

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*)

Teori pemangku kepentingan (*stakeholder theory*), menurut R. Edward Freeman (1984) dalam (Banjari, 2023) mengenai manajemen organisasi terkait etika dan nilai pengolaan entitas. Dalam sebuah perusahaan, *shareholder* hanyalah salah satu dari banyak pemangku kepentingan. Menurut teori ini, semua orang yang berinvestasi dalam perusahaan dan terlibat atau dipengaruhi olehnya termasuk dalam ekosistem pemangku kepentingan. Teori Freeman menyatakan bahwa keberhasilan perusahaan yang sesungguhnya bukan hanya mereka yang memperoleh keuntungan dari sahamnya, melainkan terletak pada kepuasan seluruh pemangku kepentingannya.

Jika perusahaan lebih komprehensif dalam menyampaikan pengungkapan nilainya, maka akan meningkatkan nilainya. Upaya perusahaan yang dilakukan secara sukarela untuk memberikan informasi mengenai emisi karbon dapat mengindikasikan penambahan nilai perusahaan ke arah yang positif. Dalam hal ini, perusahaan yang secara sukarela memberikan informasi terkait emisi karbon umumnya menunjukkan nilai perusahaan tinggi maka diartikan adanya keterbukaan perusahaan dalam menyajikan lingkungan, termasuk emisi karbon maka mampu meningkatkan nilai perusahaan. (Damas et al., 2021) menerangkan, *carbon emission disclosure* mencerminkan upaya pemilik entitas untuk menjelaskan emisi karbon dalam laporan tahunan perusahaan. Fenomena iklim memberikan informasi yang berguna untuk mengelola risiko perusahaan dan menciptakan citra positif di mata publik. Dengan begitu, teori ini memaparkan keterkaitan nilai perusahaan dengan *carbon emission disclosure* dalam hal upaya perusahaan yang dilakukan secara sukarela untuk memberikan informasi mengenai emisi karbon dapat mengindikasikan penambahan nilai perusahaan ke arah yang positif.

2.1.2 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi diperkenalkan pertama kali oleh Dowling dan Pfeffer (1975) dalam (Harahap, 2023) diartikan sesuatu yang penting bagi perusahaan untuk tidak melanggar norma dan nilai masyarakat. Tindakan tersebut perlu diperhatikan oleh organisasi lingkungannya. Teori ini juga disebut dengan kesenjangan legitimasi karena perusahaan akan mengalami masalah ketika terjadi kesenjangan legitimasi dengan masyarakat sekitar. Kesenjangan legitimasi ini muncul ketika perusahaan tidak peduli dengan efek negatif dari operasional perusahaan atas lingkungan sekitar perusahaan, sehingga dapat menimbulkan masalah dengan masyarakat sekitar (Hermawan et al., 2023). Untuk menjaga legitimasi di mata masyarakat, suatu perusahaan harus dapat bertanggung jawab secara penuh terhadap lingkungannya (Harahap, 2023). Kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan akan hilang ketika harapan masyarakat tidak terpenuhi, yang dapat mengancam keberlangsungan perusahaan. Hal ini berarti bahwa perusahaan harus memperhatikan lingkungan tempat mereka bekerja.

Teori legitimasi mengasumsikan bahwa sebuah organisasi memenuhi kontrak sosialnya, yang memungkinkan pengakuan atas tujuannya. Konsep teori ini didefinisikan sebagai sistem etika, kepercayaan, nilai, dan sosial (Silaban, 2023). Teori legitimasi mendukung perusahaan dalam menerapkan dan mengembangkan tanggung jawab lingkungan dan sosialnya yang kemudian perlu untuk dikomunikasikan. Dalam teori ini, memberikan tindakan yang mencakup *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan untuk menghilangkan stigma negatif dari masyarakat terhadap perusahaan karena selama ini hanya dikaitkan dengan pencemaran lingkungan. Hal ini dapat dinyatakan bahwa masyarakat berharap perusahaan dapat menciptakan lingkungan bisnis yang tidak mengancam kehidupan manusia dan lingkungan.

