

BAB I

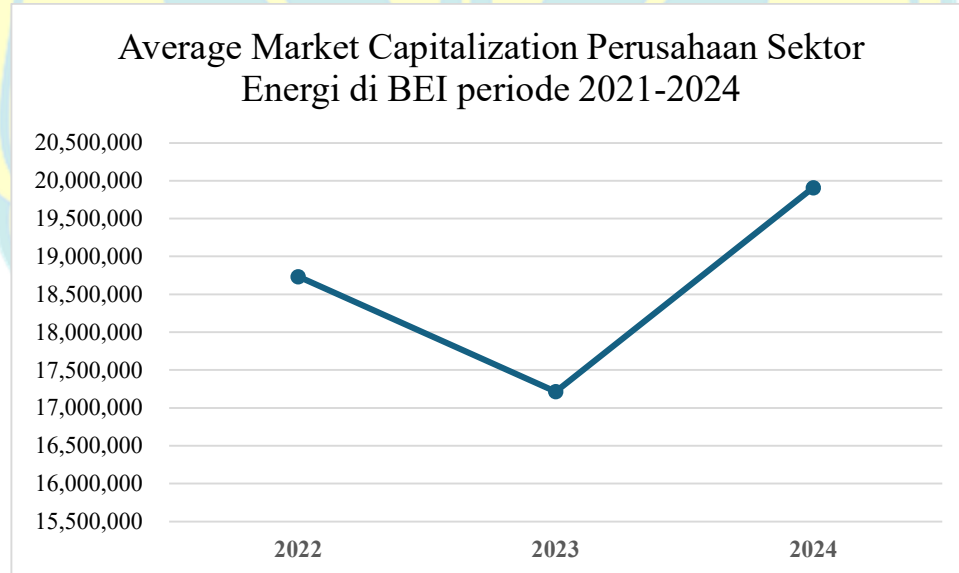
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kondisi ekonomi yang terus berkembang pesat mendorong lahirnya perusahaan-perusahaan baru di Indonesia. Secara umum, pendirian perusahaan-perusahaan ini bukan tanpa alasan, melainkan memiliki tujuan yang jelas. Dalam jangka pendek, perusahaan bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan yang didapat melalui operasi bisnisnya dengan penggunaan sumber daya yang efisien. Sementara dalam jangka panjang, perusahaan memiliki tujuan untuk mengoptimalkan kesejahteraan pemegang saham yang direalisasikan melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai ini berbanding lurus dengan tingkat pengembalian (*return*) yang kemudian menunjukkan unggul tidaknya performa perusahaan dan mencerminkan kemakmuran pemilik perusahaan. (Kang et al., 2017). Nilai perusahaan yang meningkat memberikan gambaran bahwa perusahaan tersebut memiliki potensi jangka panjang yang kuat dalam memberikan nilai pengembalian besar bagi investornya, yang kemudian akan menarik mereka untuk berinvestasi pada perusahaan karena dipercaya akan memberikan keuntungan.

Nilai perusahaan memiliki pengaruh besar terhadap investor karena menjadi indikator utama dalam pengambilan keputusan investasi. Investor cenderung memilih perusahaan dengan nilai yang tinggi karena dianggap lebih stabil, menguntungkan, dan

memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Investor akan lebih tertarik untuk menanamkan modal pada perusahaan dengan nilai tinggi karena dianggap memiliki fundamental yang kuat dan risiko yang lebih rendah (Laksono & Rahayu, 2021). Nilai ini menunjukkan bahwa bisnisnya dikelola dengan baik dan memiliki daya saing di pasar. Investor cenderung menganalisis nilai perusahaan untuk menilai tingkat risiko investasi mereka. Perusahaan dengan nilai tinggi dianggap memiliki risiko lebih rendah dibandingkan perusahaan dengan nilai rendah atau yang mengalami volatilitas tinggi. Sebaliknya, penurunan nilai perusahaan bisa menjadi sinyal adanya risiko, seperti masalah manajemen atau ketidakstabilan keuangan, yang dapat menyebabkan investor menarik dana mereka (Apriadi & Setijaningsih, 2024).



