

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka

1. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana perusahaan memperoleh, mempertahankan, dan memperkuat penerimaan sosial melalui respons terhadap isu lingkungan. Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan perlu menjalankan aktivitasnya sesuai dengan nilai, norma, dan harapan sosial masyarakat agar memperoleh penerimaan sosial serta menjaga keberlangsungan usahanya (Ogunode, 2022; Suchman, 1995). Dalam perspektif ini, perusahaan tidak hanya dinilai berdasarkan kemampuan menghasilkan keuntungan, tetapi juga berdasarkan sejauh mana aktivitas operasionalnya dianggap sesuai dengan kepentingan sosial dan lingkungan. Apabila terdapat kesenjangan antara aktivitas perusahaan dan ekspektasi masyarakat, perusahaan cenderung melakukan penyesuaian melalui strategi, kebijakan, maupun komunikasi untuk mempertahankan legitimasi. Oleh karena itu, teori legitimasi menjadi dasar untuk menjelaskan bahwa tanggung jawab lingkungan perusahaan merupakan bagian penting dari upaya menjaga keberlanjutan usaha.

Teori legitimasi relevan untuk menjelaskan *carbon emission disclosure* dan *environmental cost* sebagai bentuk respons perusahaan terhadap tekanan sosial atas isu lingkungan. Pengungkapan emisi karbon menunjukkan keterbukaan perusahaan dalam mengelola dampak ekologis,

sedangkan biaya lingkungan mencerminkan tindakan nyata perusahaan dalam mencegah, mengendalikan, dan memulihkan dampak negatif terhadap lingkungan. Kedua praktik tersebut dapat dipandang sebagai legitimasi karena menunjukkan kepatuhan perusahaan terhadap tuntutan keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan (Hardiyansah *et al.*, 2021; Mansour *et al.*, 2025).

Teori legitimasi juga berkaitan dengan nilai perusahaan karena penerimaan sosial dapat membentuk persepsi positif investor terhadap keberlanjutan bisnis perusahaan (Suchman, 1995). Dalam perspektif teori legitimasi, perusahaan dipandang memiliki kontrak sosial dengan masyarakat, yaitu kesepakatan tidak tertulis bahwa perusahaan dapat terus menjalankan kegiatan usahanya selama aktivitas tersebut sesuai dengan nilai, norma, dan harapan sosial yang berlaku (Martens & Bui, 2023). Apabila perusahaan gagal memenuhi kontrak sosial tersebut, maka perusahaan dapat mengalami penurunan legitimasi yang berdampak pada meningkatnya tekanan publik, risiko reputasi, pengawasan regulator, serta menurunnya kepercayaan investor (Martens & Bui, 2023; Suchman, 1995).

Dampak legitimasi terhadap nilai perusahaan terlihat dari bagaimana masyarakat dan investor menilai tanggung jawab perusahaan dalam merespons isu lingkungan (Hardiyansah *et al.*, 2021). Perusahaan yang responsif terhadap isu lingkungan cenderung dinilai lebih bertanggung jawab, adaptif, dan siap menghadapi risiko regulasi maupun reputasi. Persepsi tersebut dapat meningkatkan kepercayaan pasar dan berdampak

pada penilaian perusahaan, terutama ketika isu iklim dipandang sebagai faktor penting dalam keberlanjutan bisnis (Hardiyansah *et al.*, 2021). Dengan demikian, semakin kuat legitimasi sosial yang diperoleh perusahaan melalui kepatuhan terhadap kontrak sosial dan tanggung jawab lingkungan, semakin besar peluang perusahaan memperoleh penilaian positif dari investor yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Hardiyansah *et al.*, 2021; Martens & Bui, 2023; Ogunode, 2022).

2. Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Teori stakeholder dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab kepada berbagai pihak yang memengaruhi maupun dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan, terutama dalam kaitannya dengan isu lingkungan dan keberlanjutan. Teori stakeholder menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab yang lebih luas daripada sekadar memaksimalkan kepentingan pemegang saham (Harrison *et al.*, 2015). Perusahaan juga harus memperhatikan kepentingan pihak-pihak lain yang terdampak oleh aktivitasnya, seperti investor, kreditur, pemerintah, pelanggan, karyawan, komunitas lokal, dan masyarakat luas. Keberhasilan perusahaan sangat ditentukan oleh kemampuan membangun hubungan yang seimbang, adil, dan berkelanjutan dengan seluruh pemangku kepentingan. Setiap kelompok stakeholder memiliki kebutuhan, ekspektasi, dan pengaruh yang berbeda terhadap perusahaan, sehingga manajemen perlu meresponsnya secara strategis.

Teori stakeholder menjelaskan bahwa *carbon emission disclosure* merupakan bentuk akuntabilitas perusahaan kepada pihak-pihak yang memengaruhi maupun dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan, termasuk investor, kreditor, pemerintah, regulator, masyarakat, konsumen, karyawan, dan lembaga lingkungan yang semakin menuntut transparansi atas dampak lingkungan perusahaan (Guo & Pan, 2022). Investor memerlukan informasi karbon untuk menilai risiko iklim, efisiensi operasional, dan prospek jangka panjang perusahaan di tengah transisi menuju ekonomi rendah karbon karena informasi emisi dapat mencerminkan kesiapan perusahaan dalam menghadapi risiko lingkungan dan regulasi (Jin *et al.*, 2025; Kurnia *et al.*, 2021). Regulator membutuhkan informasi tersebut untuk menilai tingkat kepatuhan perusahaan terhadap arah kebijakan lingkungan, standar pelaporan keberlanjutan, dan pengelolaan risiko emisi karbon (Kumari & Makhija, 2022). Masyarakat dan lembaga lingkungan menggunakan informasi emisi karbon untuk menilai tanggung jawab sosial korporasi serta sejauh mana perusahaan mengelola dampak lingkungan dari aktivitas operasionalnya (Guo & Pan, 2022). Semakin baik perusahaan memenuhi kebutuhan informasi para stakeholder, semakin besar peluang perusahaan memperoleh dukungan, kepercayaan, dan legitimasi dari lingkungan eksternalnya (Hardiyansah *et al.*, 2021). Pengungkapan karbon dapat menjadi mekanisme yang menjembatani hubungan antara faktor tata kelola dan persepsi pasar (Ng *et al.*, 2022).

Teori stakeholder juga relevan untuk menjelaskan *environmental cost* dan hubungannya dengan nilai perusahaan dalam konteks keberlanjutan bisnis. Biaya lingkungan menunjukkan komitmen perusahaan untuk merespons dampak operasionalnya melalui pengelolaan limbah, efisiensi energi, pengurangan pencemaran, atau aktivitas perbaikan lingkungan lainnya. Ketika perusahaan mengalokasikan sumber daya ekonomi untuk tujuan tersebut, perusahaan pada dasarnya sedang memenuhi tuntutan stakeholder, yaitu investor, kreditor, pemerintah, regulator, masyarakat sekitar, konsumen, karyawan, serta lembaga lingkungan, atas praktik usaha yang lebih bertanggung jawab, transparan, dan beretika (Harrison *et al.*, 2015). Dari sudut pandang stakeholder, tindakan nyata seperti ini memiliki makna yang lebih kuat dibandingkan pernyataan normatif, karena menunjukkan adanya tanggung jawab yang diwujudkan melalui keputusan ekonomi perusahaan. *Green accounting practices* dan pengungkapan lingkungan dapat mengubah persepsi stakeholder dan menilai baik tindakan tersebut sebagai bentuk tanggung jawab yang nyata, bukan sekadar simbolik, sehingga pada akhirnya mendukung stabilitas, reputasi, dan kepercayaan pasar terhadap perusahaan (Al-Mawali, 2021; Ng *et al.*, 2022; Wenni Anggita *et al.*, 2022).

