

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perubahan iklim merupakan salah satu isu global yang menjadi perhatian utama berbagai negara dalam beberapa dekade terakhir. Peningkatan konsentrasi gas rumah kaca seperti karbon dioksida (CO₂), metana (CH₄), dan dinitrogen oksida (N₂O) akibat aktivitas manusia telah menyebabkan kenaikan suhu rata-rata bumi yang berdampak pada berbagai aspek kehidupan. Dampak tersebut ditandai dengan meningkatnya *frekuensi* cuaca *ekstrem*, perubahan pola curah hujan, kenaikan permukaan air laut, serta terganggunya keseimbangan ekosistem. Menurut *Intergovernmental Panel on Climate Change* (IPCC), aktivitas industri, transportasi, dan penggunaan energi berbasis bahan bakar fosil menjadi penyumbang utama emisi gas rumah kaca yang mempercepat terjadinya perubahan iklim global. Kondisi ini mendorong berbagai negara untuk memperkuat komitmen dalam menekan emisi karbon melalui penerapan pembangunan berkelanjutan dan transisi menuju ekonomi rendah karbon.

Pengendalian perubahan iklim semakin diperkuat melalui berbagai kesepakatan internasional seperti *Paris Agreement* yang menargetkan pembatasan kenaikan suhu global hingga di bawah 2°C dan mengupayakan pembatasan sebesar 1,5°C dibandingkan masa pra-industri.

Komitmen tersebut kembali ditegaskan dalam COP28 yang mendorong percepatan transisi energi bersih dan peningkatan transparansi pelaporan emisi karbon. Kesepakatan global tersebut memberikan tekanan yang semakin besar kepada sektor korporasi untuk menunjukkan akuntabilitas lingkungan melalui pengelolaan emisi dan pengungkapan informasi keberlanjutan yang lebih transparan. Perusahaan tidak lagi hanya dituntut untuk menghasilkan keuntungan ekonomi, tetapi juga harus mampu menunjukkan tanggung jawab terhadap dampak lingkungan yang ditimbulkan dari aktivitas operasionalnya.

Salah satu sektor yang menjadi perhatian utama dalam isu perubahan iklim adalah sektor manufaktur. Sektor ini memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap emisi karbon karena aktivitas produksinya membutuhkan konsumsi energi dalam jumlah besar serta masih bergantung pada penggunaan bahan bakar fosil. Tingginya intensitas energi yang digunakan dalam proses produksi menyebabkan perusahaan manufaktur menjadi salah satu penyumbang utama emisi gas rumah kaca di berbagai negara. Oleh karena itu, perusahaan manufaktur dituntut untuk menerapkan praktik bisnis yang lebih berkelanjutan melalui efisiensi energi, penggunaan teknologi ramah lingkungan, serta peningkatan transparansi dalam pengungkapan informasi lingkungan.

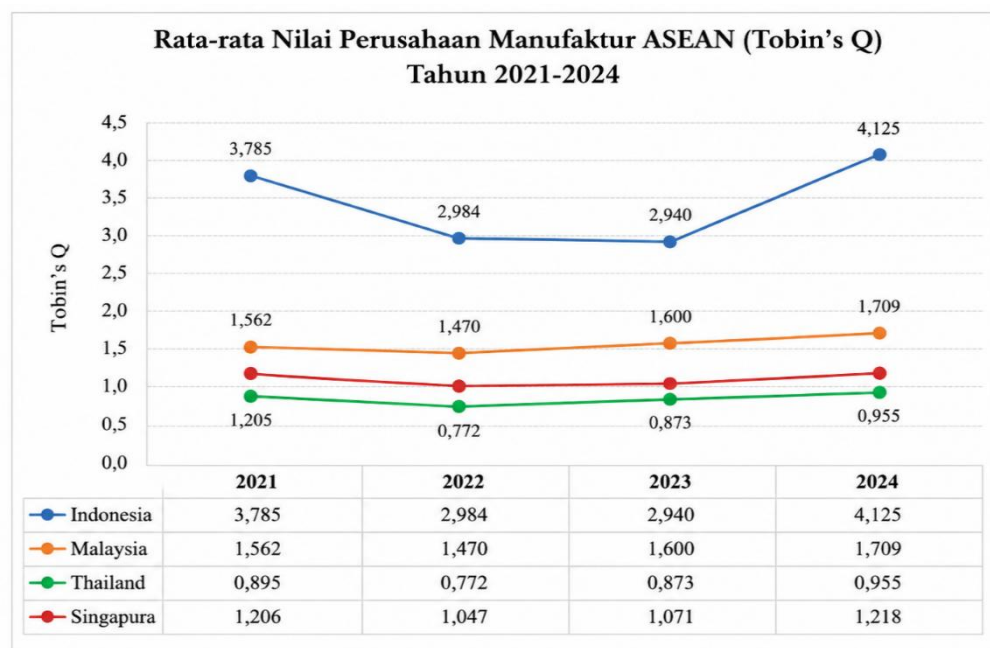
Meningkatnya tekanan global terhadap isu perubahan iklim menyebabkan investor mulai memberikan perhatian yang lebih besar terhadap informasi lingkungan yang diungkapkan perusahaan. Salah satu