2.1.3 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal awal mulanya dikemukakan oleh Spence (1973) dalam (Dessyla & Susanti, 2024) terkait pentingnya informasi dalam pengambilan keputusan investasi bagi eksternal perusahaan. Seperti yang dijelaskan dalam penelitiannya, *signaling theory* merupakan upaya perusahaan dalam menunjukkan kepada pemangku kepentingan dalam mengambil keputusan dan mengurangi terjadinya informasi asimetris sehingga perusahaan akan mengungkapkan informasi baik yang bersifat sukarela maupun yang bersifat wajib. Menurut (Suteja et al., 2023) menyatakan bahwa informasi yang beredar memberi sinyal untuk investor dalam membuat keputusan. Saat informasi bersifat positif, pelaku pasar diharapkan dapat menganalisa informasi sebagai berita baik. Teori ini menerangkan terkait perusahaan berkualitas baik cenderung memberi banyak sinyal keunggulan kompetitif mereka ke pasar. Sebaliknya, perusahaan yang berkualitas rendah akan memberi data yang bersifat wajib.

Signaling theory dengan informasi kinerja keuangan dinyatakan bahwa dinyatakan bahwa makin besarnya pengungkapan informasi memberikan sinyal positif signifikan kepada *shareholder* dan pemangku kepentingan. Semakin tinggi transparansi informasi mengenai kinerja keuangan perusahaan, maka semakin tinggi pula kepercayaan para pemangku kepentingan dan *shareholder* untuk memutuskan penanaman modal. Kepercayaan ini dibuktikan dengan terciptanya nilai saham. Dengan kepercayaan tinggi, investor akan memberi reaksi positif dalam menggerakkan kenaikan harga saham (Grinblatt & Hwang, 1989). Oleh karena itu, pengungkapan dari perusahaan menimbulkan efek pada pergerakan harga saham yang nantinya menimbulkan pengaruh bagi aktivitas volume perdagangan. Dengan demikian, teori ini berkaitan dengan *carbon emission disclosure* dan profitabilitas atas nilai perusahaan. Ketika perusahaan memberikan sinyal bahwa keseriusan perusahaan dalam menyelesaikan masalah lingkungan dan perusahaan dengan kualitas yang tinggi memberikan lebih banyak sinyal keunggulan kompetitif ke dalam pasar.

2.1.4 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan ialah penilaian rasa percaya masyarakat atas suatu perusahaan dengan melihat kinerja perusahaan selama periode sejak berdirinya hingga perusahaan tersebut terus beroperasi. Sedangkan (Khusnah & Anugraini, 2021) menerangkan, nilai perusahaan adalah cerminan dari *market value* yang mampu membagikan kemakmuran secara maksimal bagi para *shareholder* saat harga sahamnya meningkat secara terus menerus. Nilai suatu perusahaan dianggap tumbuh ketika terjadi peningkatan harga sahamnya. Kemakmuran *shareholder* tercapai ketika harga saham perusahaan terus meningkat. Hal ini memberi daya tarik bagi *shareholder* dalam mencapai tingkat keberhasilan perusahaannya. Ketika harga saham perusahaan mengalami kenaikan, penilaian *shareholder* akan dinilai baik sehingga *shareholder* percaya dengan upaya tersebut mampu menaikkan kinerja maupun peluang masa depan perusahaan (Damas et al., 2021).

2.1.5 Carbon Emission Disclosure

Menurut *Environmental Protection Agency* (EPA) Amerika Serikat, gas rumah kaca ialah gas yang mampu menahan panas matahari di atmosfer bumi yang dipantulkan oleh permukaan bumi sehingga tidak dapat keluar dari atmosfer. Pelaporan emisi karbon ialah isu luas tentang pengungkapan lingkungan yang sudah diteliti berbagai konteks nasional selama bertahun-tahun. *Carbon emission disclosure* penting bagi investor, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya karena isu pemanasan global saat ini menjadi sorotan. Sumber *carbon emission* berupa pembakaran *fossil fuels*, proses industri, dan transportasi. *Carbon emission disclosure* yang transparan memungkinkan para pemangku kepentingan untuk memberikan informasi terkait emisi karbon untuk menilai risiko dan peluang terkait perubahan iklim yang dihadapi perusahaan. *Carbon emission disclosure* juga memaparkan komitmen perusahaan pada keberlanjutan dan tanggung jawab terhadap lingkungan, sehingga mampu menaikkan reputasi dan nilai perusahaan. *Carbon emission disclosure* ialah historis dan prospektif dari kinerja karbon perusahaan dan berisi informasi terkait iklim lainnya yang ditujukan kepada