Gambar 1.1 Grafik Average Market Cap untuk Perusahaan Sektor Energi di BEI periode 2021-2024

Sumber: Data diolah dari Bursa Efek Indonesia (BEI)

Berdasarkan rata-rata kapitalisasi pasar dari perusahaan sektor energi, dapat terlihat bahwa selama tiga tahun terakhir, sektor tersebut mengalami fluktuasi yang mencerminkan adanya perubahan nilai perusahaan di pasar modal. Pada tahun 2023, nilai perusahaan sektor energi mencapai titik terendahnya yang hanya memperoleh rata rata sebesar 17.217.477,22 dari total 83 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sementara itu, di tahun berikutnya, sektor energi berhasil menaikkan kapitalisasi pasarnya hingga hampir mencapai angka 20.000.000, melampaui pencapaian di tahun 2022.

Perubahan nilai perusahaan ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya aspek keuangan yang mencakup profitabilitas, likuiditas, *leverage*, dan lain-lain. Kinerja keuangan suatu perusahaan dapat menjadi tolak ukur dalam menggambarkan kondisi suatu perusahaan dan keberhasilan yang dicapai dalam mengelola keuangannya. Aspek keuangan ini kemudian akan digunakan investor sebagai bahan pertimbangan sebelum menginvestasikan modal pada perusahaan (Astria et al., 2021). Jika perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengatur keuangannya dengan baik, maka kepercayaan mereka akan potensi perusahaan di masa depan semakin meningkat.

Faktor keuangan merupakan aspek krusial yang memengaruhi nilai perusahaan. Kinerja keuangan yang baik, seperti profitabilitas tinggi, struktur modal yang sehat, dan likuiditas yang memadai, mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan serta memenuhi kewajiban jangka pendek maupun jangka

panjangnya. Investor cenderung menilai perusahaan berdasarkan laporan keuangan, sehingga kondisi keuangan yang kuat akan meningkatkan kepercayaan investor dan mendorong naiknya nilai pasar perusahaan. Sebaliknya, kondisi keuangan yang buruk dapat menurunkan persepsi pasar dan mengakibatkan penurunan nilai perusahaan secara keseluruhan.

Aspek keuangan diketahui tidak menjadi satu-satunya faktor yang memberikan dampak pada nilai perusahaan. Kasus nyata terjadi pada PT Alamtri Resources Indonesia Tbk. (ADRO) sebagai salah satu produsen batu bara terbesar di Indonesia, mencatatkan kinerja operasional yang positif dengan peningkatan volume produksi pada tahun 2023. Sepanjang tahun 2023, Adaro mencatat volume produksi 65,88 juta ton, naik sekitar 5 % dari 62,88 juta ton pada 2022, melebihi target yang ditetapkan (62–64 juta ton). Hal serupa terjadi pada volume penjualan yang tercatat sebesar 65,71 juta ton sepanjang tahun 2023, meningkat sebesar 7% dibandingkan dengan target maupun pencapaian pada tahun 2022 (Adventy, 2024). Namun, nilai kapitalisasi pasarnya justru mengalami penurunan lebih dari 35% pada periode yang sama. Fenomena ini menunjukkan bahwa faktor keuangan perusahaan belum tentu menjadi satu-satunya acuan investor dalam menilai perusahaan, karena faktor lain seperti harga komoditas global, risiko transisi energi, dan persepsi terhadap keberlanjutan bisnis juga turut memengaruhi keputusan investasi.

Nilai perusahaan ikut berubah mengikuti bagaimana nilai aspek non keuangan perusahaan seperti citra dan reputasi perusahaan di mata publik. (Qonita et al., 2022)

Citra perusahaan mencerminkan bagaimana perusahaan dipandang oleh konsumen, investor, serta masyarakat secara umum. Reputasi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan publik, yang pada akhirnya dapat berdampak positif terhadap kinerja perusahaan dan nilainya di pasar (Afifah et al., 2021). Selain itu, Reputasi perusahaan yang baik juga dapat meningkatkan kepuasan investor dan pemangku kepentingan yang kemudian memberikan banyak dukungan dan bantuan bagi perusahaan guna meningkatkan nilai perusahaan (Helm, 2007).

