

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kajian Pustaka

1. Teori *Stakeholder*

Stakeholder adalah seluruh pihak yang memiliki hubungan dengan perusahaan, baik dari lingkungan internal maupun eksternal yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh aktivitas operasional perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung (Safira & Widajantie, 2021). Mereka mencakup berbagai elemen seperti pemegang saham, konsumen, pemasok, karyawan, komunitas lokal, lembaga keuangan, serta pemerintah. Keberadaan *stakeholder* menjadi sangat penting karena mereka turut memberikan kontribusi dalam mendukung keberlangsungan operasional dan reputasi perusahaan secara keseluruhan.

Teori *stakeholder* menyatakan perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan, tetapi juga bertanggung jawab kepada semua pemangku kepentingan, seperti pemegang saham, kreditur, konsumen, auditor, komunitas, dan pemerintah (Dila & Aryati, 2024). Prinsip utama dari teori ini adalah perusahaan memiliki kewajiban moral dan strategis untuk mempertimbangkan kepentingan para *stakeholder* dalam setiap pengambilan keputusan (Samino *et al.*, 2025). Teori ini juga menekankan pentingnya akuntabilitas organisasi terhadap hak-

hak *stakeholder*, dalam memperoleh informasi yang setara (Nisa, 2023; Aeni & Murwaningsari, 2023). Sejalan dengan prinsip tersebut, perhatian perusahaan terhadap isu-isu yang menjadi kepedulian *stakeholder*, termasuk isu lingkungan, menjadi salah satu manifestasi nyata penerapan teori ini dalam praktik bisnis.

Teori *stakeholder* memiliki keterkaitan erat dengan praktik *carbon emission disclosure* dan strategi investasi hijau (Rachmawati, 2021). Teori *stakeholder* menekankan perusahaan harus memberikan informasi pada *stakeholder* yang peduli terhadap dampak lingkungan. Salah satu cara perusahaan dapat memenuhi tuntutan *stakeholder* tentang transparansi dampak lingkungan dari operasi mereka adalah dengan *carbon emission disclosure*. Dalam hal ini, perusahaan berkewajiban untuk mengomunikasikan informasi yang relevan karena pemangku kepentingan tidak memiliki akses informasi yang sama seperti manajemen (Kurnia *et al.*, 2021). Oleh karena itu, teori ini menyatakan bahwa perusahaan perlu mengungkapkan *carbon emission disclosure* sebagai bentuk tanggung jawab dan transparansi kepada para *stakeholder* yang peduli terhadap isu lingkungan.

Seiring meningkatnya kekhawatiran *stakeholder* atas isu lingkungan global seperti bencana alam, perubahan cuaca, emisi karbon, dan naiknya permukaan laut (Aeni & Murwaningsari, 2023). Perusahaan didorong untuk mengadopsi strategi hijau guna membangun citra lingkungan yang positif dan menarik minat investor.

Teori *stakeholder* menunjukkan bahwa perusahaan berinvestasi dalam proyek ramah lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap *stakeholder* yang peduli pada keberlanjutan. Investasi ini bukan hanya bertujuan untuk menjaga lingkungan, tetapi juga untuk memenuhi harapan *stakeholder*, membangun citra positif, dan menjaga kepercayaan publik, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Teori *stakeholder* memberikan pemahaman bagaimana perusahaan menjaga hubungan dengan *stakeholder* (Fitriana *et al.*, 2024). Hubungan yang baik dan saling menguntungkan antara perusahaan dan *stakeholder* dapat menciptakan reputasi yang positif, meningkatkan kepercayaan publik, serta menciptakan stabilitas dalam operasional bisnis. Hal ini secara langsung dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena *stakeholder* merasa diperhatikan, seperti investor, konsumen, dan mitra usaha cenderung memberikan dukungan yang lebih besar. Misalnya, investor akan lebih tertarik untuk menanamkan modal pada perusahaan yang memiliki citra baik dan responsif terhadap isu lingkungan, sehingga permintaan saham meningkat dan nilai pasar perusahaan pun naik.

2. Teori Legitimasi

Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan dapat bertanggung jawab atas kegiatan bisnis mereka yang sesuai dengan norma-norma yang berlaku dalam masyarakat, dan dapat diterima oleh

pihak eksternal atau mendapat legitimasi masyarakat. Teori legitimasi memastikan bahwa setiap perusahaan telah mematuhi peraturan yang berlaku di masyarakat, sehingga seluruh aktivitas operasionalnya dapat berlangsung secara optimal tanpa menimbulkan potensi konflik (Jennifer *et al.*, 2023). Berdasarkan pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa teori legitimasi membahas bahwa perusahaan berinteraksi atau berkontribusi dengan masyarakat sambil menjalankan bisnisnya dalam batasan norma masyarakat.

Menurut Badjuri *et al.* (2021), teori legitimasi menekankan bahwa entitas bisnis harus memastikan bahwa setiap tindakan dan kinerja yang mereka lakukan dapat diterima secara sosial oleh berbagai pemangku kepentingan, seperti investor, kreditor, konsumen, pemerintah, dan masyarakat sekitar. Perusahaan yang tidak memenuhi harapan masyarakat dapat kehilangan legitimasi dan dukungan masyarakat. Hilangnya legitimasi masyarakat dapat mengancam keberlangsungan suatu organisasi karena legitimasi masyarakat adalah bagian penting dari suatu organisasi atau perusahaan.

