai peran dewan komite (atau badan eksekutif lainnya) dalam bertanggung jawab terhadap kegiatan yang berhubungan dengan perubahan iklim.
		ACC2: Deskripsi tentang mekanisme yang diterapkan oleh dewan (atau badan eksekutif lainnya) untuk meninjau kelangsungan hidup perusahaan dalam menghadapi perubahan iklim.

2.1.5 Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility (CSR) merupakan sebuah proses dimana organisasi dapat menjadi sukarelawan memasukkan kepedulian terhadap

lingkungan sekitar dan *social* dalam bentuk pergerakan bisnis mereka serta interaksi kepada pemangku kepentingan, melampaui pertanggungjawaban hukum. (Wardhani *et al.*, 2021). Konsep CSR melibatkan pembagian tanggung jawab antara pemerintah, kelompok sumber daya lokasi. Kolaborasi ini merupakan tanggung jawab sosial antar pemangku kepentingan. CSR adalah proses memberikan sebuah informasi tentang kegiatan perusahaan serta dampak sosial dan lingkungannya kepada kelompok yang berkepentingan. Keterbukaan informasi sosial mengenai tanggung jawab perusahaan mutlak diperlukan karena pada akhirnya perusahaan mendapatkan nilai dengan berkontribusi kepada komunitas di sekitar perusahaan, termasuk dengan memanfaatkan sumber daya sosial (Wardhani *et al.*, 2021).

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* berkembang pada akhir tahun 90'an dengan ditandai munculnya definisi CSR oleh WBSD (*World Business Council for Sustainable Development*) tahun 1995. WBSD memaknai CSR sebagai komitmen bisnis untuk berperilaku etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, serta masyarakat lokal dan masyarakat pada umumnya (Rudito & Famiola, 2020).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *Social Disclosure*, *Corporate Social Reporting*, *Social Accounting* atau *Corporate Social Responsibility* (Hackston dan Milne, 2019) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap

masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), diluar peran tradisional untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Ghoul *et. al.*, 2021).

Definisi mengenai *Corporate Social Responsibility* sekarang ini sangatlah beragam. *World Bank* (Bank Dunia) mendefinisikan CSR sebagai suatu komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan yang dapat bekerja sama dengan karyawan dan masyarakat lebih luas untuk meningkatkan kualitas hidup, dengan cara yang baik bagi bisnis maupun pengembangan.

Tabel 2.2. Indeks CSR berdasarkan GRI G4

KATEGORI EKONOMI		
Kinerja Ekonomi	EC1	Nilai ekonomi yang dihasilkan oleh perusahaan dan dibagikan kepada pihak-pihak terkait.
	EC2	Dampak finansial, risiko, dan peluang yang timbul bagi kegiatan organisasi akibat perubahan iklim.
	EC3	Lingkup kewajiban yang dimiliki organisasi terkait dengan program pensiun atau imbalan pasti lainnya.
	EC4	Dukungan keuangan yang diberikan oleh pemerintah kepada organisasi.
Keberadaan Pasar	EC5	Perbandingan antara gaji standar pekerja pemula menurut jenis kelamin dengan upah minimum yang berlaku di daerah-daerah operasional utama.
	EC6	Perbandingan jumlah manajer senior yang dipekerjakan dari kalangan masyarakat lokal di lokasi-lokasi operasi utama.