para pemangku kepentingan (Pitrakkos, P., 2019). Sedangkan menurut penelitian (Zuhrufiyah, D., & Anggraeni, 2019), *carbon emission disclosure* ialah informasi berbasis numerik dan kualitatif terkait tingkat emisi karbon berdasar data historis serta perusahaan memperkirakan eksposur maupun dampak terhadap keuangan baik untuk risiko maupun peluang yang berkaitan dengan *climate change*.

2.1.6 Eco-Efficiency

Menurut Kamus Kementerian Lingkungan Hidup Republik Indonesia (2003) dalam (Prena, 2019) menjelaskan bahwa konsep yang dijelaskan dalam menangani masalah yang seringkali perusahaan lakukan yaitu konsep *Eco-efficiency*. Konsep ini mengenai aturan efisiensi yang mencakup prospek sumber daya alam di sekitar, energi ataupun tahap produksi dengan minimalisasi memakai energi, air, maupun bahan baku yang dapat menimbulkan efek terhadap lingkungan per unit produksi. *Eco-Efficiency* ialah potensi organisasi dalam menciptakan barang dan jasa yang berguna sambil mengurangi efek negatif pada lingkungan, penggunaan sumber daya, dan biaya (Abdullah, 2023). Menurut (Handoko, 2024) *eco-efficiency* didefinisikan sebagai strategi perusahaan untuk memperbaiki lingkungan dimana suatu perusahaan melakukan bisnis perusahaannya sehingga dapat menaikkan tingkat harga saham dan nilai perusahaan. Konsep *eco-efficiency* berfokus pada penciptaan produk bernilai tambah yang memenuhi kebutuhan konsumen dan mengurangi dampak dari proses produksi. Dalam penerapan *eco-efficiency* dapat diukur melalui standar sertifikasi seperti ISO 14001 (Damas et al., 2021).

2.1.7 Profitabilitas

Profitabilitas ialah potensi dalam memperoleh laba melalui aktiva, modal sendiri, dan penjualan. Maka, sangat penting *long term investor* untuk melakukan analisa profitabilitas (Situmorang & Yanti, 2020). Profitabilitas juga memainkan komponen penting atas penjaminan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menerangkan perusahaan apakah memiliki prospek baik

dimasa mendatang (Handoko, 2024). Profitabilitas memegang peranan penting dalam mendukung pertumbuhan dan memperkuat stabilitas keuangan perusahaan. Untuk keberlanjutan perusahaan, perusahaan harus terus memperoleh laba karena laba menjadi modal dasar dari operasional perusahaan. Rasio profitabilitas ialah alat dalam menilai pendapatan perusahaan melalui aset, volume penjualan, atau investasi (Hermawan et al., 2023).

2.2 Penelitian Terdahulu

Peneliti lain telah melakukan penelitian yang serupa dalam beberapa tahun terakhir dengan variabel selaras. Penelitian tersebut berkaitan dengan variabel *carbon emission disclosure* atas nilai perusahaan, variabel *eco-efficiency* pada nilai perusahaan, variabel profitabilitas pada nilai perusahaan, variabel *carbon emission disclosure* terhadap profitabilitas, variabel *eco-efficiency* terhadap profitabilitas, variabel *carbon emission disclosure* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi, dan variabel *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi, seperti yang ditunjukkan berupa:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Sumber	Judul	Variabel yang Digunakan	Hasil Penelitian
1	(Widagdo, 2023)	<i>Does Carbon Emission Disclosure and Environmental Performance Increase Firm Value? Evidence From Highly Emitted Industry In Indonesia</i>	X: <i>Carbon Emission Disclosure</i> Y: <i>Firm Value</i>	<i>Carbon Emission Disclosure</i> berpengaruh terhadap <i>Firm Value</i>
2	(Azhari, 2023)	<i>The Effect Of Green Investment, Intellectual Capital Disclosure, and Carbon Emission Disclosure On Firm Value</i>	X: <i>Carbon Emission Disclosure</i> Y: <i>Firm Value</i>	<i>Carbon Emission Disclosure</i> berpengaruh terhadap <i>Firm Value</i>