Bentuk legitimasi yang dilakukan perusahaan adalah melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan atas dampak operasional perusahaan (Soetardjo & Nurmawati, 2024). Salah satu dampak lingkungan yang menjadi sorotan utama adalah emisi karbon, yang timbul sebagai konsekuensi dari aktivitas operasional perusahaan yang turut berkontribusi terhadap pemanasan

global. Sebagai respon atas tekanan publik dan meningkatnya kesadaran lingkungan, perusahaan terdorong untuk melakukan pelaporan *carbon emission disclosure* sebagai bagian dari tanggung jawab dan bentuk transparansi kepada stakeholder. Pelaporan informasi yang dilakukan oleh manajemen sebagai upaya memperoleh legitimasi dan pengakuan dari masyarakat yang bertujuan untuk menunjukkan komitmen perusahaan dalam mengurangi efek gas rumah kaca (Soetardjo & Nurmawati, 2024). Dapat disimpulkan teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan mengungkapkan *carbon emission disclosure* sebagai cara perusahaan menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan dan kepatuhan terhadap tuntutan publik serta regulasi.

Regulasi dan tuntutan publik yang meningkat mendorong perusahaan untuk mulai mengadopsi strategi investasi hijau sebagai wujud komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan. Keputusan perusahaan untuk melakukan investasi yang berorientasi lingkungan sejalan dengan prinsip teori legitimasi, di mana perusahaan diharapkan untuk bertindak sesuai dengan nilai, norma, dan harapan sosial di lingkungan sekitarnya (Estu *et al.*, 2024). Akibatnya, perusahaan dituntut untuk menyampaikan informasi tersebut kepada publik melalui pelaporan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Blesia *et al.*, 2023). Langkah-langkah menunjukkan bagaimana

perusahaan menjaga hubungan baik dengan masyarakat dengan mengutamakan kepentingan masyarakat dan lingkungan.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat kesesuaian antara tindakan perusahaan dengan ekspektasi sosial, maka semakin besar pula kepercayaan publik yang diperoleh. Sehingga hal ini akan meningkatkan reputasi perusahaan yang berdampak pada nilai perusahaan karena calon investor akan lebih tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan keberlanjutan perusahaan (Rachmawati, 2021). Dengan demikian, legitimasi yang berhasil dibangun dan dipertahankan oleh perusahaan tidak hanya mencerminkan kepatuhan terhadap harapan sosial, tetapi juga memiliki korelasi positif terhadap persepsi investor, yang pada akhirnya berkontribusi signifikan terhadap peningkatan nilai investasi dan kelangsungan usaha jangka panjang.

3. Nilai Perusahaan

Menurut Purwanto *et al.* (2021), nilai perusahaan krusial bagi investor. Hal ini karena berfungsi sebagai indikator pasar dalam menilai kinerja menyeluruh suatu entitas bisnis. Nilai ini sering dikaitkan dengan fluktuasi harga saham dan menunjukkan persepsi investor terhadap kemampuan manajemen untuk mengelola sumber daya yang dipercaya (Indrarini, 2019). Berdasarkan definisi diatas, ditarik kesimpulan bahwa nilai perusahaan merupakan representasi

bagaimana pasar melihat bagaimana manajemen mengelola sumber daya yang dimiliki perusahaan dengan baik, yang pada akhirnya menjadi indikator penting bagi investor dalam menilai kinerja perusahaan secara keseluruhan. Nilai ini sering kali tercermin dalam harga saham dan berperan sebagai tolok ukur dalam pengambilan keputusan investasi.

Nilai perusahaan memegang peranan krusial, terutama saat perusahaan menunjukkan pertumbuhan, karena peningkatan harga saham dapat memberikan dampak positif terhadap prospek masa depan perusahaan serta memperkuat kepercayaan investor terhadap kinerja yang ditunjukkan oleh manajemen (Dayanty & Setyowati, 2020). Nilai perusahaan berpengaruh terhadap keputusan investor dalam berinvestasi karena peningkatan nilai tersebut cenderung mendorong calon investor untuk segera mengambil keputusan dalam menanamkan modalnya pada suatu perusahaan. Menurut Firmansyah & Hidayati (2023), tingginya harga saham akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan secara keseluruhan, yang pada akhirnya akan berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan investor. Oleh karena itu perusahaan juga harus memiliki kemampuan untuk menguntungkan para pemegang sahamnya sebagai bentuk tanggung jawab atas kepercayaan yang telah diberikan. Hal ini penting untuk menjaga loyalitas investor serta meningkatkan daya tarik perusahaan di pasar modal.

Dalam penilaian nilai pasar, terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan. Rasio yang dapat digunakan untuk menilai nilai suatu perusahaan, antara lain *Tobin's Q*, *Price to Book Value*, serta *Price Earnings Ratio* (Dayanty & Setyowati, 2020). Berikut adalah definisi dari masing-masing rasio yang digunakan dalam penilaian nilai pasar perusahaan:

a) *Tobin's Q*

Tobin's Q adalah rasio yang membandingkan nilai pasar suatu perusahaan dengan biaya penggantian asetnya dan ukuran nilai perusahaan yang banyak digunakan (Tharavanij, 2024). Rasio ini dihitung dengan membagi total nilai pasar perusahaan (termasuk ekuitas dan utang) dengan total nilai buku asetnya.

b) *Price to Book Value*

Price to Book Value merupakan rasio yang membandingkan nilai pasar saham suatu perusahaan dengan nilai bukunya, yang berguna untuk menilai apakah harga saham tersebut berada dalam kondisi *overvalued* atau *undervalued* (Dharma *et al.*, 2023).

c) *Price Earning Ratio*

Price Earning Ratio merupakan salah satu indikator keuangan yang signifikan dan sering digunakan oleh investor untuk mengevaluasi nilai pasar suatu perusahaan relatif terhadap pendapatannya (Mehta, 2025). Rasio ini diperoleh dengan membagi harga pasar per saham dengan laba per saham.