Dampak Ekonomi Langsung	EC7	Proses pembangunan serta pengaruh yang ditimbulkan dari investasi dalam infrastruktur dan layanan yang disediakan.
	EC8	Pengaruh ekonomi yang tidak langsung namun signifikan, beserta ukuran dampaknya.
Praktik Pengadaan	EC9	Perbandingan antara pembelian barang dan jasa dari pemasok lokal di lokasi-lokasi operasional yang penting.
KATEGORI LINGKUNGAN		
Bahan	EN1	Penggunaan bahan yang diukur berdasarkan bobot atau volume.
	EN2	Proporsi bahan yang digunakan yang berasal dari bahan daur ulang sebagai input.
	EN3	Penggunaan energi yang terjadi dalam organisasi itu sendiri.
	EN4	Penggunaan energi yang terjadi di luar organisasi, namun terkait dengan operasionalnya.
	EN5	Tingkat penggunaan energi yang dibutuhkan dalam suatu proses atau operasi.
	EN6	Penurunan jumlah energi yang digunakan dalam suatu kegiatan atau operasi.
	EN7	Penurunan jumlah energi yang diperlukan untuk menghasilkan produk atau menyediakan layanan.
Air	EN8	Jumlah total air yang diambil, yang dibagi berdasarkan sumber asalnya.
	EN9	Sumber air yang terpengaruh secara substansial oleh proses pengambilan air.
	EN10	Proporsi dan jumlah total air yang didaur ulang dan digunakan kembali.
Keanekaragaman Hayati	EN11	Lokasi operasional yang dimiliki, disewa, atau dikelola di dalam atau dekat dengan kawasan yang dilindungi serta kawasan yang memiliki tingkat keanekaragaman hayati yang tinggi di luar kawasan lindung.
	EN12	Penjelasan mengenai dampak signifikan dari kegiatan, produk, dan layanan terhadap keanekaragaman hayati di kawasan yang dilindungi dan kawasan dengan keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung.

	EN13	Area habitat yang telah dilindungi dan dipulihkan Kembali.
	EN14	Total jumlah spesies yang tercatat dalam Daftar Merah IUCN dan spesies yang termasuk dalam daftar spesies yang dilindungi nasional, dengan habitat yang terpengaruh oleh operasi, berdasarkan tingkat ancaman kepunahan.
Emisi	EN15	Emisi gas rumah kaca yang dihasilkan langsung dari sumber yang dimiliki atau dikendalikan oleh organisasi (cakupan 1).
	EN16	Emisi gas rumah kaca yang terkait dengan pembelian energi dari sumber eksternal (cakupan 2).
	EN17	Emisi gas rumah kaca yang dihasilkan dari kegiatan lain yang tidak langsung terkait dengan energi (cakupan 3).
	EN18	Tingkat emisi gas rumah kaca yang dihasilkan per unit kegiatan atau operasi.
	EN19	Upaya untuk menurunkan jumlah emisi gas rumah kaca yang dihasilkan.
	EN20	Emisi zat-zat yang dapat merusak lapisan ozon.
	EN21	Emisi nitrogen oksida (NO _x), sulfur oksida (SO _x), dan polutan udara penting lainnya.
Efluen dan Limbah	EN22	Jumlah total air limbah yang dibuang, berdasarkan kualitas dan tujuannya.
	EN23	Berat total limbah yang dihasilkan, dikelompokkan berdasarkan jenis dan cara pembuangannya.
	EN24	Total jumlah dan volume dari tumpahan yang dianggap signifikan.
	EN25	Berat limbah yang tergolong berbahaya sesuai dengan ketentuan Konvensi Basel (Lampiran I, II, III, dan IV), yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, serta persentase limbah yang dikirim untuk pengiriman internasional.
	EN26	Identitas, ukuran, status perlindungan, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air serta habitat yang terkena dampak secara signifikan akibat pembuangan air dan limpasan dari organisasi.
Produk dan Jasa	EN27	Tingkat upaya yang dilakukan untuk mengurangi dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh produk dan jasa.

	EN28	Proporsi produk yang terjual dan kemasannya yang dikumpulkan kembali untuk didaur ulang, berdasarkan kategori.
Kepatuhan	EN29	Total nilai denda yang signifikan dan jumlah sanksi non-moneter terkait ketidakpatuhan terhadap hukum dan peraturan lingkungan.
Transportasi	EN30	Dampak lingkungan yang signifikan akibat transportasi produk, barang, bahan untuk operasional organisasi, serta transportasi tenaga kerja.
Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi yang dilakukan untuk perlindungan lingkungan, dikategorikan berdasarkan jenisnya.
Asesmen Pemasok atas Lingkungan	EN32	Proporsi pemasok baru yang diseleksi berdasarkan kriteria lingkungan.
	EN33	Dampak negatif signifikan terhadap lingkungan yang sudah terjadi maupun yang berpotensi terjadi dalam rantai pasokan, serta langkah-langkah yang telah diambil untuk mengatasinya.
Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan terkait dampak lingkungan yang diterima, diproses, dan diselesaikan melalui saluran pengaduan resmi.
KATEGORI SOSIAL		
Sub Kategori: Praktik Ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja		
Kepegawaian	LA1	Total jumlah dan tingkat perekrutan karyawan baru serta tingkat perputaran karyawan berdasarkan usia, jenis kelamin, dan lokasi.
	LA2	Fasilitas atau tunjangan yang diberikan kepada karyawan penuh waktu yang tidak diberikan kepada karyawan kontrak atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasional yang utama.
	LA3	Persentase karyawan yang kembali bekerja dan mempertahankan pekerjaannya setelah cuti melahirkan, berdasarkan jenis kelamin.
Hubungan Industrial	LA4	Waktu pemberitahuan minimum terkait perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama antara perusahaan dan karyawan.