No	Sumber	Judul	Variabel yang Digunakan	Hasil Penelitian
3	(Alfayerds & Setiawan, 2021)	Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon dan <i>Annual Report Readability</i> terhadap Nilai Perusahaan	X: Pengungkapan Emisi Karbon Y: Nilai Perusahaan	Pengungkapan Emisi Karbon berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan
4	(Putri & Agustin, 2023)	Apakah Inovasi Hijau dan Pengungkapan Emisi Karbon dapat mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur?	X: Pengungkapan Emisi Karbon Y: Nilai Perusahaan	Pengungkapan Emisi Karbon berdampak positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan
5	(Bahriansyah & Lestari Ginting, 2022)	Pengungkapan Emisi Karbon terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Media Exposure</i> sebagai Variabel Mediasi	X: Pengungkapan Emisi Karbon Y: Nilai Perusahaan	Pengungkapan Emisi Karbon memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan
6	(Kurnia, 2020)	<i>Carbon Emission Disclosure, Good Corporate Governance, Financial Performance, and Firm Value</i>	X: <i>Carbon Emission Disclosure</i> Y: <i>Firm Value</i>	<i>Carbon Emission Disclosure</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Firm Value</i>
7	(Rahmatika, 2024)	<i>Determinants Of Voluntary Carbon Emission Disclosure: Does It Affect Firm Value?</i>	X: <i>Carbon Emission Disclosure</i> Y: <i>Firm Value</i>	<i>Carbon Emission Disclosure</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Firm Value</i>

No	Sumber	Judul	Variabel yang Digunakan	Hasil Penelitian
8	(Supriyanti, 2024)	<i>The Role Of Green Accounting and Carbon Emission Disclosure In Increasing Firm Value</i>	X: <i>Carbon Emission Disclosure</i> Y: <i>Firm Value</i>	<i>Carbon Emission Disclosure</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Firm Value</i> .
9	(Abdullah, 2023)	<i>The Effect of Eco-Efficiency and Good Corporate Governance on Firm Value: Profitability as a Mediator</i>	X: <i>Eco-Efficiency</i> Y: <i>Firm Value</i>	<i>Eco-Efficiency</i> berpengaruh terhadap <i>Firm Value</i> .
10	(Atiningsih, 2023)	<i>Eco-Efficiency terhadap Nilai Perusahaan dengan dimediasi Profitabilitas dan dimoderasi Firm Size</i>	X: <i>Eco-Efficiency</i> Y: <i>Nilai Perusahaan</i>	<i>Eco-Efficiency</i> berpengaruh positif terhadap <i>Nilai Perusahaan</i>
11	(Pratama & Ainiyah, 2023)	<i>Pengaruh Eco-Efficiency, Environmental Performance, dan Good Corporate Governance terhadap Firm Size</i>	X: <i>Eco-Efficiency</i> Y: <i>Firm Size</i>	<i>Eco-Efficiency</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Nilai Perusahaan</i>
12	(Aviyanti & Isbanah, 2019)	<i>Pengaruh Eco-Efficiency, Corporate Social Responsibility, Ownership Concentration, dan Cash Holding terhadap Nilai Perusahaan Sektor Customer Goods di BEI Periode 2011-2016</i>	X: <i>Eco-Efficiency</i> Y: <i>Nilai Perusahaan</i>	<i>Eco-efficiency</i> berpengaruh terhadap <i>Nilai Perusahaan</i>