3. Teori Sinyal (*Signal Theory*)

Teori sinyal digunakan untuk menjelaskan bagaimana perusahaan menyampaikan informasi kepada investor guna mengurangi asimetri informasi terkait kualitas, risiko, dan prospek perusahaan. Dalam

penelitian ini, teori sinyal relevan karena isu lingkungan seperti *carbon emission disclosure* dan *environmental cost* dapat dipersepsikan pasar sebagai sinyal atas komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan. Manajemen memiliki informasi internal yang lebih lengkap dibandingkan pihak eksternal, sehingga pengungkapan informasi lingkungan diperlukan agar investor dapat menilai perusahaan secara lebih objektif (Hassan *et al.*, 2020; Velte, 2025). Sinyal yang dipersepsikan positif dapat meningkatkan kepercayaan investor karena perusahaan dianggap transparan, bertanggung jawab, dan memiliki prospek keberlanjutan yang lebih baik (Hardiyansah *et al.*, 2021). Sebaliknya, informasi yang menunjukkan risiko lingkungan tinggi, strategi yang tidak jelas, atau beban lingkungan yang besar dapat menjadi sinyal negatif bagi pasar, karena pelanggaran atau risiko lingkungan yang tinggi cenderung direspons pasar melalui peningkatan biaya modal dan penurunan kepercayaan investor (Bhuiyan & Man, 2025).

Carbon emission disclosure dipandang sebagai sinyal nonkeuangan yang menunjukkan keterbukaan perusahaan dalam mengelola emisi karbon, risiko iklim, dan strategi keberlanjutan (Hardiyansah *et al.*, 2021). Pengungkapan tersebut dapat menjadi sinyal positif apabila disertai informasi mengenai strategi pengurangan emisi, efisiensi energi, target lingkungan, dan mitigasi risiko iklim (Issa *et al.*, 2024). Namun, pengungkapan emisi karbon juga dapat menjadi sinyal negatif apabila menunjukkan tingkat emisi tinggi tanpa strategi pengendalian yang jelas, karena investor dapat menilai perusahaan memiliki risiko regulasi, reputasi, dan biaya kepatuhan yang lebih besar (Pramesti & Sueb, 2026).

Dengan demikian, teori sinyal menjelaskan bahwa pengungkapan emisi karbon dapat memengaruhi nilai perusahaan melalui persepsi investor terhadap risiko dan prospek keberlanjutan perusahaan. Pada perusahaan di sektor emisi tinggi seperti *basic materials*, pengungkapan yang luas tanpa disertai bukti mitigasi risiko iklim yang kredibel justru berpotensi ditafsirkan pasar sebagai sinyal besarnya beban dan risiko lingkungan yang ditanggung perusahaan, bukan sebagai sinyal keunggulan tata kelola.

Environmental cost juga dapat dijelaskan melalui teori sinyal karena biaya lingkungan mencerminkan komitmen ekonomi perusahaan dalam mengelola dampak lingkungan operasionalnya, yaitu pengeluaran yang ditujukan untuk mencegah, mengurangi, atau memperbaiki kerusakan lingkungan seperti teknologi ramah lingkungan, pengendalian pencemaran, dan pengelolaan limbah (Heryanti & Harahap, 2025). Biaya lingkungan dapat menjadi sinyal positif apabila digunakan untuk pengendalian pencemaran, pengelolaan limbah, efisiensi energi, konservasi, dan perbaikan lingkungan, karena menunjukkan keseriusan perusahaan dalam menjalankan strategi keberlanjutan. Dalam perspektif investor, biaya tersebut tidak hanya dipahami sebagai beban, tetapi juga sebagai investasi reputasional dan operasional yang dapat mendukung keberlanjutan usaha serta nilai perusahaan, karena pengeluaran terkait tanggung jawab lingkungan berfungsi sebagai sinyal strategis yang memperkuat reputasi dan kepercayaan stakeholder (Arhinful *et al.*, 2025). Namun, biaya lingkungan dapat menjadi sinyal negatif apabila dipersepsikan hanya

sebagai beban yang menekan profitabilitas tanpa manfaat ekonomi yang jelas.