4. *Carbon Emission Disclosure*

Emisi karbon merupakan pelepasan gas-gas yang mengandung karbon ke atmosfer bumi, gas rumah kaca berdasarkan sumbernya dibedakan menjadi gas rumah kaca alami yang bermanfaat dalam menjaga suhu bumi tetap hangat sekitar 6°C serta gas rumah kaca hasil aktivitas industri manusia yang berkontribusi terhadap peningkatan konsentrasi karbon di udara (Oktavia & Murtanto, 2024). Peningkatan konsentrasi gas rumah kaca, khususnya yang berasal dari aktivitas industri, secara langsung berkontribusi terhadap pemanasan global yang memicu lonjakan suhu bumi. Kenaikan suhu tersebut berpotensi memicu berbagai fenomena cuaca ekstrem, seperti gelombang panas dan perubahan pola iklim, yang dapat memberikan dampak signifikan terhadap ekosistem serta kehidupan manusia. (Ramadani & Mukhtaruddin, 2025).

Carbon emission disclosure merupakan suatu bentuk pengungkapan oleh perusahaan yang bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai dampak aktivitasnya terhadap lingkungan sekitar (Oktavia & Murtanto, 2024). Sebagai respons terhadap dampak negatif yang ditimbulkan oleh perubahan iklim akibat emisi karbon, perusahaan memiliki tanggung jawab untuk meningkatkan transparansi lingkungan. Salah satu bentuk transparansi tersebut tercermin dalam penyampaian informasi melalui laporan tahunan perusahaan. Informasi yang disajikan dalam laporan tahunan

diklasifikasikan ke dalam dua kategori, yaitu pengungkapan wajib dan pengungkapan sukarela (Nisa, 2023).

Di Indonesia, regulasi mengenai *carbon emission disclosure* masih bersifat sukarela. Tidak ada kewajiban hukum yang mewajibkan perusahaan untuk melaporkan emisinya secara terbuka kepada publik. Namun, perusahaan tetap dapat melakukan pengungkapan ini secara mandiri sebagai bentuk transparansi dan tanggung jawab sosial. Hal ini sejalan dengan pandangan yang menjelaskan bahwa *carbon emission disclosure* merupakan bagian dari pengungkapan lingkungan yang disampaikan dalam laporan tahunan atau laporan keberlanjutan dan praktik ini telah diakomodasi dalam standar akuntansi keuangan Indonesia, yakni PSAK (Wirawan & Setijaningsih, 2022). Hal tersebut menunjukkan bahwa kebijakan lingkungan tidak lagi menjadi pilihan, melainkan sebuah kebutuhan strategis. Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya keberlanjutan, banyak perusahaan yang mulai mengadopsi secara sukarela sebagai bagian dari upaya mereka untuk memenuhi kebutuhan strategis tersebut.

Carbon emission disclosure sebagai pengungkapan sukarela biasanya dilakukan dalam *Carbon Disclosure Project* (Kurnia *et al.*, 2021). *Carbon Disclosure Project* tidak hanya mencerminkan komitmen perusahaan terhadap isu lingkungan, tetapi juga meningkatkan kredibilitas dan akuntabilitas di mata investor dan

pemangku kepentingan lainnya. Dengan demikian, penyajian dalam laporan keuangan perusahaan dapat menggambarkan upaya manajemen dalam meningkatkan nilai perusahaan (Soetardjo & Nurmawati, 2024).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa adalah suatu bentuk pengungkapan informasi yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan untuk menyampaikan dampak aktivitas operasionalnya terhadap lingkungan, khususnya terkait emisi karbon. Pengungkapan ini berfungsi sebagai wujud transparansi dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam menghadapi perubahan iklim, serta telah menjadi bagian integral dari praktik *Corporate Social Responsibility* yang diakomodasi dalam standar akuntansi keuangan nasional. Selain itu, *carbon emission disclosure* juga berperan strategis dalam meningkatkan kredibilitas, akuntabilitas, dan nilai perusahaan di mata investor dan pemangku kepentingan.

5. Investasi Hijau

Investasi hijau merupakan bentuk investasi yang berorientasi pada tanggung jawab sosial dengan mengedepankan prinsip-prinsip lingkungan dalam pelaksanaannya (Zhang & Berhe, 2022). Investasi hijau merujuk pada bentuk investasi yang diarahkan untuk meminimalkan dampak merugikan dari aktivitas manusia terhadap lingkungan serta mendorong transisi menuju ekonomi berkelanjutan yang rendah emisi karbon dan efisien dalam penggunaan sumber daya,

melalui penerapan energi terbarukan, efisiensi energi, dan sistem transportasi yang berkelanjutan (Ye & Dela, 2023). Melalui investasi hijau perusahaan menunjukkan komitmennya terhadap keberlanjutan jangka panjang, tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan sesaat.

Komitmen perusahaan terhadap investasi hijau sebagai wujud keberlanjutan jangka panjang harus didukung oleh arah kebijakan penanaman modal yang berwawasan lingkungan. Menurut Soraya (2023), dan tercantum pada PP No. 16 Tahun 2012 tentang Rencana Umum Penanaman Modal, arah kebijakan penanaman modal yang berwawasan lingkungan antara lain:

- 1) Peningkatan sinergi dengan kebijakan dan program pembangunan lingkungan hidup, khususnya dalam upaya pengurangan emisi gas rumah kaca pada sektor-sektor utama seperti kehutanan, transportasi, industri, energi, dan pengelolaan limbah, serta perlindungan keanekaragaman hayati.
- 2) Pengembangan sektor-sektor prioritas dan teknologi ramah lingkungan, termasuk pemanfaatan sumber energi baru dan terbarukan untuk mengurangi ketergantungan pada energi fosil.
- 3) Penguatan pembangunan ekonomi hijau (*green economy*). Menitikberatkan pada pertumbuhan ekonomi yang sejalan dengan pelestarian lingkungan, melalui efisiensi sumber daya dan pengurangan dampak ekologis dari aktivitas ekonomi.