No	Sumber	Judul	Variabel yang Digunakan	Hasil Penelitian
13	(Handoko, 2024)	Profitabilitas Sebagai Moderating Pengaruh Kinerja ESG, <i>Green Innovation, Eco-Efficiency</i> terhadap Nilai Perusahaan	X: <i>Eco-Efficiency</i> Y: Nilai Perusahaan	<i>Eco-Efficiency</i> berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan.
14	(Silaban, 2023)	<i>The Effects of Green Innovation, Eco-Efficiency, Business Strategy, Technology Information Investment, and Profitability on Firm Value</i>	X: <i>Eco-Efficiency</i> Y: <i>Firm Value</i>	<i>Eco-Efficiency</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Firm Value</i> .
15	(Hermawan et al., 2023)	<i>Corporate Social Responsibility, Firm Value, and Profitability: Evidence From Pharmaceutical Companies In Indonesia and Malaysia</i>	Y: <i>Firm Value</i> Z: <i>Profitability</i>	<i>Profitability</i> berpengaruh positif terhadap <i>Firm Value</i> .
16	(Susilawati et al., 2024)	<i>Green Accounting, CSR Disclosure, Firm Value, and Profitability Mediation</i>	Y: <i>Firm Value</i> Z: <i>Profitability (mediation)</i>	<i>Profitability</i> berpengaruh positif terhadap <i>Firm Value</i> .
17	(Handayati, 2022)	<i>Corporate Social Responsibility Disclosure and Indonesian Firm Value: The Moderating Effect Of Profitability and Firm's Size</i>	Y: <i>Firm Value</i> Z: <i>Profitability (moderating) and Firm Size</i>	<i>Profitability</i> berpengaruh positif terhadap <i>Firm Value</i>

No	Sumber	Judul	Variabel yang Digunakan	Hasil Penelitian
18	(Appah et al., 2023)	<i>Does Profitability Matter In The Relationship Between Intellectual Capital and Firm Value?</i>	X: <i>Profitability</i> Y: <i>Firm Value</i>	<i>Profitability</i> berpengaruh terhadap <i>Firm Value</i>
19	(Suteja et al., 2023)	<i>Investment Decision And Firm Value: Moderating Effects Of Corporate Social Responsibility And Profitability Of Non-Financial Sector Companies On The Indonesia Stock Exchange</i>	X: <i>Profitability</i> Y: <i>Firm Value</i>	<i>Profitability</i> berpengaruh negatif terhadap <i>Firm Value</i>
20	(Hirdinis, 2019)	<i>Capital Structure and Firm Size on Firm Value Moderated by Profitability</i>	X: <i>Firm Size</i> Z: <i>Profitability</i> (<i>moderating</i>)	<i>Profitability</i> berpengaruh negatif terhadap <i>Firm Value</i> .

Sumber: Data Diolah, 2024

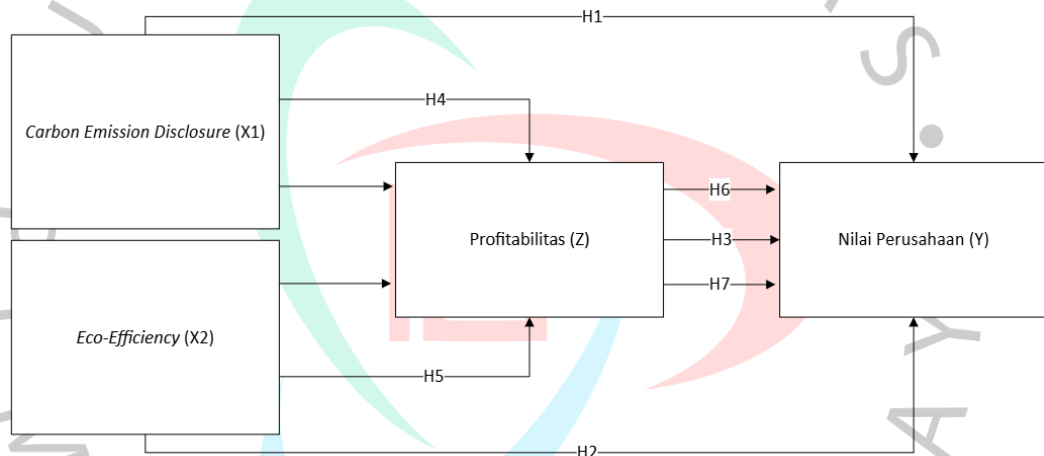
2.3 Perbedaan Dengan Penelitian Saat Ini