Teori sinyal juga digunakan untuk menjelaskan peran *assurance provider* sebagai variabel moderasi. *Assurance provider* merupakan pihak independen yang memverifikasi informasi keberlanjutan sehingga dapat meningkatkan kredibilitas dan reliabilitas informasi yang disampaikan perusahaan (Gipper *et al.*, 2025; Hassan *et al.*, 2020). Kehadiran *assurance provider* dapat memperkuat sinyal positif dari *carbon emission disclosure* dan *environmental cost* karena investor memperoleh keyakinan bahwa informasi lingkungan tidak hanya berasal dari klaim manajemen, tetapi telah melalui penilaian pihak independen (Hassan *et al.*, 2020; Velte, 2025). *External assurance* terbukti dapat memperkuat pengaruh *carbon disclosure* terhadap *firm value*, sehingga *assurance* dapat dipahami sebagai mekanisme yang meningkatkan kepercayaan pasar terhadap informasi karbon perusahaan (Issa *et al.*, 2024). Dengan demikian, teori sinyal menjelaskan bahwa pengaruh *carbon emission disclosure* dan *environmental cost* terhadap *nilai perusahaan* akan lebih kuat ketika informasi lingkungan perusahaan didukung oleh *assurance* dari pihak independen (Hassan *et al.*, 2020; Issa *et al.*, 2024; Velte, 2025).

4. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi pasar terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang tercermin pada harga saham dan penilaian investor atas prospek masa depan perusahaan (Sujoko & Soebiantoro, 2007). Konsep nilai perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan

dalam menciptakan kinerja, mengelola risiko, serta mempertahankan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Tujuan utama manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan karena nilai tersebut mencerminkan kemakmuran pemegang saham secara berkelanjutan. Peningkatan nilai perusahaan menunjukkan bahwa pasar memberikan penilaian positif terhadap prospek pendapatan serta efisiensi pengelolaan lingkungan perusahaan (Pertiwi & Januarti, 2025).

Nilai perusahaan juga menjadi indikator yang menghubungkan keputusan internal perusahaan dengan respons eksternal pasar. Keputusan investasi, pendanaan, dividen, tata kelola, hingga kebijakan lingkungan akan tercermin dalam penilaian pasar terhadap kualitas perusahaan secara keseluruhan. Oleh karena itu, nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor keuangan, tetapi juga oleh informasi nonkeuangan seperti tanggung jawab lingkungan, transparansi emisi karbon, dan kredibilitas pelaporan keberlanjutan.

Dalam perspektif teori sinyal, informasi nonkeuangan dapat menjadi sinyal bagi investor dalam menilai kualitas perusahaan (Hassan *et al.*, 2020). *Carbon emission disclosure* dapat menjadi sinyal positif apabila pengungkapan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap risiko iklim, strategi pengurangan emisi, efisiensi energi, dan komitmen terhadap keberlanjutan usaha (Fitriana *et al.*, 2024; Kurnia *et al.*, 2021). Pengungkapan emisi karbon yang lebih baik dapat meningkatkan kepercayaan investor karena perusahaan dinilai lebih transparan dan siap menghadapi tekanan regulasi lingkungan serta risiko

perubahan iklim (Kurnia *et al.*, 2021; Yuliandhari *et al.*, 2023). Penelitian Kurnia *et al.* (2021) menunjukkan bahwa *carbon emission disclosure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan di Indonesia, sehingga pengungkapan karbon dapat menjadi informasi yang relevan bagi pasar (Kurnia *et al.*, 2021). Penelitian Yuliandhari *et al.* (2023) juga menunjukkan bahwa *carbon emission disclosure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor nonkeuangan di Indonesia (Yuliandhari *et al.*, 2023).

Namun, pengungkapan emisi karbon juga dapat dipersepsikan negatif apabila informasi yang disampaikan menunjukkan tingginya emisi tanpa diikuti strategi pengendalian yang jelas. Dalam kondisi tersebut, investor dapat menilai bahwa perusahaan memiliki risiko lingkungan, risiko regulasi, dan risiko reputasi yang lebih besar. Oleh karena itu, pengaruh *carbon emission disclosure* terhadap nilai perusahaan bergantung pada bagaimana pasar menafsirkan kualitas, kelengkapan, dan kredibilitas informasi karbon yang disampaikan perusahaan (Harindahyani, 2023; Hassan *et al.*, 2020).