- 4) Pemberian fasilitas, kemudahan, atau insentif kepada investor yang mendukung upaya pelestarian lingkungan, pengendalian pencemaran, serta partisipasi dalam perdagangan karbon.
- 5) Peningkatan penggunaan teknologi dan proses produksi yang ramah lingkungan secara terintegrasi.
- 6) Pengembangan wilayah yang mempertimbangkan tata ruang dan daya dukung lingkungan.

Kebijakan tersebut dapat menjadi acuan bagi perusahaan dalam mengimplementasikan investasi hijau secara konkret dalam aktivitas bisnisnya atau pun dalam strategi bisnisnya. Oleh karena itu, perusahaan mengalokasikan sejumlah biaya untuk menjalankan manajemen berbasis lingkungan sebagai upaya pelestarian lingkungan hidup yang terdampak oleh kegiatan operasionalnya (Agatha & Aryati, 2024). Investasi hijau dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui keunggulan kompetitif (Ramadani & Mukhtaruddin, 2025). Keunggulan ini muncul karena perusahaan dianggap lebih bertanggung jawab secara lingkungan, yang dapat meningkatkan kepercayaan investor, kepatuhan terhadap regulasi, dan berkontribusi terhadap indikator pembangunan ekonomi hijau. Dengan demikian, perusahaan berpeluang memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui upaya meminimalkan dampak negatif dari aktivitas operasional terhadap lingkungan dengan penerapan investasi hijau.

Penerapan investasi hijau dalam perusahaan berpotensi memberikan dampak positif terhadap pencapaian tujuan jangka panjang, yaitu peningkatan nilai perusahaan di masa depan (Mentari & Dewi, 2023). Dengan demikian, perusahaan yang melakukan investasi hijau tidak hanya memenuhi tanggung jawab lingkungan, tetapi juga memperoleh manfaat ekonomi jangka panjang yang memperkuat daya saingnya di industri.

6. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan indikator yang mencerminkan besar kecilnya perusahaan berdasarkan total aset, hal ini menjadi salah satu pertimbangan penting bagi calon investor dalam mengambil keputusan untuk menanamkan modalnya (Amaliyah & Herwiyanti, 2020). Ukuran perusahaan merupakan indikator penting yang menggambarkan skala operasional suatu entitas bisnis. Semakin tinggi nilai total aset yang dimiliki suatu perusahaan, maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut (Veronica, 2024). Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka semakin mudah perusahaan memperoleh sumber pendanaan yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan bisnis, serta menjadi kekuatan dalam menghadapi berbagai permasalahan karena didukung oleh aset yang besar dan kemampuan menghasilkan laba yang tinggi (Kusumaningrum & Iswara, 2022). Kondisi ini mencerminkan adanya persepsi positif dari para pemangku kepentingan terhadap perusahaan

yang memiliki kapasitas operasional yang luas dan kinerja finansial yang solid.

Persepsi tersebut menjadi faktor penting yang memengaruhi penilaian pasar terhadap prospek jangka panjang perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran besar cenderung dipersepsikan sebagai entitas yang stabil dan berkembang, yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor yang akan menanamkan modalnya diperusahaan terkait. Untuk memahami implikasi persepsi tersebut secara lebih sistematis, diperlukan adanya klasifikasi ukuran perusahaan berdasarkan indikator yang terukur dan dapat dibandingkan antar entitas. Menurut Mariani & Suryani (2021), ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil. Klasifikasi ini dapat ditentukan pada total aset yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan. Melalui perbandingan nilai aktiva antar perusahaan, dimungkinkan untuk menetapkan kelompok ukuran yang paling tepat bagi setiap entitas usaha.

Secara teoritis, perusahaan yang lebih besar memiliki akses yang lebih luas terhadap sumber daya keuangan maupun non-keuangan yang memungkinkan mereka untuk mengeksplorasi berbagai peluang investasi. Dengan demikian, ukuran perusahaan bukan hanya mencerminkan aspek kuantitatif seperti aset atau pendapatan, tetapi juga menjadi indikator potensial keberhasilan dan

strategi ekspansi bisnis yang lebih luas. Perusahaan berskala besar umumnya memiliki posisi yang lebih kuat dalam industri, baik dari segi daya tawar, kepercayaan investor, maupun daya saing pasar.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kajian penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang dapat diambil dari berbagai sumber ilmiah seperti skripsi, tesis, atau jurnal penelitian. Penelitian terdahulu dipilih sesuai permasalahan dalam penelitian ini, sehingga diharapkan dapat memberikan referensi bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Berikut ini dijelaskan beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan peneliti dalam melakukan penelitian.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul, Peneliti, Tahun	Variabel	Metode/ Alat Analisis	Hasil
1.	Pengungkapan Emisi Karbon untuk Meningkatkan Nilai Perusahaan: Apakah Kinerja Keuangan Mampu Memoderasi? Fitriana <i>et al.</i> , 2024 (Sinta 2)	X: Pengungkapan Emisi Karbon Y: Nilai Kinerja Keuangan (ROA)	Regresi linear berganda dengan <i>Moderated Regression Analysis</i> , SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>carbon emission disclosure</i> secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Namun, kinerja keuangan (ROA) tidak memoderasi hubungan antara <i>carbon emission disclosure</i> dan nilai perusahaan.