bentuk transparansi lingkungan yang banyak mendapat perhatian adalah *Carbon Emission Disclosure* (CED), yaitu pengungkapan informasi terkait emisi karbon yang dihasilkan perusahaan serta upaya yang dilakukan untuk mengurangi dampak lingkungan. Selain itu, perhatian investor terhadap aspek keberlanjutan juga tercermin melalui implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang menunjukkan komitmen perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aspek lingkungan dan keberlanjutan semakin menjadi pertimbangan penting dalam proses penilaian perusahaan oleh investor.

Kawasan ASEAN merupakan salah satu kawasan ekonomi yang mengalami pertumbuhan industri dan manufaktur yang cukup pesat dalam beberapa dekade terakhir. Pertumbuhan tersebut memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian regional, namun di sisi lain juga meningkatkan tekanan terhadap lingkungan akibat meningkatnya emisi karbon yang dihasilkan oleh aktivitas industri. Oleh karena itu, isu keberlanjutan menjadi perhatian penting bagi pemerintah, investor, dan perusahaan di kawasan ASEAN.

Persepsi investor terhadap perusahaan pada akhirnya tercermin dalam nilai perusahaan yang diukur menggunakan *Tobin's Q*. Tingginya nilai perusahaan menunjukkan bahwa pasar memberikan apresiasi positif terhadap kinerja dan perusahaan dimasa mendatang. Namun demikian, nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor keberlanjutan seperti

Carbon Emission Disclosure dan *Corporate Social Responsibility*, tetapi juga dipengaruhi oleh karakteristik perusahaan seperti ukuran perusahaan dan *leverage*. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh *Carbon Emission Disclosure* (CED), *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Firm Size*, dan *Leverage* terhadap nilai perusahaan menjadi penting untuk dilakukan, khususnya pada perusahaan manufaktur di kawasan ASEAN



yang menghadapi tekanan lingkungan dan tuntutan keberlanjutan yang semakin besar.

Gambar 1.1 Rata-Rata Nilai Perusahaan Manufaktur ASEAN (*Tobin's Q*) Tahun 2021-2024

Berdasarkan Gambar 1.1, rata-rata nilai perusahaan manufaktur ASEAN yang diproksikan menggunakan *Tobin's Q* selama periode 2021-2024 menunjukkan perbedaan antarnegara serta mengalami fluktuasi dari

tahun ke tahun. Indonesia memiliki rata-rata nilai perusahaan yang relatif lebih tinggi dibandingkan Malaysia, Singapura, dan Thailand, yang menunjukkan bahwa pasar memberikan apresiasi yang lebih besar terhadap prospek dan kinerja perusahaan manufaktur di Indonesia. Sementara itu, Malaysia dan Singapura menunjukkan nilai perusahaan yang cenderung stabil dengan kecenderungan meningkat pada akhir periode penelitian, sedangkan Thailand memiliki rata-rata nilai perusahaan yang relatif lebih rendah. Perbedaan dan *fluktuasi* nilai perusahaan tersebut mengindikasikan bahwa persepsi investor terhadap perusahaan manufaktur di kawasan ASEAN dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor keuangan maupun nonkeuangan. Oleh karena itu, faktor-faktor seperti *Carbon Emission Disclosure* (CED), *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan (*Firm Size*), dan *leverage* menjadi penting untuk diteliti karena berpotensi memengaruhi penilaian investor yang tercermin dalam nilai perusahaan.