Salah satu aspek yang semakin penting dalam membangun citra perusahaan adalah pengungkapan lingkungan. Saat ini, dunia tengah menghadapi krisis perubahan iklim global yang serius. Perubahan iklim adalah kondisi dimana terjadi perubahan salah satu atau lebih elemen cuaca pada suatu daerah (LAPAN, 2002). Perubahan iklim diakibatkan oleh peningkatan jumlah konsentrasi emisi gas rumah kaca (GRK), yang terus mengudara. (Kurniarahma et al., 2020). Dalam hal perubahan iklim secara global, artinya daerah yang mengalami perubahan elemen cuaca mencakup seluruh wilayah bumi secara keseluruhan. Pada tahun 2023, suhu rata-rata global bumi telah mencapai rata-rata 1,45°C di atas level pra-industri, dinobatkan sebagai tahun terpanas dalam catatan yang dipicu oleh pemanasan iklim jangka panjang. (Kennedy, 2023). Suhu rata-rata global untuk setiap tahun antara tahun 2024 dan 2028 diperkirakan antara 1,1°C sampai 1,9°C lebih tinggi dari rata-rata selama tahun 1850-1900. Ada kemungkinan besar setidaknya satu periode di antara suhu tahun 2024 sampai 2028 yang akan lebih melebihi rekor tahun 2023. (World Meteorological Organization, 2024).

Perusahaan yang memiliki komitmen untuk secara transparan mengungkapkan dampak lingkungannya serta menunjukkan keseriusannya dalam kelestarian lingkungan akan mendapat respons positif dari pasar, begitu pula sebaliknya. Perusahaan dengan kepedulian lingkungan yang rendah akan mendapat *backlash* dari publik yang menyebabkan turunnya nilai perusahaan.

Hal ini terjadi pada perusahaan otomotif yang berbasis di Jerman, Volkswagen. Volkswagen tersandung skandal kecurangan emisi dimana emisi yang dihasilkan oleh mobil berbeda dari saat melakukan pengetesan. (Gates et al., 2017; Hotten, 2015). Dikatakan bahwa emisi gas Nitrogen Oksida (NOx) yang dikeluarkan mesin Volkswagen mencapai 40 kali lebih banyak dari yang diizinkan. Nitrogen Oksida sendiri merupakan zat berbahaya yang menjadi penyebab dari penyakit pernapasan yang menyebabkan kematian.

Melalui skandal ini, Volkswagen diperkirakan menderita kerugian hingga 25 Triliun USD untuk membayar denda dan pinalti terkait dengan kasus manipulasi emisi (Parloff, 2018). Volkswagen harus membeli kembali ribuan unit kendaraan 2.0 liter diesel yang telah terjual di Amerika Serikat dengan total lebih dari 10 triliun USD (Eisenstein, 2017). Volkswagen juga perlu membayar denda, biaya legal, dan ganti rugi atas polusi yang dikeluarkan oleh kendaraannya sebesar hampir 15 triliun USD. Nilai pasar saham dari Volkswagen pun turun drastis melebihi 18% saat skandal menyeruak, mencerminkan turunnya kepercayaan publik dan investor akibat dari skandal pencemaran lingkungan ini (BBC, 2015).

Kasus tersebut menggambarkan pentingnya pengelolaan operasional perusahaan yang tidak mengedepankan keuntungan semata, namun juga perlu memperhatikan aspek lingkungan, agar tidak mencoreng citra perusahaan yang akan menyebabkan kerugian yang besar. Dengan pengelolaan lingkungan yang baik dan pengungkapan yang transparan, perusahaan tidak hanya dapat menjaga reputasi dan kepercayaan publik, tetapi juga menghindari biaya dan denda yang sering kali timbul akibat pelanggaran terhadap undang-undang atau peraturan lainnya yang berlaku. Kepatuhan terhadap peraturan lingkungan yang ketat membantu perusahaan mengurangi risiko hukum dan sanksi yang dapat mengganggu operasional bisnis. (Hardiyansah et al., 2021).