	LA5	Proporsi tenaga kerja yang tergabung dalam komite manajemen pekerja formal yang memberikan masukan dan pengawasan terhadap program kesehatan dan keselamatan kerja.
	LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit yang disebabkan oleh pekerjaan, jumlah hari yang hilang, serta angka kematian yang tercatat, dibagi menurut lokasi dan jenis kelamin.
	LA7	Pekerjaan yang rentan atau berisiko tinggi terhadap penyakit yang berkaitan langsung dengan jenis pekerjaan tersebut.
	LA8	Isu kesehatan dan keselamatan yang dibahas dan tercantum dalam perjanjian resmi dengan serikat pekerja.
Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Rata-rata jam pelatihan per tahun yang diterima oleh karyawan, dibedakan berdasarkan jenis kelamin dan kategori pekerjaan.
	LA10	Program yang dirancang untuk mengelola keterampilan dan pembelajaran berkelanjutan guna mendukung karier jangka panjang karyawan dan membantu mereka merencanakan masa pensiun.
	LA11	Persentase karyawan yang menerima penilaian kinerja dan perencanaan pengembangan karier secara rutin, berdasarkan jenis kelamin dan kategori pekerjaan.
Keberagaman dan Kesetaraan Pulang	LA12	Persentase karyawan yang menerima penilaian kinerja dan perencanaan pengembangan karier secara rutin, berdasarkan jenis kelamin dan kategori pekerjaan.
Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki	LA13	Perbandingan gaji pokok dan remunerasi antara perempuan dan laki-laki, dibedakan berdasarkan kategori pekerjaan dan lokasi operasional yang utama.
Asesmen Pemasok atas Praktik Ketenagakerjaan	LA14	Proporsi pemasok baru yang diseleksi berdasarkan kriteria terkait praktik ketenagakerjaan yang adil.
	LA15	Dampak negatif yang sudah terjadi dan yang berpotensi terjadi terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan, serta langkah-langkah yang telah diambil untuk mengatasinya.

Mekanisme Pengaduan Masalah Ketenagakerjaan	LA16	Jumlah pengaduan terkait praktik ketenagakerjaan yang diterima, diproses, dan diselesaikan melalui sistem pengaduan resmi.
Sub Kategori Hak Asasi Manusia		
Hak Asasi Manusia	HR1	Total jumlah serta persentase kontrak dan perjanjian investasi utama yang memuat klausul mengenai hak asasi manusia atau penyaringan berbasis hak asasi manusia.
	HR2	Durasi pelatihan yang diberikan kepada karyawan tentang kebijakan atau prosedur terkait hak asasi manusia yang relevan dengan aktivitas operasional, serta persentase karyawan yang telah mengikuti pelatihan ini.
Non Diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi yang terjadi beserta langkah-langkah perbaikan yang telah diambil.
Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR4	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi memiliki potensi atau risiko tinggi melanggar hak kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, serta tindakan yang dilakukan untuk mendukung hak-hak ini.
	HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi memiliki potensi atau risiko tinggi melanggar hak kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, serta tindakan yang dilakukan untuk mendukung hak-hak ini.
Pekerja Paksa atau Wajib Kerja	HR6	Operasi dan pemasok yang berisiko tinggi terlibat dalam praktik kerja paksa atau wajib kerja, dan langkah-langkah yang dilakukan untuk menghapuskan semua bentuk kerja paksa atau wajib kerja.
Praktik Pengamanan	HR7	Persentase petugas keamanan yang telah menerima pelatihan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia yang relevan dengan operasi di organisasi.
Hak Adat	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan langkah perbaikan yang dilakukan.