Perbedaan tingkat implementasi *sustainability reporting* tersebut menunjukkan bahwa kualitas pengungkapan informasi lingkungan dan sosial perusahaan di kawasan ASEAN masih beragam. Kondisi ini menjadi menarik untuk diteliti karena dapat memengaruhi persepsi investor dalam menilai prospek perusahaan. Penelitian ini memfokuskan pada perusahaan manufaktur yang berasal dari Indonesia, Malaysia, Thailand, dan Singapura karena memiliki kelengkapan data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Meskipun Filipina merupakan bagian dari kawasan

ASEAN, negara tersebut tidak digunakan sebagai sampel penelitian karena sebagian besar perusahaan manufaktur tidak memiliki kelengkapan *annual report*, *sustainability report*, serta data variabel penelitian yang konsisten selama periode 2021-2024 sehingga tidak memenuhi kriteria *purposive sampling*.

Nilai Perusahaan (*Firm Value*) merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk menilai keberhasilan perusahaan dalam menciptakan kemakmuran bagi pemegang saham. Menurut Setiawan, (2023), nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang tercermin melalui harga pasar saham perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan menunjukkan semakin tinggi pula tingkat kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan di masa mendatang.

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan (*Firm Value*) menggunakan *Tobin's* karena mampu menggambarkan penilaian pasar terhadap aset perusahaan. Pentingnya nilai perusahaan juga didukung oleh berbagai penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan keuangan perusahaan seperti *Carbon Emission Disclosure*, *Corporate Social Responsibility*, ukuran perusahaan, dan *leverage* (Yuliandhari et al., 2023; Damas et al., 2021; Putri et al., 2024), serta menjadi indikator utama yang digunakan investor dalam menilai prospek dan kinerja perusahaan di pasar modal.

Meningkatnya perhatian investor terhadap isu keberlanjutan menyebabkan faktor-faktor seperti *Carbon Emission Disclosure* (CED),

Corporate Social Responsibility (CSR), ukuran perusahaan, dan *leverage* menjadi semakin penting dalam memengaruhi nilai perusahaan. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh keempat variabel tersebut terhadap nilai perusahaan menjadi relevan untuk dilakukan pada perusahaan manufaktur di kawasan ASEAN.

Carbon Emission Disclosure (CED) merupakan bentuk pengungkapan informasi yang dilakukan perusahaan mengenai emisi karbon yang dihasilkan dari aktivitas operasionalnya. Pengungkapan tersebut mencakup berbagai informasi terkait jumlah emisi karbon, strategi pengurangan emisi, penggunaan energi, serta kebijakan lingkungan yang diterapkan perusahaan. *Stakeholder Theory*, perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh *stakeholder* yang memiliki kepentingan aktivitas perusahaan. Oleh karena itu, transparansi informasi lingkungan menjadi salah satu bentuk akuntabilitas perusahaan kepada *stakeholder*.

Meningkatnya perhatian dunia terhadap isu perubahan iklim menyebabkan investor mulai mempertimbangkan informasi lingkungan sebagai bagian dari pengambilan keputusan investasi. Perusahaan yang mengungkapkan informasi emisi karbon secara transparan dianggap memiliki komitmen yang lebih baik terhadap keberlanjutan dan pengelolaan risiko lingkungan. Kondisi tersebut dapat meningkatkan kepercayaan investor serta memperkuat reputasi perusahaan di mata *stakeholder*. Sulbahri, (2024), menjelaskan bahwa pengungkapan emisi

karbon yang dilakukan secara transparan mampu meningkatkan keyakinan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam mengelola risiko lingkungan dan menjaga keberlanjutan usaha di masa depan.

Pengungkapan emisi karbon juga dapat menimbulkan konsekuensi biaya yang cukup besar bagi perusahaan. Implementasi program pengurangan emisi, penggunaan teknologi ramah lingkungan, serta penyusunan *sustainability report* membutuhkan investasi yang tidak sedikit. Kondisi tersebut dapat memengaruhi profitabilitas perusahaan dalam jangka pendek sehingga menimbulkan perbedaan persepsi investor terhadap manfaat pengungkapan emisi karbon. Oleh karena itu, hubungan antara *Carbon Emission Disclosure* dan nilai perusahaan masih menjadi topik yang menarik untuk diteliti, khususnya pada perusahaan manufaktur yang memiliki tingkat emisi relatif tinggi dibanding sektor lainnya.