Selain *carbon emission disclosure*, *environmental cost* juga berkaitan dengan nilai perusahaan karena mencerminkan komitmen perusahaan dalam mengelola dampak lingkungan operasionalnya (Widyawan & Sopian, 2022). Biaya lingkungan yang dialokasikan untuk pengendalian pencemaran, pengelolaan limbah, efisiensi energi, konservasi sumber daya, dan pemulihan lingkungan dapat dipandang sebagai investasi keberlanjutan yang meningkatkan reputasi, kepercayaan

stakeholder, dan prospek jangka panjang perusahaan (Widyawan & Sopian, 2022). Namun, apabila dipersepsikan hanya sebagai beban yang menurunkan laba tanpa manfaat strategis, biaya lingkungan dapat memberi sinyal negatif terhadap nilai perusahaan, terutama ketika tidak diikuti peningkatan kinerja atau pengungkapan lingkungan yang memadai (Pertiwi & Januarti, 2025).

Dalam perspektif teori legitimasi dan *stakeholder*, perusahaan yang mampu mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan cenderung memperoleh penerimaan sosial dan kepercayaan investor yang lebih kuat. Transparansi informasi lingkungan membantu *stakeholder* menilai komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan, sehingga nilai perusahaan tidak hanya ditentukan oleh laba, tetapi juga oleh kemampuan membangun legitimasi dan mengelola risiko lingkungan secara berkelanjutan.

Secara empiris, nilai perusahaan sering diukur menggunakan indikator pasar seperti Tobin's Q dan Price to Book Value (PBV). Tobin's Q menunjukkan perbandingan antara nilai pasar perusahaan dan nilai aset perusahaan, sehingga dapat menggambarkan bagaimana pasar menilai prospek pertumbuhan perusahaan. Penelitian Kurnia *et al.* menggunakan Tobin's Q untuk mengukur nilai perusahaan dalam menguji hubungan *carbon emission disclosure* dan *firm value* pada perusahaan manufaktur di Indonesia dan Australia (Kurnia *et al.*, 2021). Penelitian Maharani *et al.* juga menggunakan Tobin's Q untuk mengukur nilai perusahaan dalam

kajian pengungkapan emisi karbon pada 366 perusahaan di Indonesia periode 2018–2022 (Fitriana *et al.*, 2024).

Nilai perusahaan dalam penelitian ini dipahami sebagai penilaian pasar atas kualitas, prospek, dan keberlanjutan perusahaan yang dipengaruhi oleh informasi keuangan maupun nonkeuangan. *carbon emission disclosure* dan *environmental cost* menjadi informasi lingkungan yang membentuk persepsi investor, sedangkan *assurance provider* memperkuat kredibilitas laporan keberlanjutan. Semakin transparan dan kredibel informasi lingkungan yang disampaikan, semakin besar peluang perusahaan memperoleh penilaian positif dari pasar.

5. *Carbon Emission Disclosure*

Carbon emission disclosure adalah pengungkapan informasi perusahaan mengenai emisi karbon atau gas rumah kaca yang timbul dari aktivitas operasional, penggunaan energi, proses produksi, maupun rantai nilai bisnisnya (Hassan *et al.*, 2020; Kurnia *et al.*, 2021). Pengungkapan *carbon emission disclosure* penting karena isu perubahan iklim telah menjadi isu strategis yang memengaruhi risiko usaha, reputasi, akses pendanaan, dan penilaian investor. Dalam pelaporan korporasi, *carbon emission disclosure* mencakup informasi mengenai jumlah emisi, sumber emisi, kebijakan pengendalian, target penurunan, serta tata kelola perubahan iklim.

Carbon emission disclosure dipahami sebagai upaya perusahaan menunjukkan bahwa aktivitasnya masih sesuai dengan harapan sosial. Pengungkapan ini menjadi bentuk akuntabilitas kepada investor, regulator,

komunitas, dan konsumen yang membutuhkan informasi keberlanjutan. Pengungkapan karbon menjadi sinyal bahwa perusahaan memiliki perhatian terhadap risiko iklim, kesiapan menghadapi ekonomi hijau, dan kualitas pengelolaan keberlanjutan. Dengan demikian, pengungkapan karbon berfungsi sebagai legitimasi, akuntabilitas, dan komunikasi strategis kepada pasar (Hardiyansah *et al.*, 2021; Mansour *et al.*, 2025; Obeng *et al.*, 2025).