Asesmen	HR9	Total jumlah dan persentase operasi yang telah melalui tinjauan atau penilaian dampak hak asasi manusia.
Asesmen Pemasok atas Hak Asasi Manusia	HR10	Persentase pemasok baru yang disaring menggunakan kriteria berbasis hak asasi manusia.
	HR11	Dampak negatif yang signifikan, baik actual maupun potensial, terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang dilakukan untuk mengatasinya.
Mekanisme Pengaduan Hak Asasi Manusia	HR12	Jumlah pengaduan terkait dampak terhadap hak asasi manusia yang telah diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal.
Sub Kategori: Masyarakat		
Masyarakat Lokal	SO1	Persentase operasi yang melibatkan masyarakat lokal, termasuk penilaian dampak dan pelaksanaan program pengembangan.
	SO2	Operasi yang memiliki dampak negatif yang signifikan, baik aktual maupun potensial, terhadap masyarakat lokal.
Anti Korupsi	SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang telah dinilai terhadap risiko terkait korupsi, beserta risiko signifikan yang teridentifikasi.
	SO4	Pelaksanaan komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi.
	SO5	Insiden korupsi yang terbukti terjadi dan langkah-langkah yang diambil sebagai tanggapan.
Kebijakan Publik	SO6	Jumlah total kontribusi politik, dengan rincian berdasarkan negara dan penerima manfaat.
	SO7	Jumlah total kasus hukum terkait praktik anti persaingan, anti-trust, dan monopoli, beserta hasilnya.
Kepatuhan	SO8	Nilai moneter dari denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter yang diberikan karena ketidakpatuhan terhadap hukum dan peraturan.
Asesmen Pemasok Atas	SO9	Persentase pemasok baru yang disaring berdasarkan kriteria dampak terhadap Masyarakat.

Dampak Masyarakat	SO10	Dampak negatif yang signifikan, baik actual maupun potensial, terhadap masyarakat dalam rantai pasokan serta langkah-langkah yang diambil untuk menanganinya.
Mekanisme Pengaduan Dampak terhadap Masyarakat	SO11	Jumlah total pengaduan mengenai dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal.
Sub Kategori Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan		
Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan	PR1	Persentase kategori produk dan layanan utama yang dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan telah dievaluasi untuk perbaikan.
	PR2	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan kode etik sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan produk dan layanan sepanjang siklus hidupnya, diklasifikasikan berdasarkan jenis hasil.
Pelabelan Produk dan Jasa	PR3	Jenis informasi produk dan layanan yang diwajibkan oleh prosedur organisasi terkait pelabelan produk dan layanan, serta persentase kategori produk dan layanan utama yang harus mematuhi persyaratan informasi ini.
	PR4	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan kode etik sukarela yang terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan layanan, diklasifikasikan menurut jenis hasil.
	PR5	Hasil survei untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan.
Komunikasi Pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau yang menjadi objek sengketa.
	PR7	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan kode etik sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil.
Privasi Pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti mengenai pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.

Kepatuhan	PR9	Nilai moneter dari denda signifikan yang dikenakan akibat ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan layanan.
-----------	-----	---

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Berikut ini disajikan tabel penelitian terdahulu yang telah dilakukan :

Tabel 2.3.
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Indikator Variabel	Hasil Penelitian
1	Aprillia (2023)	Pengaruh <i>Carbon Emission Disclosure</i> Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Intervening	$X_1 = \text{Carbon Emission Disclosure}$ $X_2 = \text{Kinerja Lingkungan}$ $Y = \text{Nilai Perusahaan}$ $Z = \text{Kinerja Keuangan}$	<i>Carbon emission disclosure</i> dan Kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan secara parsial, Kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, Kinerja keuangan tidak memediasi hubungan antara <i>carbon emission disclosure</i> terhadap nilai Perusahaan.
2	Sari., W. P., &	Pengaruh <i>Green Accounting</i> ,	$X_1 = \text{Green Accounting}$	<i>Green accounting</i> tidak berpengaruh positif