2.	<p><i>Carbon emission disclosure and Firm Value: A Study of Manufacturing Firms in Indonesia and Australia</i></p> <p>Kurnia et, al., 2021 (Scopus Q2)</p>	<p>X: <i>Carbon emission disclosure</i> Y: <i>Firm Value</i></p>		<p>Berdasarkan data analisis, <i>carbon emission disclosure</i> di Indonesia meningkatkan nilai perusahaan, Di sisi lain, tidak ada pengaruh <i>carbon emission disclosure</i> di Australia terhadap nilai perusahaan.</p>
3.	<p>Pengungkapan Emisi Karbon Terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Media Exposure</i> sebagai Variabel Moderasi</p> <p>Bahriansyah & Ginting, 2022 (Sinta 2)</p>	<p>X: Pengungkapan Emisi Karbon Y: Nilai Perusahaan Variabel Moderasi: <i>Media Exposure</i></p>	<p><i>Moderated Regression Analysis</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan <i>carbon emission disclosure</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Namun, paparan media tidak mampu memoderasi hubungan tersebut.</p>
4.	<p>Analisis <i>Intellectual Capital, Carbon emission disclosure</i> dan <i>Managerial Ownership</i> terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>Dila & Aryati, 2023 (Garuda)</p>	<p>X: <i>Intellectual Capital, Carbon emission disclosure, Managerial Ownership</i> Y: Nilai Perusahaan</p>	<p>Analisis regresi berganda</p>	<p>Menurut hasil penelitian, <i>Intellectual Capital</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, <i>Carbon emission disclosure</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan <i>Managerial Ownership</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.</p>
5.	<p><i>Effect of Carbon emission disclosure on Company Value</i></p>	<p>X: <i>Carbon emission disclosure,</i></p>	<p>Analisis regresi linier</p>	<p>Variabel <i>Carbon emission disclosure</i> (X) berpengaruh</p>

	<p><i>with Environmental Performance as Moderating Variable in Non-Financial Companies Listed on the Indonesian Stock Exchange</i></p> <p>Nisa, 2023 (Garuda)</p>	<p><i>Carbon Performance, Green Accounting, Intellectual Capital</i></p> <p>Y: Nilai Perusahaan Z: Kinerja Lingkungan</p>	<p>dengan beberapa uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan uji hipotesis</p>	<p>positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Y). Namun, variabel kinerja lingkungan (Z) tidak dapat memoderasi hubungan tersebut.</p>
6.	<p><i>Green Investment and Firm Value: Does Corporate Governance Matter?</i></p> <p>Widarwati <i>et al.</i>, 2024 (Sinta 2)</p>	<p>X: <i>Green Investment</i> Y: Firm Value Z: <i>Corporate Governance</i></p>	<p>Regresi data panel, Uji T, <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA)</p>	<p><i>Green investment</i> berpengaruh positif terhadap <i>firm value</i>, <i>corporate governance</i> tidak memoderasi hubungan tersebut.</p>
7.	<p><i>The impacts of carbon emissions and voluntary carbon disclosure on firm value</i></p> <p>Sun <i>et al.</i>, 2022 (Scopus Q1)</p>	<p>X: emisi karbon, leverage, pendapatan operasional, dan pengungkapan karbon sukarela Y: nilai perusahaan, pemanfaatan emisi karbon, dan pilihan pengungkapan karbon sukarela</p>	<p>model regresi dan model Probit</p>	<p>Emisi karbon berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, pengungkapan karbon sukarela berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. <i>Operating Income</i> berpengaruh positif terhadap emisi karbon. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap emisi karbon dan nilai perusahaan. Pada model probit, ukuran perusahaan (aset) dan <i>leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap probabilitas pengungkapan karbon</p>

8.	<p>Pengaruh <i>Carbon Emission Disclosure, Carbon Performance, Green Accounting, & Intellectual Capital</i> terhadap Nilai Perusahaan</p> <p>Anggraeni, 2024 (Garuda)</p>	<p>X: <i>Carbon emission disclosure, Carbon Performance, Green Accounting, Intellectual Capital</i></p> <p>Y: Nilai Perusahaan</p> <p>Variabel Moderasi: Kinerja Lingkungan</p>	<p>analisis regresi linier, <i>software SPSS Statistics</i></p> <p>25</p>	<p><i>Carbon Emission Disclosure</i> dan <i>Carbon Performance</i> tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan <i>Green Accounting</i> dan <i>Intellectual Capital</i> berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.</p>
9.	<p>Nilai Perusahaan dan Pengaruh Moderasi Kebijakan Dividen: Pengungkapan dari Emisi Karbon, Manajemen Risiko dan Tata Kelola</p> <p>Ticoalu & Agoes, 2023 (Sinta 3)</p>	<p>X: Pengungkapan Emisi Karbon, Pengungkapan Manajemen Risiko, Pengungkapan Tata Kelola</p> <p>Y: Nilai Perusahaan</p> <p>Variabel Moderasi: Kebijakan Dividen</p>	<p>analisis regresi data panel melalui model Fixed-effect.</p>	<p>Pengungkapan emisi karbon tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, variabel pengungkapan manajemen risiko berpengaruh negatif, dan pengungkapan tata kelola berpengaruh positif. Selain itu, kebijakan dividen tidak memperkuat pengungkapan emisi karbon, memperlemah pengungkapan manajemen risiko, dan memperkuat pengungkapan tata kelola terhadap nilai perusahaan</p>
10.	<p>Pengaruh <i>Tax Planning and Carbon Emission</i></p>	<p>X: <i>Corporate Tax Planning, Carbon</i></p>	<p>Metode analisis data</p>	<p>Perencanaan pajak memiliki berpengaruh negatif terhadap nilai</p>