Meskipun secara teoritis *Carbon Emission Disclosure* dapat meningkatkan kepercayaan investor dan memperkuat nilai perusahaan, hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan temuan yang tidak konsisten. Penelitian Sulbahri, (2024); Dewi, (2025), menemukan bahwa *Carbon Emission Disclosure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena meningkatkan transparansi perusahaan kepada stakeholder. Namun, penelitian Pratiwi et al., (2023); Han et al., (2023), menunjukkan bahwa *Carbon Emission Disclosure* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengaruh *Carbon Emission Disclosure* terhadap nilai perusahaan masih

perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada perusahaan manufaktur di kawasan ASEAN.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai bagian dari aktivitas bisnis yang dijalankan. Implementasi CSR tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan yang terdampak oleh aktivitas perusahaan. Dalam *Stakeholder Theory*, CSR menjadi sarana bagi perusahaan untuk membangun hubungan yang harmonis dengan berbagai *stakeholder* seperti masyarakat, pemerintah, konsumen, karyawan, dan investor.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan citra dan reputasi perusahaan di mata publik. Perusahaan yang aktif melaksanakan program tanggung jawab sosial cenderung memperoleh tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dari *stakeholder* karena dianggap memiliki kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Kondisi tersebut dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Achyani et al., 2024).

Selain memberikan manfaat berupa peningkatan reputasi, CSR juga dapat membantu perusahaan dalam mempertahankan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Perusahaan yang memiliki hubungan baik dengan masyarakat dan *stakeholder* cenderung memiliki risiko konflik

yang lebih rendah dibandingkan perusahaan yang mengabaikan tanggung jawab sosialnya. Oleh karena itu, CSR dipandang sebagai salah satu faktor yang mampu memengaruhi persepsi investor terhadap *prospek* perusahaan di masa mendatang dan berpotensi meningkatkan nilai perusahaan.

Meskipun secara teoritis *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan reputasi dan kepercayaan stakeholder, hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan temuan yang tidak konsisten. Penelitian Achyani et al., (2024) & Putri et al., (2023), menemukan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena mampu meningkatkan citra perusahaan di mata investor. Namun, Mawarni & Kholis, (2023), menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan masih perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada perusahaan manufaktur di kawasan ASEAN.

Ukuran perusahaan (*Firm Size*) menunjukkan tingkat besarnya perusahaan yang dapat diukur melalui total aset yang dimiliki. Perusahaan dengan aset yang lebih besar umumnya memiliki sumber daya yang lebih memadai untuk menjalankan kegiatan operasional, melakukan pengembangan usaha, serta meningkatkan daya saing. Dalam perpektif *Stakeholder Theory*, perusahaan berskala besar memiliki kapasitas yang lebih tinggi dalam memenuhi kebutuhan berbagai *stakeholder* karena

dukungan oleh sumber daya dan kemampuan yang lebih kuat dibandingkan perusahaan berskala kecil.

Perusahaan dengan total aset yang besar cenderung memiliki akses yang lebih luas terhadap sumber pendanaan, baik melalui pasar modal maupun lembaga keuangan. Kemudahan memperoleh pendanaan tersebut memungkinkan perusahaan untuk melakukan ekspansi usaha, investasi teknologi, dan meningkatkan efisiensi operasional sehingga mampu menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Mutiara et al., (2023), menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki ukuran besar cenderung memperoleh penilaian pasar yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang berukuran kecil.

Selain itu, perusahaan besar umumnya memiliki tingkat stabilitas yang lebih baik karena mampu melakukan diversifikasi usaha dan pengelolaan risiko secara lebih efektif. Kondisi tersebut meningkatkan kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang berkelanjutan. Menurut (Hariyani, 2023) ukuran perusahaan dan *leverage* merupakan karakteristik perusahaan yang sering menjadi perhatian investor karena berkaitan dengan kondisi keuangan dan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya. Oleh karena itu, kedua variabel tersebut masih relevan untuk dikaji dalam hubungannya dengan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan sering dianggap sebagai indikator kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi investor. Penelitian Mutiara et

al., (2023) & Dewi, (2025), menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena perusahaan besar memiliki akses pendanaan yang lebih luas serta tingkat stabilitas yang lebih baik. Namun, penelitian Pande et al., (2024); Putri et al., (2024); Adelia et al., (2023), menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena besarnya aset belum tentu diikuti oleh efisiensi pengelolaan sumber daya yang optimal. Ketidakkonsistenan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan masih perlu dikaji lebih lanjut.