No	Peneliti	Judul	Indikator Variabel	Hasil Penelitian
	Machdar, N. M. (2023)	<i>Corporate Social Responsibility Disclosure dan Earnings Quality Terhadap Firm Value Melalui Profitability sebagai Variabel Intervening</i>	$X_2 = \text{Corporate Social Responsibility Disclosure}$ $X_3 = \text{Earnings Quality}$ $Y = \text{Nilai Perusahaan}$ $Z = \text{Profitability}$	terhadap nilai Perusahaan; <i>Corporate social responsibility disclosure</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan; kualitas laba berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan; <i>Green accounting</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening; <i>Corporate social responsibility disclosure</i> berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening;
3	Nafisa (2023)	<i>Pengaruh Green Accounting dan Carbon Emission Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)</i>	$X_1 = \text{Green Accounting}$ $X_2 = \text{Carbon Emission Disclosure}$ $Y = \text{Nilai Perusahaan}$	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>green accounting</i> dan <i>carbon emission disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Dengan menerapkan <i>green accounting</i> dan <i>carbon emission</i>

No	Peneliti	Judul	Indikator Variabel	Hasil Penelitian
		Tahun 2020-2021)		<i>disclosure</i> maka akan meningkatkan nilai perusahaan.
4	Hariadi & Nurwanda (2024)	Pengaruh <i>Carbon Emission Disclosure</i> (CED), <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), Dan <i>Green Accounting</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening	$X_1 = \text{Carbon Emission Disclosure}$ $X_2 = \text{Corporate Social Responsibility}$ $X_3 = \text{Green Accounting}$ $Y = \text{Nilai Perusahaan}$ $Z = \text{Profitabilitas}$	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Carbon Emission Disclosure</i> dan <i>Green Accounting</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara parsial, <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara parsial, <i>Carbon Emission Disclosure</i> dan <i>Green Accounting</i> tidak berpengaruh terhadap profitabilitas secara parsial, <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh terhadap profitabilitas. <i>Carbon Emission Disclosure</i> , <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Green Accounting</i> melalui profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai

No	Peneliti	Judul	Indikator Variabel	Hasil Penelitian
				perusahaan secara parsial.
5	Pangestu (2024)	Pengaruh <i>Carbon Emission Disclosure</i> , <i>Corporate Social Responsibility</i> , Dan <i>Green Accounting</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Sektor Energi Dan Basic Materials Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023	$X_1 = \text{Carbon Emission Disclosure}$ $X_2 = \text{Corporate Social Responsibility}$ $X_3 = \text{Green Accounting}$ $Y = \text{Nilai Perusahaan}$ $Z = \text{Profitabilitas}$	Hasil pengujian menunjukkan bahwa <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan <i>carbon emission disclosure</i> dan <i>green accounting</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Disamping itu, profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh <i>carbon emission disclosure</i> , <i>corporate social responsibility</i> , dan <i>green accounting</i> terhadap nilai perusahaan.
6	Fina (2024)	Pengaruh <i>Green Accounting</i> , <i>Carbon Emission Disclosure</i> dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	$X_1 = \text{Green Accounting}$ $X_2 = \text{Carbon Emission Disclosure}$ $X_3 = \text{Profitabilitas}$ $Y = \text{Nilai Perusahaan}$	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>green accounting</i> dan <i>Carbon Emission Disclosure</i> tidak memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas memiliki

No	Peneliti	Judul	Indikator Variabel	Hasil Penelitian
				dampak yang signifikan.
7	Gunawan & Mulyani (2023)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan <i>Green Accounting</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Variabel Moderasi Profitabilitas	$X_1 = \text{Corporate Social Responsibility}$ $X_2 = \text{Green Accounting}$ $Y = \text{Nilai Perusahaan}$ $Z = \text{Profitabilitas}$	Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan dan <i>Green Accounting</i> tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Variabel Profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh <i>Green Accounting</i> terhadap Nilai Perusahaan dan mampu memperkuat pengaruh positif <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan.
8	Gunawan & Berliyanda (2024)	Pengaruh <i>Green Accounting</i> , Pengungkapan Emisi Karbon, dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan	$X_1 = \text{Green Accounting}$ $X_2 = \text{Pengungkapan Emisi Karbon}$ $X_3 = \text{Kinerja Lingkungan}$ $Y = \text{Nilai Perusahaan}$	Hasil penelitian ini adalah akuntansi hijau tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pengungkapan emisi karbon tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