	<p><i>Disclosure</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Komisaris Independen sebagai Pemoderasi</p> <p>Soetardjo & Nurmawati, 2024 (Sinta 2)</p>	<p><i>emission disclosure</i></p> <p>Y: Nilai Perusahaan Variabel Moderasi: Dewan Komisaris Independen</p>	dengan OLS	<p>perusahaan. <i>carbon emission disclosure</i> dan keberadaan komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, komisaris independen tidak memperkuat hubungan antara perencanaan pajak dan nilai perusahaan, tetapi memperkuat hubungan positif antara <i>carbon emission disclosure</i> dan nilai perusahaan.</p>
11.	<p>Dampak <i>Green Governance, Green Investment, dan Green Innovation</i> terhadap Nilai Perusahaan</p> <p>Wijayanti & Budi, 2024 (Garuda)</p>	<p>X: Board Size, Board Independen, Chief Sustainability, Green Investment, Green Innovation</p> <p>Y: Nilai Perusahaan</p>	<p>Uji Chow, Uji Hausman, Uji Lagrange Multiplier, Uji hipotesis, Uji adjusted R², Uji t, Uji F (eviews 12)</p>	<p>Temuan penelitian ini menjelaskan variabel <i>Board Size, Board Independence, dan Green Investment</i> memberi pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, sementara variabel <i>Chief Sustainability Officer</i> dan <i>Green Innovation</i> tidak memberi pengaruh terhadap Nilai Perusahaan</p>
12.	<p>Moderasi <i>CSR Disclosure</i> terhadap Pengaruh <i>Green Investment</i> pada Nilai Perusahaan</p> <p>Mentari & Dewi, 2023 (Sinta 4)</p>	<p>X: <i>green investment, CSR disclosure</i></p> <p>Y: Nilai Perusahaan Moderasi: CSR</p>	<p><i>Moderating Regression Analysis (MRA)</i></p>	<p>Pad penelitian ini variabel <i>green investment</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, <i>CSR disclosure</i> tidak berpengaruh secara</p>

		Disclosure		signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan <i>CSR disclosure</i> tidak mampu memoderasi hubungan antara <i>green investment</i> dengan nilai perusahaan.
13.	<i>Carbon Emission Disclosure dan Green Investment terhadap Firm Value</i> Oktavia & Murtanto, 2024 (Sinta 4)	X: <i>carbon emission disclosure dan green investment</i> Y: <i>firm value</i>	analisis statistik deskriptif dan analisis linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS	Hasil dari pengujian hipotesis menghasilkan yaitu variabel dan <i>green investment</i> memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>firm value</i>
14.	Kontribusi <i>Green Investment dan Good Corporate Governance</i> terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Samino <i>et al.</i> , 2025 (Sinta 4)	X: pengungkapan CSR, green innovation, ROE, DER, green investment Y: nilai perusahaan	Analisis regresi berganda, SPSS	<i>CSR Disclosure dan Green Innovation</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, Green Product Innovation dan ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, DER dan Green Investment tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
15.	<i>The Effect of Social Responsibility Disclosure, Carbon Emission Disclosure, Green Investment, and</i>	X: <i>Social Responsibility disclosure, carbon emission disclosure,</i>	Analisis Kuadrat Terkecil (OLS) menggunakan SPSS	Hasil penelitian ini adalah Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial tidak memiliki efek yang signifikan, Pengungkapan Emisi

	<i>Financial Performance Toward Firm Value: The Case of Indonesia</i> Triyani & Rusmanto, 2022 (International Conference)	<i>green investment, financial performance, Y: Firm Value</i>	versi 26	Karbon memiliki efek positif yang signifikan, <i>Green Investment</i> tidak memiliki efek yang signifikan dan Kinerja Keuangan (DER) memiliki efek negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan di perusahaan.
16	Pengaruh <i>Carbon Emission Disclosure, Eco-Efficiency</i> dan <i>Green Innovation</i> terhadap Nilai Perusahaan Yuliandhari <i>et al.</i> , 2023 (Sinta 3)	X: <i>Carbon emission disclosure, Eco-Efficiency</i> dan <i>Green Innovation</i> Y: Nilai Perusahaan	Teknik analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan regresi data panel menggunakan aplikasi E-views	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>carbon emission disclosure, eco-efficiency</i> dan <i>green innovation</i> berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan, hasil uji parsial menunjukkan bahwa <i>carbon emission disclosure</i> berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. <i>Eco-efficiency</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. <i>Green innovation</i> berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan
17.	Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon dan	X: Pengungkapan Emisi	Metode regresi linier	Pengungkapan eemisi karbon berpengaruh terhadap nilai

	Leverage terhadap Nilai Perusahaan Cahyani & Gunawan, 2022 (Sinta 4)	Karbon, <i>Leverage</i> X: Nilai Perusahaan	berganda, Eviews 12	perusahaan, sedangkan <i>leverage</i> dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
18.	<i>The Effect of Carbon Emission Disclosure on Firm Value: Environmental Performance and Industrial Type</i> Hardiasnyah <i>et al.</i> , 2021 (Jurnal Internasional)	X: <i>carbon emission disclosure</i> Y: <i>firm value</i> Z: <i>environmental performance, industrial type</i>	Analisis regresi linier berganda.	Pengungkapan emisi karbon berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan kinerja lingkungan dan tipe industri dapat memperkuat hubungan pengaruh <i>carbon emission disclosure</i> terhadap nilai perusahaan.
19.	<i>The Impacts of Green Investment and Firm Value: Exploring from the Mediation Role of Sustainability Performance</i> Maharani <i>et al.</i> , 2024	X: <i>Green investment</i> Y: <i>firm value</i> Mediasi: <i>sustainability performe</i>	Alat analisis pengaruh langsung dan analisis dengan variabel mediator digunakan dengan model Hayes PROCESS 4, yaitu mediasi sederhana yang terdapat dalam SPSS.	Hasil penelitian membuktikan bahwa investasi hijau memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan bahwa kinerja keberlanjutan memediasi pengaruh investasi hijau terhadap nilai perusahaan.
20.	<i>Green Investment</i>	X: <i>Green</i>	<i>Partial</i>	<i>Green investment</i>