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan menggunakan utang sebagai sumber pendanaan dalam menjalankan aktivitas operasionalnya. Tingkat *leverage* yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki proporsi utang yang lebih besar dibandingkan modal sendiri. Dalam teori *stakeholder*, kondisi tersebut dapat memengaruhi persepsi *stakeholder* karena berkaitan dengan tingkat risiko keuangan yang dimiliki perusahaan.

Penggunaan utang dalam jumlah tertentu dapat memberikan manfaat bagi perusahaan karena memungkinkan perusahaan memperoleh tambahan modal untuk membiayai investasi dan pengembangan usaha. Namun, penggunaan utang yang terlalu tinggi juga dapat meningkatkan risiko keuangan akibat meningkatnya beban bunga dan kewajiban pembayaran utang. Mawarni & Kholis, (2023), menjelaskan bahwa tingkat *leverage*

yang tinggi dapat meningkatkan persepsi risiko investor sehingga berpotensi menurunkan nilai perusahaan.

Investor umumnya tidak hanya mempertimbangkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, tetapi juga memperhatikan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung menghadapi risiko gagal bayar yang lebih besar dibandingkan perusahaan dengan tingkat utang yang rendah. Oleh karena itu, *leverage* menjadi salah satu faktor yang sering digunakan investor dalam menilai kondisi keuangan perusahaan dan menentukan keputusan investasi yang pada akhirnya dapat memengaruhi nilai perusahaan.

Leverage merupakan salah satu faktor yang sering digunakan investor dalam menilai kondisi keuangan perusahaan. Penelitian Mawarni & Kholis, (2023) serta Elfino & Leksono, (2024), menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan karena tingginya penggunaan utang meningkatkan risiko keuangan perusahaan. Namun, penelitian Wardani & Wahdiyansyah, (2023); Anggita et al., (2022), menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena penggunaan utang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan investasi dan pertumbuhan perusahaan. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan masih belum menghasilkan kesimpulan yang konsisten

sehingga memerlukan penelitian lebih lanjut pada perusahaan manufaktur di kawasan ASEAN.

Menurut (Safitri et al., 2025), *leverage* menunjukkan tingkat penggunaan utang perusahaan dalam membiayai aset. Tingkat *leverage* yang tinggi menggambarkan ketergantungan perusahaan terhadap pendanaan eksternal sehingga dapat meningkatkan risiko keuangan perusahaan.

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji pengaruh *Carbon Emission Disclosure* (CED), *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan, hasil penelitian yang diperoleh masih menunjukkan inkonsistensi. Yuliandhari et al., (2023) & Damas et al., (2021), menemukan bahwa *Carbon Emission Disclosure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan Apriliani et al., (2024), menunjukkan hasil yang berbeda. Selain itu, Achyani et al. (2024) menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sementara Aritonang et al., (2025), menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara *Carbon Emission Disclosure* (CED), *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, *leverage*, dan nilai perusahaan masih belum menunjukkan konsistensi sehingga perlu dilakukan pengujian lebih lanjut pada perusahaan manufaktur di kawasan ASEAN.

Inkonsistensi hasil penelitian juga ditemukan pada variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR). Achyani et al., (2024), menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui peningkatan reputasi dan kepercayaan stakeholder, sedangkan Mawarni & Kholis, (2023), menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena investor masih lebih mempertimbangkan kinerja keuangan perusahaan.

Pada variabel ukuran perusahaan, Putri et al., (2024), menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, Aritonang et al., (2025), menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, pada variabel *leverage*, Apriliani et al., (2024), menemukan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan Aritonang et al., (2025), menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara variabel penelitian dan nilai perusahaan masih belum menunjukkan konsistensi.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian mengenai pengaruh *Carbon Emission Disclosure* (CED), *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan (Firm Size), dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Yuliandhari et al., (2023) & Damas et al., (2021), menemukan bahwa *Carbon Emission Disclosure*

berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan Apriliani et al., (2024), menunjukkan pengaruh negatif Wijaya & Khairani, (2024), menemukan tidak adanya pengaruh yang signifikan. Inkonsistensi yang sama juga terjadi pada variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, dan *leverage*, dimana hasil penelitian terdahulu menunjukkan temuan yang berbeda-beda sehingga belum menghasilkan kesimpulan yang konsisten.

Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada satu negara, khususnya Indonesia, sehingga penelitian lintas negara di kawasan ASEAN masih relatif terbatas. Penelitian yang menggunakan periode pasca pandemi tahun 2021-2024 juga masih belum banyak dilakukan, khususnya pada perusahaan manufaktur yang memiliki karakteristik emisi karbon relatif tinggi. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memberikan bukti empiris yang lebih *komprehensif* mengenai pengaruh *Carbon Emission Disclosure* (CED), *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan (*Firm Size*), dan *leverage*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Carbon Emission Disclosure* (CED), *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan (*Firm Size*), dan *leverage* terhadap nilai perusahaan yang diproksikan menggunakan *Tobin's Q* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (IDX), Bursa Malaysia (BM), *Stock Exchange of Thailand* (SET), dan *Singapore Exchange* (SGX) selama periode 2021-2024. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan bukti

empiris dan memperkaya literatur mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan di kawasan ASEAN. Berdasarkan adanya gap riset dan permasalahan yang telah diidentifikasi, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Carbon Emissions Disclosure*, *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sub-Sektor Manufaktur Di Asean Periode 2021-2024”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, penelitian ini merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *carbon emission disclosure* (CED) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (*Firm Value*) ?
2. Apakah ukuran perusahaan (*Firm Size*) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (*Firm Value*)?
3. Apakah *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (*Firm Value*)?
4. Apakah *corporate sosial responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (*Firm Value*)?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan maka tujuan penelitian ini, sebagai berikut :

1. Menguji dan menganalisis pengaruh *corporate emission disclosure* (CED) terhadap nilai perusahaan (*Firm Value*).

2. Menguji dan menganalisis ukuran perusahaan (*Firm Size*) terhadap sub-sektor manufaktur di ASEAN-4.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan (*Firm Value*).
4. Menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan (*Firm Value*).

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang akan dilaksanakan, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dari aspek teoritis dan praktis, sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Secara *teoritis*, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan dan penerapan *Stakeholder Theory* dalam konteks pengungkapan informasi lingkungan di pasar modal berkembang di ASEAN. Penelitian ini juga diharapkan memperkaya literatur akuntansi keberlanjutan dengan menghadirkan bukti empiris lintas negara yang lebih *komprehensif* tentang hubungan antara CED dan kinerja keuangan perusahaan manufaktur, serta menjadi referensi akademis bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian serupa dengan cakupan yang lebih luas atau variabel yang lebih beragam.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Manajemen Perusahaan Manufaktur

Memberikan bukti empiris mengenai apakah investasi dalam *corporate sosial responsibility* (CSR) menghasilkan imbal hasil finansial berupa peningkatan nilai perusahaan di pasar modal. Jika terbukti positif, ini menjadi argumen bisnis yang kuat bagi direksi untuk mengalokasikan sumber daya pada program pengungkapan lingkungan yang lebih *komprehensif* sebagai bagian dari strategi penciptaan nilai jangka panjang, bukan sekedar kewajiban kepatuhan.

2) Bagi Investor dan Analisis Keuangan

Membantu investor *institutional*, manajer, dan analis saham dalam mengintegrasikan faktor *corporate sosial responsibility* (CSR) sebagai variabel pertimbangan dalam penilaian saham perusahaan manufaktur di bursa ASEAN-4, sejalan dengan tren global ESG *investing* yang semakin mendominasi alokasi modal internasional.

3) Bagi Regulator Pasar Modal (OJK, SC Malaysia, SGX, SET)

Menjadi masukan berbasis bukti empiris bagi otoritas pasar modal keempat negara dalam mengevaluasi efektif regulasi pelaporan keberlanjutan yang telah diberlakukan dan merumuskan kebijakan harmonisasi standar *Carbon Emission Disclosure* (CED) yang lebih *terintegrasi* di tingkat kawasan ASEAN.

4) Bagi Pemerintah dan Pembuatan Kebijakan Lingkungan

Memberikan bukti mengenai efektivitas mekanismen pasar modal dalam mendorong transparansi emisi karbon korporat, yang dapat mendukung pengembangan regulasi karbon nasional di indonesia, malaysia, singapura, dan thailand sejalan dengan target *net-zero* di masing-masing negara.