No	Peneliti	Judul	Indikator Variabel	Hasil Penelitian
9	Selvia & Sulftri (2023)	<i>Green Accounting, Corporate Social Responsibility</i> dan Financial Distress Terhadap Nilai Perusahaan	X ₁ = <i>Green Accounting</i> X ₂ = <i>Corporate Social Responsibility</i> X ₃ = Financial Distress Y = Nilai Perusahaan	<i>Green accounting</i> berdampak signifikan dan positif, <i>Corporate Social Responsibility</i> berdampak signifikan dan positif, <i>Financial Distress</i> berdampak signifikan dan negatif terhadap nilai <i>company</i> manufaktur periode 2019–2021.
10	Revaliana & Budiwitjaksana (2022)	CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening	X = <i>Corporate Social Responsibility</i> Z = Kinerja Keuangan Y = Nilai Perusahaan	CSR dan kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kinerja keuangan sebagai variabel mediasi juga memiliki pengaruh dalam memediasi CSR dan nilai perusahaan.
11	Intihanah <i>et al.</i> , (2023)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Bukti Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Di	X = Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Y = Nilai Perusahaan	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

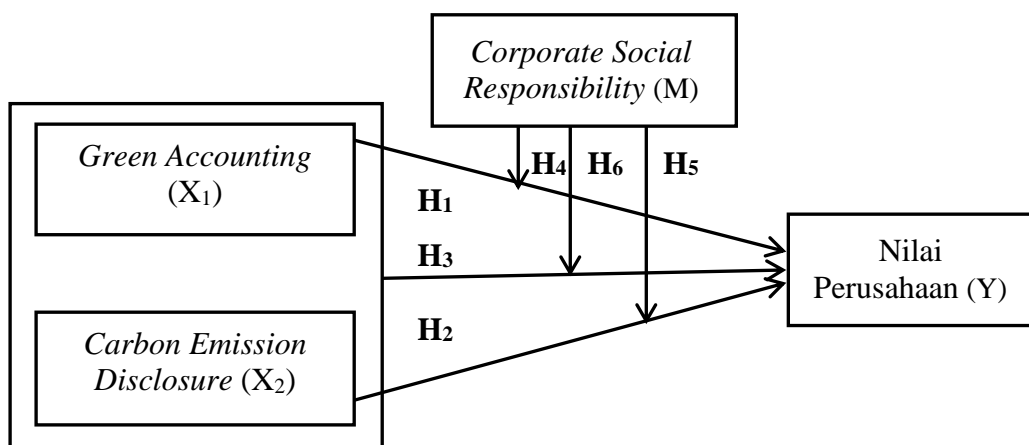
No	Peneliti	Judul	Indikator Variabel	Hasil Penelitian
		Bursa Efek Indonesia)		
12	Yuliani & Prijanto (2022)	Pengaruh Penerapan <i>Green Accounting</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating	X = Penerapan <i>Green Accounting</i> Z = Profitabilitas Y = Nilai Perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan akuntansi hijau berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun profitabilitas tidak mampu memoderasi (melemahkan) hubungan antara keduanya.
13	Ariani, <i>et al.</i> , (2024)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> , Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan	X ₁ = <i>Green Accounting</i> X ₂ = <i>Corporate Social Responsibility</i> X ₃ = Financial Distress Y = Nilai Perusahaan	<i>Corporate social responsibility</i> dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
14	Rangkuti <i>et al.</i> , (2024)	Evaluating The Influence Of <i>Green Accounting</i> , Profitability, And Financial Distress On <i>Firm Value</i> :	X ₁ = <i>Green Accounting</i> X ₂ = <i>Profitability</i> X ₃ = Financial Distress Y = <i>Firm Value</i>	Secara parsial menunjukkan bahwa akuntansi hijau dan kesulitan keuangan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan

No	Peneliti	Judul	Indikator Variabel	Hasil Penelitian
		Evidence From The Consumer Goods Manufacturing Industry		profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Secara simultan menunjukkan bahwa akuntansi hijau, profitabilitas dan kesulitan keuangan berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan.