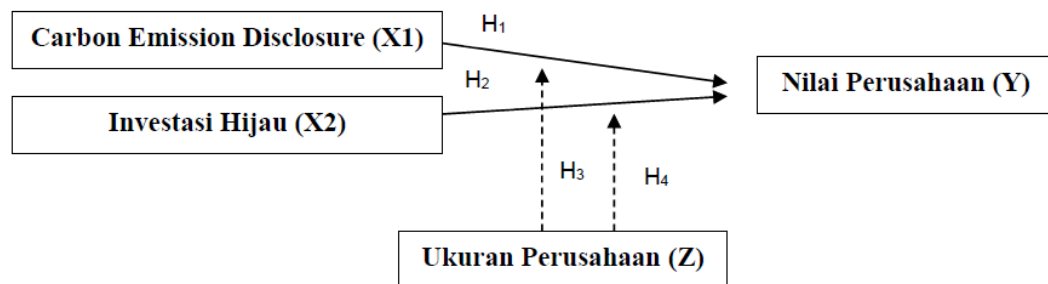
	<p><i>on Firm Value: Mediation of Profitability</i></p> <p>Pardede <i>et al.</i>, 2024 (Jurnal Internasional)</p>	<p><i>investment</i></p> <p>Y: <i>Firm value</i></p> <p>Z: <i>profitability</i></p>	<p><i>Least Square</i></p> <p>dengan aplikasi SmartPLS sebagai teknik analisis data</p>	<p>berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan <i>profitability</i> tidak memediasi pengaruh <i>green investment</i> terhadap nilai perusahaan.</p>
21.	<p><i>The Effect of Green Banking and Green Investment on Firm Value with Eco-Efficiency as Moderation</i></p> <p>Murwaningsari & Rachmawati, 2023 (Copernicus)</p>	<p>X: <i>Green banking, green investment,</i></p> <p>Y: <i>firm value</i></p> <p>Z: <i>eco-efficiency</i></p>	<p>Regresi data panel</p>	<p><i>Green banking</i> dan <i>green investment</i> berpengaruh positif terhadap <i>firm value, eco-efficiency</i> dapat memperkuat pengaruh <i>green banking</i> terhadap <i>firm value, eco-efficiency</i> tidak dapat memperkuat pengaruh <i>green investment</i> terhadap <i>firm value</i>.</p>
22.	<p>Pengaruh <i>Green Investment</i> dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Industri Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022</p> <p>Larasati <i>et al.</i>, 2024 (Garuda)</p>	<p>X: <i>green investment, Return On Asset, Economic Value Added</i></p> <p>Y: Nilai perusahaan</p>	<p>Eviews, Data panel</p>	<p>Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial, <i>Green Investment</i> tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, <i>Return on Asset</i> berpengaruh positif, dan <i>Economic Value Added</i> berpengaruh negatif. Secara simultan, ketiganya berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p>
23.	<p>Pengungkapan Emisi Karbon, Penerapan <i>Green</i></p>	<p>X: Pengungkapan emisi</p>	<p>Uji Regresi Linear</p>	<p>Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan emisi</p>

	<i>Accounting dan Kinerja Lingkungan pada Nilai Perusahaan</i> Hadiwibowo <i>et al.</i> , 2024 (Sinta 4)	karbon, <i>green accounting</i> , kinerja lingkungan Y: Nilai perusahaan	Berganda	karbon memiliki dampak negatif pada nilai perusahaan, sedangkan praktik <i>green accounting</i> dan peningkatan kinerja lingkungan tidak memiliki dampak pada nilai perusahaan.
24.	Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon, Biaya Lingkungan, dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan Prandyawati <i>et al.</i> , 2024 (Sinta 4)	X: Pengungkapan Emisi karbon, biaya lingkungan, <i>good corporate governance</i> Y: Nilai Perusahaan	Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil dari penelitian, yaitu pengungkapan emisi karbon berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, biaya lingkungan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan <i>good corporate governance</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
25.	<i>Effectiveness of Implementing Green Finance, Green Investment, and Environmental Costs in Increasing Company Value in the Mining Sector</i> Yusnia <i>et al.</i> , 2024 (Sinta 4)	X: <i>green finance, green investment, environment cost</i> X: Nilai Perusahaan	Regresi linear berganda	Temuan penelitian menunjukkan bahwa <i>Green Finance</i> memberikan dampak positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan <i>Green Investment</i> tidak menunjukkan korelasi yang signifikan. Sebaliknya, biaya Lingkungan menunjukkan

				hubungan positif yang signifikan dengan nilai perusahaan.
--	--	--	--	---

C. Kerangka Konseptual

Berdasarkan latar belakang, kajian pustaka dan penelitian terdahulu, kerangka konseptual penelitian ini dapat diuraikan pada gambar berikut berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah asumsi atau pernyataan sementara yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah dan harus diuji kebenarannya secara empiris. Berdasarkan kajian pustakan, penelitian terdahulu dan kerangka kosepal, maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *Carbon emission disclosure* terhadap Nilai Perusahaan

Carbon emission disclosure merupakan bentuk komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab lingkungan yang dapat meningkatkan reputasi dan transparansi di hadapan para pemangku kepentingan, termasuk investor. Dengan demikian, para pemangku kepentingan dapat memperoleh pemahaman yang jelas tentang seberapa serius perusahaan melakukan hal-hal yang berkaitan dengan aspek lingkungan. Perusahaan yang memberikan informasi secara lebih komprehensif terkait emisi karbon berpotensi memperoleh penilaian positif dari investor, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Bahriansyah & Ginting, 2022). Selain itu, transparansi terkait emisi karbon dapat memperkuat citra dan daya tarik perusahaan di mata investor.