Berikut ini merupakan tabel emisi karbon di seluruh dunia tahun 2022 dan 2023.

Tabel 1.1 Emisi Karbon di Dunia tahun 2022

No	Country	Million tons of CO2 per year
1	China	12,667
2	United States of America	5,057
3	India	2,830
4	Russia	2,032
5	Japan	1,083
6	Indonesia	729
7	Iran	691
8	Germany	673
9	Saudi Arabia	663
10	South Korea	636

Sumber: Global Carbon Project (2022)

Tabel 1.2 Emisi Karbon di Dunia tahun 2023

No	Country	Million tons of CO2 per year
1	China	11.902
2	United States of America	4.911
3	India	3.062
4	Russia	1.815
5	Japan	988
6	Iran	817
7	Saudi Arabia	736
8	Indonesia	733
9	Germany	596
10	South Korea	577

Sumber: Global Carbon Project (2023)

Dari kedua tabel tersebut, dapat dilihat bahwa Indonesia menyumbang emisi karbon yang signifikan pada tahun 2022. Dengan total emisi karbon yang mencapai 729 juta ton, atau setara dengan 1,8% total emisi karbon di dunia, Indonesia menempati posisi ke-6 sebagai penyumbang emisi karbon terbanyak di dunia (Friedlingstein et al., 2022). Lima negara lainnya adalah China, Amerika Serikat, India, Jepang, dan Rusia, yang mana hampir semuanya adalah negara maju, kecuali India. Bahkan, jumlah emisi karbon Indonesia melampaui Jerman dan Korea Selatan yang merupakan negara industri maju. Kenaikan tingkat konsentrasi emisi karbon yang dialami Indonesia ini sebagian besar dipicu oleh penggunaan energi fosil, terutama batubara. Pada 2023, meski peringkat Indonesia menurun, namun jumlah emisi karbon yang dikeluarkan meningkat dari tahun sebelumnya, yang mengundang kekhawatiran publik.

Sektor energi menjadi penyumbang emisi karbon terbesar dibanding sektor lainnya. Hal ini disebabkan oleh penggunaan energi fosil oleh sektor industri yang mencapai 70% dari total semua energi yang digunakan (Nastiti & Hardiningsih, 2022). Sektor energi sendiri merupakan sektor vital yang mendukung tumbuhnya perekonomian negara. Sebagai penyedia sumber daya utama untuk aktivitas industri, transportasi, dan kehidupan sehari-hari, sektor ini menjadi tulang punggung bagi kelangsungan pembangunan nasional. Ketersediaan energi yang stabil dan terjangkau sangat memengaruhi produktivitas dan daya saing suatu negara, sehingga perlu dikaji lebih lanjut mengenai faktor apa yang memberi dampak bagi nilai perusahaan dari sektor energi.

Penerapan *Green Intellectual Capital* dianggap sebagai langkah yang tepat dalam menunjukkan komitmen perusahaan untuk mewujudkan kepedulian terhadap lingkungan. *Green Intellectual Capital* mengacu pada paradigma baru yang berasal dari *Intellectual Capital*. *Intellectual Capital* sendiri meliputi serangkaian aset tak berwujud (*intangible asset*) yang dimiliki perusahaan dan berkontribusi bagi peningkatan nilai perusahaan (Mavridis, 2004). Aset ini mencakup paten, hak atas kekayaan intelektual, hak cipta, dan waralaba. Aspek ini telah lama menjadi modal penting yang mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan. Sedangkan *Green Intellectual Capital* didefinisikan sebagai nilai total aset tak berwujud, pengetahuan, dan keterampilan, yang berkaitan dengan kepedulian lingkungan (Sukirman & Dianawati, 2023). Seiring dengan tingkat kepedulian lingkungan masyarakat yang