Sesuai tabel penelitian terdahulu diatas, riset ini terdapat beberapa perbedaan. Perbedaan terletak pada variabel independen yang berbeda dari penelitian sebelumnya karena masing-masing dari variabel itu tidak bervariasi sama untuk menguji terhadap variabel dependen. Selain itu, juga terdapat variabel pendukung yang menjadi perbedaan, seperti variabel mediasi. Adanya perbedaan objek penelitian pada perusahaan sektor energi di mana penelitian terdahulu banyak yang mempergunakan sampel penelitian dari

perusahaan sektor non-keuangan, manufaktur, dan *consumer cyclicals* sehingga peneliti ini mempergunakan sektor energi sebagai keterbaruan penelitian dari yang sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya (Damas et al., 2021).

2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan latar belakang dan tinjauan literatur yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa variabel yang dimanfaatkan dalam penelitian ini adalah *carbon emission disclosure* (X1) dan *eco-efficiency* (X2) terhadap nilai perusahaan (Y) dengan profitabilitas (Z). Kerangka pemikiran riset ini berupa:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis

Berikut pembahasan yang merumuskan hipotesis terkait penelitian ini yang telah dijelaskan sebelumnya.

2.5.1 Pengaruh *Carbon Emission Disclosure* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan teori sinyal, *carbon emission disclosure* dapat menjadi sinyal bagi investor. *Carbon emission disclosure* dalam laporan keberlanjutan atau laporan tahunan dapat memberikan sinyal bahwa perusahaan serius dalam menyelesaikan masalah lingkungan. Penelitian yang konsisten dengan perspektif sinyal telah dilakukan oleh (Azhari, 2023) yang menemukan hubungan antara *carbon emission disclosure* dengan nilai perusahaan secara sukarela memiliki manfaat bagi investor dalam pengambilan keputusan sehingga peningkatan pengungkapan emisi karbon

secara keseluruhan sangat dihargai di pasar modal. Dengan perusahaan melakukan *carbon emission disclosure*, maka diharapkan dapat memberikan informasi yang mengindikasikan bahwa perusahaan telah menerapkan transparansi sehingga para pemangku kepentingan akan memberikan respon yang positif. Selain itu, memberikan nilai lebih bagi perusahaan sehingga *carbon emission disclosure* akan menimbulkan pengaruh pada peningkatan nilai perusahaan.

Hal ini juga berkaitan dengan teori *stakeholder*, ketika perusahaan lebih komprehensif dalam menyampaikan pengungkapan nilainya, maka akan meningkatkan nilainya. Inisiatif yang diambil oleh perusahaan secara sukarela untuk mengungkapkan emisi karbon dapat menunjukkan nilai bisnis yang lebih positif. Dalam hal ini, perusahaan sukarela memberikan data *carbon emissions* yang menunjukkan nilai perusahaan lebih besar, yang mengindikasikan bahwa transparansi perusahaan dalam menyajikan data lingkungan, termasuk emisi karbon dapat mendorong investor dan meningkatkan nilai perusahaan. Studi ini didukung oleh temuan penelitian yang dilakukan oleh (Widagdo, 2023), (Azhari, 2023), dan (Bahriansyah & Lestari Ginting, 2022) menerangkan, transparansi *carbon emission disclosure* menimbulkan pengaruh pada nilai perusahaan. Berdasarkan peneliti terdahulu dan penerapan *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan sesuai teori sinyal dan *stakeholder*, sehingga peneliti ingin membuktikan apakah terdapat pengaruh.