Hasil tersebut didukung oleh penelitian dari Sun *et al.* (2022), Triyani & Rusmanto (2022) dan Oktavia & Murtanto (2024), yang menyatakan bahwa *carbon emission disclosure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin banyak item *carbon emission disclosure* yang disampaikan oleh perusahaan, maka semakin tinggi pula penilaian terhadap nilai perusahaan di mata investor atau pemegang saham. Hal ini disebabkan oleh keterkaitan langsung antara transparansi emisi karbon dan prospek keberlanjutan perusahaan di masa depan.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: *Carbon Emission Disclosure* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

2. Pengaruh Investasi Hijau terhadap Nilai Perusahaan

Investasi hijau adalah penanaman modal pada konservasi sumber daya alam, penemuan energi terbarukan atau alternatif, proyek udara dan air bersih, dan aktivitas ramah lingkungan lainnya. Investasi hijau berkaitan dengan integrasi *Environmental, Social, and Governance, Socially Responsible Investment*, serta pendekatan investasi yang bertanggung jawab dan berkelanjutan (Mentari & Dewi, 2023).. Konsep ini berupaya untuk menyelaraskan kegiatan bisnis perusahaan dengan norma serta nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat, sebagai strategi dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil tersebut didukung dengan penelitian Mentari & Dewi (2023), Widarwati *et al.* (2024) dan Murwaningsari & Rachmawati (2023), yang hasil penelitiannya investasi hijau berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang mengalokasikan investasinya pada praktik-praktik ramah lingkungan umumnya memperoleh reputasi yang lebih baik di mata konsumen maupun investor. Reputasi ini berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan serta menarik minat investor yang mengutamakan aspek keberlanjutan. Selain itu, investasi dalam teknologi hijau kerap menghasilkan efisiensi energi dan pengurangan

limbah, yang pada gilirannya menurunkan biaya operasional perusahaan. Oleh karena itu, investasi hijau tidak hanya berperan dalam mendukung pelestarian lingkungan, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H2: Investasi Hijau berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi pada *Carbon emission disclosure* terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan indikator yang mencerminkan keberhasilan perusahaan, yang dapat diukur melalui berbagai aspek seperti total aset, total penjualan, jumlah laba, dan indikator keuangan lainnya (Ananda & Lisiantara, 2022). Ukuran yang lebih besar tidak hanya mencerminkan kapasitas ekonomi yang kuat, tetapi juga menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola informasi dan tanggung jawab sosial secara lebih efektif, termasuk dalam hal pengungkapan informasi lingkungan. Perusahaan dengan skala yang lebih besar cenderung mampu meningkatkan tingkat kepercayaan investor dalam menanamkan modalnya, yang pada akhirnya akan berdampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan (Jaya, 2020). Penetapan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi antara *carbon emission disclosure* dan nilai perusahaan didasarkan pada asumsi

bahwa tidak semua perusahaan memiliki kapasitas yang sama dalam menanggapi tuntutan transparansi lingkungan khususnya mengenai emisi karbon.

Penelitian yang dilakukan oleh Bitu *et al.* (2021) dan Aziz (2023) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, tidak ada fokus peran moderasi ukuran perusahaan pada hubungan antara *carbon emission disclosure* terhadap ukuran perusahaan pada penelitian terdahulu. Perusahaan dengan skala yang lebih besar memiliki sumber daya yang lebih memadai serta berada di bawah pengawasan yang lebih ketat, sehingga mampu mengungkapkan informasi lingkungan, termasuk emisi karbon, secara lebih transparan dan kredibel, yang pada akhirnya berdampak signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Sebaliknya, keterbatasan sumber daya pada perusahaan kecil dapat menurunkan kualitas pengungkapan dan mengurangi kepercayaan pasar, sehingga pengaruh terhadap nilai perusahaan menjadi lebih lemah. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H3: Ukuran Perusahaan mampu memoderasi pengaruh *Carbon emission disclosure* terhadap Nilai Perusahaan

4. Pengaruh Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi pada Investasi Hijau terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan mencerminkan fakta bahwa perusahaan dengan skala besar cenderung memiliki nilai buku yang besar, kapitalisasi pasar dan tingkat laba yang lebih tinggi. Sebaliknya, perusahaan berskala kecil umumnya memiliki nilai buku yang lebih kecil, kapitalisasi pasar dan laba yang relatif rendah (Agustina & Sha, 2020). Karakteristik ini menjadikan perusahaan besar memiliki daya dukung keuangan yang lebih kuat dalam mengambil keputusan strategis, termasuk dalam alokasi dana untuk investasi hijau. Jadi, perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki sumber daya keuangan yang lebih luas, memungkinkan mereka untuk melakukan investasi yang lebih besar dalam proyek yang berorientasi pada keberlanjutan (Febriantoko *et al.*, 2025). Proyek berkelanjutan ini seperti efisiensi energi, penggunaan teknologi ramah lingkungan, dan pengembangan produk berbasis rendah karbon.

Penelitian oleh Firda & Efriadi (2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, tidak ada fokus peran moderasi ukuran perusahaan dalam hubungan antara investasi hijau terhadap ukuran perusahaan pada penelitian terdahulu. Dalam penelitian ini, peneliti berasumsi bahwa perusahaan besar umumnya memiliki sumber daya keuangan, teknologi, dan kapasitas manajerial yang lebih memadai

untuk berinvestasi pada proyek hijau secara efektif. Hal ini memungkinkan investasi hijau tidak hanya berkontribusi pada pelestarian lingkungan, tetapi juga memperkuat reputasi perusahaan di mata investor dan publik, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya, keterbatasan sumber daya pada perusahaan kecil menyebabkan skala investasi hijau yang lebih terbatas sehingga dampaknya terhadap nilai perusahaan cenderung lebih lemah. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H4: Ukuran Perusahaan mampu memoderasi pengaruh Investasi Hijau terhadap Nilai Perusahaan