Secara empiris, *carbon emission disclosure* dapat memengaruhi nilai perusahaan melalui pembentukan persepsi positif pasar. Pengungkapan karbon yang luas menunjukkan transparansi, tanggung jawab, dan keseriusan perusahaan dalam mengelola risiko lingkungan. Informasi tersebut dapat mengurangi ketidakpastian dan asimetri informasi bagi investor. Namun, pengaruhnya terhadap nilai perusahaan dapat berbeda bergantung pada karakteristik industri, sensitivitas lingkungan, kualitas tata kelola, dan kredibilitas informasi yang diungkapkan (Ng *et al.*, 2022). Hal ini menjadi perhatian khusus pada perusahaan sektor *basic materials* yang berintensitas emisi relatif tinggi, karena pengungkapan yang luas tanpa disertai strategi mitigasi risiko iklim yang kredibel lebih berpotensi dipersepsikan investor sebagai sinyal beban dan risiko lingkungan dibandingkan sebagai sinyal keunggulan tata kelola.

Indikator atau dimensi *carbon emission disclosure* sebagai berikut:

a. Pengungkapan risiko dan peluang terkait perubahan iklim

Indikator ini menunjukkan sejauh mana perusahaan mengungkapkan risiko iklim, peluang bisnis hijau, serta dampak perubahan iklim terhadap operasi, biaya, pasar, dan strategi perusahaan.

b. Pengungkapan jumlah atau tingkat emisi karbon

Indikator ini menilai sejauh mana perusahaan mengungkapkan jumlah emisi karbon atau gas rumah kaca yang dihasilkan, baik secara total maupun berdasarkan kategori tertentu.

c. Pengungkapan sumber emisi dan konsumsi energi

Indikator ini menunjukkan sejauh mana perusahaan mengungkapkan sumber utama emisi, seperti penggunaan bahan bakar, proses produksi, transportasi, serta konsumsi listrik dan energi lainnya.

d. Pengungkapan target dan strategi penurunan emisi

Indikator ini menilai sejauh mana perusahaan mengungkapkan target pengurangan emisi, program efisiensi energi, inovasi teknologi rendah karbon, atau strategi mitigasi untuk menurunkan dampak lingkungan.

e. Pengungkapan tata kelola perubahan iklim

Indikator ini menilai sejauh mana perusahaan mengungkapkan peran dewan komisaris, direksi, komite, atau manajemen dalam mengawasi isu perubahan iklim dan pengelolaan emisi karbon.

6. *Environmental Cost*

Environmental cost adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mencegah, mengendalikan, mengurangi, dan menangani dampak lingkungan akibat aktivitas operasionalnya (Pertiwi & Januarti, 2025; Widyawan & Sopian, 2022). Biaya ini menunjukkan komitmen perusahaan dalam mengalokasikan sumber daya untuk pencegahan pencemaran, pengelolaan limbah, efisiensi energi, pemulihan lingkungan, serta kepatuhan terhadap regulasi (Pertiwi & Januarti, 2025; Widyawan & Sopian, 2022).

Environmental cost menunjukkan tanggung jawab perusahaan agar aktivitas operasionalnya tetap memperoleh penerimaan sosial. Biaya lingkungan mencerminkan perhatian perusahaan terhadap pihak-pihak yang terdampak oleh aktivitasnya, seperti masyarakat, regulator, investor, dan komunitas lingkungan. *Environmental cost* menjadi bukti bahwa perusahaan benar-benar berinvestasi pada pengelolaan lingkungan, bukan hanya melakukan pengungkapan simbolik. Oleh karena itu, *environmental cost* merepresentasikan tanggung jawab nyata, akuntabilitas, dan kredibilitas komitmen keberlanjutan perusahaan (Al-Mawali, 2021; Wenni Anggita *et al.*, 2022).