semakin melonjak, peningkatan kinerja lingkungan menjadi sangat krusial bagi nilai perusahaan. Perusahaan yang menerapkan *Green Intellectual Capital* dalam pelaporan keuangannya dianggap lebih progresif dan bertanggung jawab karena menunjukkan bahwa perusahaan memiliki strategi jangka panjang mengenai keberlanjutan perusahaan, sehingga akan lebih tahan dengan risiko sosial dan lingkungan. Selain itu, dengan sistem pelaporan yang berbasis hijau ini, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasionalnya karena dapat mengurangi limbah, meminimalkan biaya produksi, serta menghemat energi yang pada akhirnya akan memaksimalkan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2023) dan Ericho & Amin (2024) menunjukkan bahwa *Green Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. *Green Intellectual Capital* dapat menjadi pembeda bagi perusahaan dengan kompetitornya, sehingga dapat menjadi keunggulan kompetitif. Perusahaan yang menerapkan operasi bisnis yang ramah lingkungan dan berinvestasi dalam mengembangkan *Green Intellectual Capital* cenderung mendapatkan reputasi yang lebih baik di mata pelanggan, investor, dan pemangku kepentingan lainnya, sehingga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas, serta minat investor yang berpotensi meningkatkan nilai perusahaan. Kontradiktif dengan hasil penelitian Adelisa & Mayangsari (2025) yang menemukan bahwa *Green Intellectual Capital* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Di sisi lain, Fini & Astuti (2024) dalam penelitiannya

mengungkapkan bahwa tidak ada korelasi antara *Green Intellectual Capital* dengan nilai perusahaan.

Pengungkapan emisi karbon juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan nilai perusahaan. Emisi karbon memiliki peran besar dalam peningkatan suhu dunia yang menyebabkan perubahan iklim. Isu ini telah menjadi perhatian dunia dan diangkat oleh forum global, salah satunya adalah melalui Perjanjian Paris yang dilaksanakan oleh United Nations pada tahun 2015. Perjanjian ini bertujuan untuk menahan kenaikan suhu rata-rata global di bawah 2°C di atas tingkat pra-industri dan mengupayakan upaya membatasi kenaikan suhu hingga 1,5°C di atas tingkat pra-industri, karena dengan suhu lebih dari 1,5°C berisiko menimbulkan dampak perubahan iklim yang jauh lebih parah, termasuk kekeringan, gelombang panas, dan curah hujan yang lebih ekstrem (United Nations Framework Convention on Climate Change, 2024). Sementara itu, sektor industri menjadi penyumbang terbesar emisi karbon dioksida di seluruh dunia, sehingga perusahaan dituntut untuk mengurangi emisi karbonnya dalam rangka mencegah perubahan iklim. Perusahaan yang melakukan pengungkapan emisi karbon dan menunjukkan komitmen untuk mengurangi emisi karbon akan mendapat apresiasi dari masyarakat. Reputasi dan citra perusahaan akan naik dan mendorong pendapatan karena kepercayaan konsumen yang meningkat (Sari & Budiasih, 2022). Para investor juga akan melihat pengungkapan ini sebagai sinyal positif bahwa perusahaan memperhatikan keberlanjutan dalam jangka panjang dan dapat menghindari tuntutan atau denda terkait

pencemaran lingkungan di masa yang akan datang, sehingga menarik minat mereka untuk berinvestasi (Hardiyansah et al., 2021). Dengan pengungkapan yang jelas dan transparan, mengindikasikan bahwa perusahaan memberikan transparansi kepada investor mengenai sejauh mana perusahaan berusaha mengurangi dampak lingkungannya dan merencanakan keberlanjutan jangka panjang, yang kemudian dapat meningkatkan kepercayaan investor yang mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan pula (Issa, 2024).

Beberapa penelitian terdahulu telah dilakukan untuk menemukan korelasi antara *carbon emission disclosure* dengan nilai perusahaan, seperti Hardiyansah et al. (2021) dan Damas et al. (2021) yang mengungkapkan bahwa *carbon emission disclosure* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang artinya pengungkapan emisi karbon pada laporan keberlanjutan berhasil meningkatkan nilai perusahaan karena informasi tersebut memberikan konfirmasi positif bahwa perusahaan mampu mengelola lingkungan dengan baik dan transparan dalam penyampaianannya. Pengungkapan ini tidak hanya berimbas kepada masyarakat, tetapi juga pasar yang membuat nilai perusahaan melonjak naik. Sementara itu, riset yang dilakukan oleh Firmansyah et al. (Firmansyah et al., 2021) menunjukkan bahwa *carbon emission disclosure* mempengaruhi nilai perusahaan secara negatif. Sehingga, semakin banyak emisi karbon yang diungkapkan perusahaan, nilai perusahaan semakin menurun.