Sumber: data diolah, 2025

2.3. Kerangka Konseptual

Dibawah ini akan diuraikan kerangka konseptual pengaruh *Green Accounting* dan *Carbon Emission Disclosure* terhadap Nilai Perusahaan dimoderasi oleh *Corporate Social Responsibility*.



Gambar 2.1.
Kerangka Konseptual

2.4. Hipotesis

Menurut Noor (2019:79), hipotesis adalah suatu kesimpulan yang masih diragukan kebenarannya dengan pengertian lain bahwa jawaban sementara yang masih belum dapat dibuktikan kebenarannya.

2.4.1. Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan

Praktik akuntansi hijau merupakan langkah yang dapat diambil oleh perusahaan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Tujuan utama dari *green accounting* adalah untuk menjaga kelestarian lingkungan dengan mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam menjalankan operasionalnya. Penerapan akuntansi hijau dapat memengaruhi keputusan investasi, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang melaporkan biaya-biaya terkait lingkungan akan memperoleh legitimasi sebagai perusahaan yang peduli terhadap isu-isu lingkungan, yang dapat memperbaiki reputasi mereka di mata publik. Langkah ini, pada gilirannya, dapat menarik perhatian investor yang sensitif terhadap isu lingkungan, sehingga memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan (Gunawan & Berliyanda, 2024).

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Lestari & Khomsiyah (2023), yang menunjukkan bahwa akuntansi hijau memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena dapat memenuhi ekspektasi pemangku kepentingan terkait transparansi dampak lingkungan, sehingga menciptakan citra positif di masyarakat. Penelitian Fini & Astuti (2024) juga membuktikan bahwa penerapan akuntansi hijau memberikan dampak signifikan terhadap nilai

perusahaan, karena mampu menarik perhatian pemangku kepentingan untuk berinvestasi, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

H₁: *Green Accounting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2.4.2. Pengaruh *Carbon Emission Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan

Hubungan antara pengungkapan emisi karbon dan nilai perusahaan dapat dijelaskan melalui teori legitimasi dan teori sinyal. Menurut teori legitimasi, perusahaan berusaha mendapatkan pengakuan dari lingkungan sekitarnya terkait dengan kegiatan operasionalnya. Salah satu cara untuk memperoleh legitimasi tersebut adalah dengan menginformasikan dampak aktivitas perusahaan terhadap lingkungan. Perusahaan yang berhasil memperoleh legitimasi akan meningkatkan citra dan reputasinya di mata pemangku kepentingan, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan secara keseluruhan (Putri & Agustin, 2023). Sejalan dengan teori sinyal, perusahaan akan mengungkapkan informasi yang memberikan sinyal positif mengenai keberhasilan mereka dalam menjalankan aktivitas bisnis. Sinyal positif ini akan mendapatkan respons yang baik dari para pemangku kepentingan, terutama pemegang saham, yang akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan pemegang saham maupun calon investor, sehingga berdampak pada kenaikan harga saham dan nilai perusahaan.

Pemikiran bahwa pengungkapan emisi karbon dapat mempengaruhi nilai perusahaan didukung oleh berbagai penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan

oleh Trimuliani & Febrianto (2023), Alfayerds & Setiawan (2021), serta Hardianti & Mulyani (2023). Penelitian-penelitian tersebut menyimpulkan bahwa pengungkapan sukarela mengenai dampak lingkungan, terutama emisi karbon, memiliki hubungan positif dengan nilai perusahaan. Menurut Griffin (2019) yang dikutip oleh Alfayerds & Setiawan (2021), pasar memberikan respons positif terhadap pengungkapan emisi karbon, karena para investor percaya bahwa perusahaan dapat mengelola dampak lingkungan dari aktivitas operasionalnya. Penelitian ini juga mengindikasikan bagaimana pasar merespons transparansi yang diberikan oleh manajemen terkait risiko keberlanjutan perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

H₂ : *Carbon Emission Disclosure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2.4.3. Pengaruh *Green Accounting* dan *Carbon Emission Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan

Green Accounting adalah istilah yang populer digunakan di seluruh negara untuk pengungkapan data terkait lingkungan, diaudit atau tidak, mengenai risiko lingkungan, kebijakan dan biaya dampak lingkungan. Perlindungan lingkungan perusahaan harus mencakup inisiatif pelaporan lingkungan yang diambil oleh perusahaan, dampak buruk dari proses produksinya dan produk terhadap lingkungan baik secara kuantitatif maupun kualitatif dan inisiatifnya dalam inovasi proses dan produk untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Umumnya informasi yang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan

mereka tentang akuntansi dan pelaporan lingkungan mencakup biaya sekarang dan masa depan untuk produk dan juga perancangan ulang proses, pengeluaran barang modal masa kini dan masa depan untuk pencemaran dan pengendalian, data fisik yang terkait dengan pengurangan toksisitas dan limbah, perkiraan biaya dan manfaat lingkungan masa depan, akumulasi biaya lingkungan saat ini dari aktivitas terkini dan juga aktivitas masa lalu (Diah, 2018).

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaannya. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (sustainable) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan- kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan. Survei yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 dalam Sutopoyudo (2019) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *corporate social responsibility disclosure*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor. Pelaksanaan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (earning) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan. Nurlela dan Islahuddin (2018) menyatakan bahwa dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor.

H₃: *Green Accounting* dan *Carbon Emission Disclosure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2.4.4. Corporate Social Responsibility Memoderasi Pengaruh Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan yang menguntungkan cenderung memiliki visi jangka panjang yang lebih kuat. Oleh karena itu, perusahaan yang menguntungkan lebih cenderung berinvestasi dalam *green accounting* sebagai bentuk investasi untuk masa depan. Dalam hal ini, *green accounting* dapat dipandang sebagai sinyal dari perusahaan untuk menunjukkan komitmennya terhadap keberlanjutan lingkungan. Namun, sinyal tersebut akan lebih dipercaya jika berasal dari perusahaan dengan kinerja keuangan yang baik. CSR yang baik memperkuat kredibilitas sinyal *green accounting*, sehingga membuat investor dan pemangku kepentingan lainnya lebih yakin bahwa perusahaan benar-benar serius dalam menerapkan praktik berkelanjutan. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Kelly & Henny (2023), yang menunjukkan bahwa profitabilitas dapat memperkuat dampak positif *green accounting* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

H₄: *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2.4.5. *Corporate Social Responsibility* Memoderasi Pengaruh *Carbon Emission Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan

CSR mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari sumber daya dan aktivitas operasional yang dimilikinya yang bisa diberikan kepada lingkungan masyarakat sekitar perusahaan. Perusahaan yang memperoleh laba yang besar dapat mengalokasikan dana untuk mendukung praktik ramah lingkungan, seperti pengurangan emisi karbon. Tindakan ini, pada akhirnya, akan meningkatkan kepercayaan dan legitimasi perusahaan di mata berbagai pihak, termasuk konsumen, investor, dan pemerintah, karena menunjukkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dalam jangka panjang. Akibatnya, perusahaan akan mendapatkan nilai yang lebih tinggi di pasar saham, didorong oleh meningkatnya minat investor. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hardiyansah *et al.* (2021). Berdasarkan penjelasan ini, hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

H₅: *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh *Carbon Emission Disclosure* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2.4.6. *Corporate Social Responsibility* Memoderasi Pengaruh *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut hasil penelitian dari (Anggreni *et al.*, 2024) (Sakina *et al.*, 2024) (Fina, 2024) (Amalia *et al.*, 2024) (Fini & Astuti, 2024) menyatakan bahwa *green accounting* meningkatkan nilai perusahaan. Dengan menerapkan *green*

accounting ke dalam laporan keuangan, perusahaan memiliki citra yang lebih baik di mata publik karena melakukan tindakan yang ramah lingkungan dan sosial. Ini dapat meningkatkan kepercayaan investor dan akhirnya meningkatkan nilai perusahaan (Anggreni *et al.*, 2024). Yuliani & Prijanto (2022), (Ekawati, 2023) (Kelly & Henny, 2023) (Sari & Machdar, 2023) menyatakan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Banyak perusahaan masih belum menggunakan akuntansi hijau, jadi tidak peduli apakah akuntansi hijau diterapkan atau tidak, nilai perusahaan tidak terpengaruh.

H₆: *Corporate Social Responsibility* Memoderasi pengaruh *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.