Secara empiris, *environmental cost* atau praktik *green accounting* dapat berkaitan dengan nilai perusahaan karena pasar dapat menafsirkan biaya tersebut sebagai bagian dari strategi jangka panjang. Apabila dipandang sebagai investasi untuk meningkatkan efisiensi, reputasi, kepatuhan, dan pengurangan risiko, maka pengaruhnya terhadap nilai

perusahaan dapat positif. Namun, apabila dipersepsikan sebagai tambahan beban yang menekan laba jangka pendek, pengaruhnya dapat menjadi lemah atau kurang diapresiasi oleh pasar (Al-Mawali, 2021; Wenni Anggita *et al.*, 2022).

Indikator atau dimensi *environmental cost* sebagai berikut:

a. Biaya Pencegahan Lingkungan

Biaya ini mencakup pengeluaran untuk mencegah pencemaran sebelum terjadi, seperti penggunaan teknologi bersih, pelatihan lingkungan, efisiensi proses produksi, dan penerapan sistem manajemen lingkungan. Indikator ini menunjukkan upaya preventif perusahaan dalam menekan risiko lingkungan sejak awal.

b. Biaya Pemantauan atau Evaluasi Lingkungan

Biaya ini meliputi pengeluaran untuk audit lingkungan, pemantauan emisi, pengujian limbah, inspeksi kualitas lingkungan, dan evaluasi kepatuhan regulasi. Indikator ini menunjukkan adanya sistem pengawasan agar kegiatan operasional tetap sesuai standar lingkungan.

c. Biaya Penanganan Limbah atau Pencemaran Internal

Biaya ini berkaitan dengan pengelolaan limbah, emisi, atau residu produksi sebelum berdampak pada lingkungan eksternal. Contohnya adalah pengolahan limbah cair, pengendalian emisi udara, pengelolaan limbah padat, dan sistem daur ulang internal.

d. Biaya Kegagalan Eksternal Lingkungan

Biaya ini mencakup denda lingkungan, kompensasi masyarakat, biaya litigasi, pembersihan lokasi, dan pemulihan lingkungan akibat

dampak negatif yang telah dirasakan pihak luar. Indikator ini menunjukkan konsekuensi ekonomi ketika pengelolaan lingkungan belum berjalan efektif.

e. Biaya Pelaporan dan Program Keberlanjutan

Biaya ini mencakup penyusunan laporan lingkungan, program efisiensi energi, pengurangan emisi, sertifikasi lingkungan, serta inisiatif *green accounting* atau *sustainability management*. Indikator ini menunjukkan bahwa isu lingkungan telah menjadi bagian dari strategi dan akuntabilitas perusahaan.

7. *Assurance Provider*

Assurance provider adalah pihak independen yang memberikan verifikasi atau penjaminan atas informasi nonkeuangan perusahaan, seperti laporan keberlanjutan, pengungkapan emisi karbon, dan data lingkungan (Cohen & Simnett, 2015; Simnett *et al.*, 2009). Keberadaan *assurance provider* penting karena informasi nonkeuangan sering menghadapi keraguan terkait objektivitas, kelengkapan, dan reliabilitasnya (Harindahyani, 2023; Hodge *et al.*, 2009). Melalui proses *assurance*, informasi yang disajikan perusahaan dinilai kewajaran, konsistensi, dan kesesuaiannya dengan standar tertentu (Hodge *et al.*, 2009; Simnett *et al.*, 2009).