Selain mengungkapkan emisi karbon dan menerapkan modal intelektual yang berbasis lingkungan, strategi lain yang ikut mempengaruhi nilai perusahaan adalah *eco-efficiency*. *Eco-efficiency* diartikan sebagai proses operasional bisnis yang bertujuan untuk mengurangi dampak lingkungan, meningkatkan produktivitas lingkungan, sekaligus memaksimalkan efektivitas bisnis dengan mengurangi biaya dan memanfaatkan sumber daya (Huppes & Ishikawa, 2005). Dengan penerapan *eco-efficiency*, polusi dan limbah dikategorikan sebagai hasil yang tidak bernilai tambah dan akan dikurangi atau dihilangkan melalui perbaikan proses dan inovasi teknologi sehingga akan mengurangi dampak lingkungan. Pada dasarnya, limbah dari proses produksi tidak dapat dibuang sembarangan oleh perusahaan. Limbah tersebut harus diolah melalui prosedur khusus dengan berbagai teknik tertentu sebelum akhirnya dapat dibuang atau dimanfaatkan kembali (Nursidiq et al., 2021). Pengolahan tersebut memakan biaya yang cukup besar untuk perusahaan, sehingga dengan meminimalisasi hasil limbah, maka perusahaan dapat menghemat biaya. Pengurangan limbah ini dilakukan dengan cara meningkatkan efisiensi energi dan bahan yang digunakan dalam proses produksi, sehingga akan lebih sedikit limbah yang terbuang.

Menurut penelitian oleh Anjarsari et al. (2023), *eco-efficiency* memiliki pengaruh positif terhadap nilai suatu perusahaan. Artinya, perusahaan yang menerapkan prinsip *eco-efficiency* dalam aktivitas bisnisnya cenderung memiliki nilai perusahaan lebih besar dibandingkan yang tidak menerapkan. Hasil ini sejalan dengan penelitian dari Noor et al. (2022) dan Atiningsih & Setiyono (2023) yang juga

mengungkapkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi secara positif oleh *eco-efficiency*. Dengan efektivitas dan efisiensi proses produksi yang dilakukan perusahaan melalui strategi *eco-efficiency*, perusahaan dapat menghemat banyak biaya limbah serta kemungkinan denda dan biaya sosial, sehingga dapat memaksimalkan perolehan laba. Perusahaan yang menjunjung prinsip ini juga mendapat dukungan para pemangku kepentingan karena dianggap memperhatikan dampak industri bagi lingkungan dan masyarakat sekitar. Kegiatan bisnis yang juga merupakan bentuk nyata kepedulian perusahaan terhadap dampak jangka panjang dan keberlanjutan perusahaan, yang kemudian menjadi daya tarik tersendiri bagi investor, terutama di kalangan yang peduli lingkungan. Berbanding terbalik dengan yang dikemukakan oleh Septianingrum (2022) dimana penerapan *eco-efficiency* dalam kegiatan perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain, perusahaan yang menggunakan prinsip *eco-efficiency* cenderung memiliki nilai perusahaan yang rendah disebabkan oleh tingginya biaya yang perlu dikeluarkan untuk melakukan riset dan uji coba dalam rangka meminimalisir limbah dan polusi. Demikian pula studi yang dilakukan oleh Lorenza & Sudrajat (2024) mengungkapkan bahwa *eco-efficiency* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor keuangan merupakan aspek krusial yang mempengaruhi nilai perusahaan. Hingga saat ini, investor masih melihat kinerja keuangan perusahaan sebagai pedoman dasar untuk melakukan investasi. Profitabilitas menjadi salah satu elemen yang memberikan pengaruh dalam pengambilan keputusan investor.