H1: Carbon Emission Disclosure berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

2.5.2 Pengaruh Eco-Efficiency terhadap Nilai Perusahaan

Menurut (Abdullah, 2023), *eco-efficiency* memiliki fungsi sebagai pengontrol manajemen untuk meningkatkan nilai bagi pemegang saham sambil mengurangi dampak lingkungan perusahaan. Penelitian (Atiningsih, 2023) menerangkan, *eco-efficiency* menimbulkan pengaruh positif atas nilai perusahaan. Kepemilikan sertifikat ISO 14001 merupakan indikasi perusahaan termasuk kategori *eco-efficiency* dan perusahaan hijau. Perusahaan bersertifikasi ISO 14001 memiliki citra baik dan masa depan baik, yang menimbulkan pertambahan nilai bagi investor.

Berdasarkan teori legitimasi, dukungan masyarakat akan meningkatkan kepercayaan serta persepsi masyarakat terhadap nilai perusahaan atas implementasi *eco-efficiency*. Hal ini didukung oleh penelitian (Abdullah, 2023) dan (Aviyanti & Isbanah, 2019) menerangkan, *eco-efficiency* menimbulkan dampak pada nilai perusahaan dan studi dari (Atiningsih, 2023) dan (Pratama & Ainayah, 2023) mengungkapkan, *eco-efficiency* menimbulkan efek positif pada nilai perusahaan. Namun, (Silaban, 2023) menerangkan, *eco-efficiency* tidak menghasilkan dampak di nilai perusahaan dan sesuai (Handoko, 2024) menerangkan *eco-efficiency* menciptakan dampak negatif pada nilai perusahaan. Dengan begitu, peneliti ingin menunjukkan pengaruh *eco-efficiency* pada nilai perusahaan.

H2: Eco-Efficiency berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

2.5.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas menunjukkan kerja manajemen pengelola perusahaan. Berbagai profitabilitas, berupa *operating profit*, *net profit*, dan lain-lain. Potensi perusahaan dalam memperoleh laba menarik minat investor dalam penanaman modal. Dana tersebut dapat dipergunakan oleh perusahaan untuk mengembangkan usahanya. Ketika profitabilitas rendah akan membuat investor khawatir terkait risiko investasi sehingga menimbulkan penarikan dana dari para investor. Profitabilitas perusahaan menjadi bahan evaluasi dalam manajemen perusahaan sebagai upaya bertahan jangka panjang karena profitabilitas membuat gambaran terkait prospek mendatang suatu perusahaan (Susilawati et al., 2024).

Berdasarkan teori sinyal, perusahaan ber profitabilitas tinggi memberi tahu pasar dengan mempergunakan informasi keuangannya. ketika laporan keuangan yang profitabilitasnya tinggi maka menerangkan prospek baik untuk bisnis yang akan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor (Muharramah, 2021). Studi ini didukung oleh temuan penelitian dari (Hermawan et al., 2023), (Susilawati et al., 2024), dan (Handayati, 2022) menerangkan, profitabilitas menimbulkan efek positif pada nilai perusahaan. Penelitian (Appah et al., 2023) menerangkan, pengaruh profitabilitas atas nilai perusahaan yang diprosikan melalui Tobin's Q.

Dengan demikian, peneliti ingin menunjukkan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

H3: Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

2.5.4 Pengaruh *Carbon Emission Disclosure* terhadap Profitabilitas

Jika pengungkapan yang dilakukan perusahaan lebih baik, pemangku kepentingan akan lebih terpuaskan dan mendukung perusahaan dalam segala aktivitasnya. Misalnya, mempengaruhi preferensi konsumen untuk membeli produk sehari-hari dan mendorong mereka dengan membeli produk yang lebih ramah lingkungan. Oleh karena itu, *carbon emission disclosure* akan meningkatkan kinerja perusahaan dengan mengurangi emisi karbon untuk tujuan pelestarian lingkungan dan meningkatkan reputasi brand produknya (Situmorang & Yanti, 2020). Menurut teori sinyal, perusahaan dengan profitabilitas tinggi cenderung berbagi informasi yang menunjukkan kemampuan mereka untuk mengelola tekanan lingkungan secara efektif dan kesiapan mereka untuk mengatasi masalah secara efisien. Sinyal ini mampu menaikkan reputasi perusahaan, meningkatkan kepercayaan investor, dan menarik konsumen yang lebih peduli lingkungan. Dengan demikian, peneliti ingin membuktikan apakah terdapat pengaruh *carbon emission disclosure* terhadap profitabilitas melalui hipotesis berupa:

H4: *Carbon Emission Disclosure* berpengaruh terhadap Profitabilitas

2.5.5 Pengaruh *Eco-Efficiency* terhadap Profitabilitas

Perusahaan yang telah menerapkan *eco-efficiency* akan memperoleh kepercayaan dari masyarakat untuk menanamkan modalnya. Dengan modal yang besar, perusahaan mampu beroperasi sepenuhnya dengan dukungan dari masyarakat atau investor sehingga profitabilitas yang tinggi juga dapat dicapai (Atiningsih, 2023). Selain itu, perusahaan juga bertanggung jawab terhadap lingkungan dan para pemangku kepentingan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Dengan *eco-efficiency*, perusahaan tidak hanya berfokus pada

peningkatan laba, tetapi juga pada kegiatan operasional perusahaan yang ramah lingkungan (Abdullah, 2023).

Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan berusaha untuk memperoleh atau mempertahankan legitimasi sosial dengan menyesuaikan aktivitas mereka agar sejalan dengan nilai, norma, dan ekspektasi masyarakat. Ketika sebuah perusahaan mengimplementasikan praktik *eco-efficiency*, mereka tidak hanya menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan, tetapi juga memperkuat citra positif di mata pemangku kepentingan sehingga menciptakan peluang untuk meningkatkan profitabilitas jangka panjang. Dengan demikian, peneliti ingin membuktikan apakah terdapat pengaruh *eco-efficiency* terhadap profitabilitas melalui hipotesis berupa:

H5: *Eco-Efficiency* berpengaruh terhadap Profitabilitas

2.5.6 Pengaruh *Carbon Emission Disclosure* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Mediasi

Konsep *carbon accounting* ialah akuntansi yang menghitung karbon operasional industri, target karbon, sistem pelaporan, dan program pengurangan karbon. Hal ini dikenal dengan *carbon emission disclosure* (Kurnia, 2020). Nilai perusahaan menjadi tonggak keberhasilan perusahaan terkait harga saham. Nilai suatu perusahaan berbanding lurus dengan harga sahamnya, ketika harga saham naik maka nilai perusahaan juga naik dan hal itu berlaku sebaliknya (Hermawan et al., 2023). Melalui teori sinyal, perusahaan dengan kinerja lingkungan dan keuangan baik lebih dihargai di pasar akibat informasi yang mampu membantu mengurangi asimetri informasi, dan menaikkan nilai perusahaan. Maka, peneliti ingin mengetahui apakah *carbon emission disclosure* memiliki dampak terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi untuk menilai perusahaan akan mengalami keuntungan atau kerugian.

H6: *Carbon Emission Disclosure* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Mediasi

2.5.7 Pengaruh *Eco-Efficiency* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Mediasi

Mekanisme perusahaan yang mempergunakan *eco-efficiency* dapat mengurangi biaya produksi dan meningkatkan profitabilitas. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik dan tingkat yang tinggi dapat menekan biaya sehingga meningkatkan profitabilitas yang berarti nilai perusahaan akan meningkat di masa depan (Savitri, 2021). Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan memiliki kinerja keuangan yang baik dan memiliki tanggung jawab sosial serta keberlanjutan akan dianggap lebih dipercaya oleh masyarakat sehingga memperkuat posisi perusahaan di pasar dan meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian, *eco-efficiency* membantu perusahaan memperoleh lisensi sosial untuk beroperasi dan profitabilitas meningkatkan kepercayaan pasar terhadap potensi jangka panjang perusahaan. Dengan adanya penerapan *eco-efficiency* yang menimbulkan pengaruh pada profitabilitas dan nilai perusahaan, investor cenderung percaya diri dalam menanamkan modalnya. Ini tidak sesuai dengan riset dari (Atiningsih, 2023) menerangkan, *eco-efficiency* tidak menimbulkan dampak pada nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai mediasi.

H7: *Eco-Efficiency* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Mediasi