Profitabilitas menggambarkan seberapa efektif perusahaan dalam memperoleh keuntungan dari kegiatan penjualannya, yang umumnya diukur melalui rasio margin laba (*profit margin*) (Agustina et al., 2024). Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin besar pula potensi perusahaan untuk memberikan keuntungan bagi pemegang saham, baik dalam bentuk dividen maupun apresiasi harga saham. Kondisi ini menciptakan persepsi positif di mata investor, yang pada akhirnya dapat mendorong permintaan atas saham perusahaan dan meningkatkan nilai pasar perusahaan. Dengan kata lain, profitabilitas menjadi indikator penting dalam menilai kinerja keuangan dan prospek pertumbuhan jangka panjang suatu perusahaan.

Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Ivani, 2023; Komalasari & Yulazri, 2023; A. S. Putra & Veronica, 2025; Susanto & Suryani, 2024). Artinya, profitabilitas yang tinggi akan membuat nilai perusahaan menjadi semakin tinggi pula. Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan untuk dapat memanfaatkan asetnya dengan baik, sehingga memperoleh laba yang besar bagi perusahaan. Jika perusahaan mendapatkan laba yang besar, maka dividen yang dibagikan kepada pemilik saham akan lebih besar dan menarik investor untuk menginvestasikannya pada perusahaan dengan harapan mendapat timbal balik yang tinggi pula. Namun, terdapat penelitian lain yang hasilnya tidak sejalan. Menurut Ardianto (2023) dan Savitri et al., (2021), profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi umumnya lebih memilih untuk mengalokasikan laba

tersebut sebagai laba ditahan dibandingkan membagikannya dalam bentuk dividen kepada pemegang saham. Semakin besar laba bersih yang diperoleh, maka jumlah laba yang ditahan juga akan meningkat, yang pada akhirnya menyebabkan porsi laba yang dibagikan kepada pemegang saham menjadi lebih kecil. Kondisi ini dapat menimbulkan persepsi negatif dari investor, karena mereka menilai perusahaan kurang berupaya secara optimal dalam meningkatkan kesejahteraan pemegang saham.

Melihat dari nilai perusahaan di Indonesia yang mengalami fluktuasi, isu mengenai perubahan iklim yang kini menjadi perhatian publik, kontribusi perusahaan terhadap lingkungan, dan sektor energi yang merupakan sektor vital dalam proses produksi, ditambah dengan ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh dari *green intellectual capital*, *carbon emission disclosure*, *eco-efficiency*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, maka peneliti berminat untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait isu ini dengan judul:

“Pengaruh *Green Intellectual Capital*, *Carbon Emission Disclosure*, *Eco-Efficiency*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan”

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pemaparan yang dikemukakan di latar belakang, maka rumusan masalah penelitian yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Green Intellectual Capital* berpengaruh pada Nilai Perusahaan?
2. Apakah *Carbon Emission Disclosure* berpengaruh pada Nilai Perusahaan?
3. Apakah *Eco-Efficiency* berpengaruh pada Nilai Perusahaan?

4. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dengan adanya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Green Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Carbon Emission Disclosure* terhadap Nilai Perusahaan
3. Untuk mengetahui pengaruh *Eco-Efficiency* terhadap Nilai Perusahaan
4. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mendukung teori sinyal dengan menunjukkan bahwa pengungkapan *green intellectual capital*, *carbon emission disclosure*, *eco-efficiency*, dan profitabilitas dapat berfungsi sebagai sinyal positif yang diterima oleh investor. Keempat variabel tersebut merepresentasikan upaya perusahaan dalam membangun reputasi, efisiensi operasional, dan komitmen terhadap keberhasilan perusahaan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan pasar dan memperkuat persepsi positif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, temuan penelitian ini dapat mendukung penerapan teori sinyal dalam mempengaruhi nilai perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu dimanfaatkan oleh perusahaan untuk menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan terkait kebijakan lingkungan dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan.

b. Bagi Investor

Penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh Investor dalam mempertimbangkan keputusan investasinya berdasarkan kinerja dan nilai perusahaan yang semakin banyak dipengaruhi oleh penerapan *Green Intellectual Capital*, *Carbon Emission Disclosure*, *Eco-Efficiency*, dan profitabilitas pada operasional perusahaan.