Assurance provider memperkuat kepercayaan pasar terhadap informasi yang diungkapkan perusahaan karena mengurangi risiko bias manajerial dan klaim simbolik. Dalam teori legitimasi, *assurance* menunjukkan kesediaan perusahaan untuk menguji informasi

lingkungannya secara eksternal sebagai bentuk akuntabilitas publik. *Assurance provider* membantu memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan atas informasi yang andal dan dapat dipercaya. Dengan demikian, *assurance provider* memperkuat fungsi informasi keberlanjutan sebagai sinyal kredibel, sarana legitimasi, dan alat pemenuhan kebutuhan informasi *stakeholder* (Gipper *et al.*, 2025; Hassan *et al.*, 2020; Velte, 2025). Meskipun demikian, peran *assurance provider* tidak selalu memperkuat hubungan tersebut. Apabila proses *assurance* justru menyingkap ketidaksesuaian antara klaim lingkungan dan praktik aktual perusahaan, atau mengungkap kelemahan kualitas pengungkapan, maka *assurance* dapat memperlemah kepercayaan pasar alih-alih memperkuatnya (Harindahyani, 2023).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *voluntary assurance* atas *sustainability reporting* berkaitan dengan kredibilitas informasi yang lebih tinggi. Bukti terbaru juga menunjukkan bahwa *external assurance* berhubungan dengan kualitas *carbon accounting* yang lebih baik, terutama ketika proses *assurance* dilakukan secara menyeluruh. Dengan demikian, *assurance provider* dapat meningkatkan daya percaya dan daya jelas informasi lingkungan yang disampaikan perusahaan kepada pasar (Gipper *et al.*, 2025; Hassan *et al.*, 2020).

Beberapa penelitian juga melihat jenis penyedia *assurance*, seperti kantor akuntan publik, *big four*, atau penyedia non-audit, serta cakupan *assurance* yang diberikan. Semakin tinggi reputasi, kualitas, dan cakupan *assurance*, semakin besar kemungkinan informasi keberlanjutan

dipandang reliabel oleh investor dan stakeholder (Velte, 2025). Indikator atau dimensi *assurance provider* sebagai berikut:

a. Keberadaan *Assurance* Eksternal

Indikator ini menunjukkan apakah laporan keberlanjutan atau informasi karbon perusahaan telah memperoleh verifikasi dari pihak independen. Dalam penelitian kuantitatif, indikator ini biasanya diukur dengan skor 1 untuk perusahaan yang menggunakan *assurance* dan 0 untuk perusahaan yang tidak menggunakan *assurance*.

b. Jenis *Assurance Provider*

Indikator ini membedakan apakah *assurance* dilakukan oleh kantor akuntan publik, *big four*, atau penyedia non-audit. Jenis penyedia penting karena reputasi dan kompetensinya dapat memengaruhi tingkat kepercayaan pasar terhadap informasi yang diverifikasi.

c. Cakupan *Assurance*

Indikator ini menunjukkan apakah *assurance* mencakup seluruh laporan keberlanjutan atau hanya bagian tertentu, seperti data emisi karbon atau indikator lingkungan. Semakin luas cakupannya, semakin kuat keyakinan stakeholder terhadap kualitas informasi yang disampaikan.

d. Kredibilitas informasi yang dihasilkan

Indikator ini menekankan fungsi *assurance* dalam meningkatkan reliabilitas, objektivitas, dan kepercayaan terhadap informasi lingkungan. Kredibilitas tersebut menjadi dasar bahwa *assurance*

provider dapat memperkuat hubungan antara informasi lingkungan dan nilai perusahaan.

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. Berikut ini dijelaskan beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan peneliti dalam melakukan penelitian.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul, Peneliti dan Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
1.	<i>The Effect of Carbon Emission Disclosure on Firm Value : Environmental Performance and Industrial Type</i> (Hardiyansah <i>et al.</i> , 2021)	X: Carbon Emission Disclosure Y: Firm Value Z: Environmental Performance, Industrial Type	Carbon emission disclosure berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kinerja lingkungan memperkuat hubungan CED terhadap nilai perusahaan.
2.	<i>Greenhouse Gas Emissions Disclosure on Firm Value and Financial Performance in Eu-Ets Member Countries</i> (Pramesti & Sueb, 2026)	X: Greenhouse Gas Emissions Disclosure Y: Firm Value, Financial Performance	Pengungkapan emisi gas rumah kaca menjadi sinyal positif bagi investor, meningkatkan nilai perusahaan dan sedikit meningkatkan kinerja operasional, tetapi belum meningkatkan profitabilitas berbasis ekuitas.
3.	Pengaruh Carbon Emission Disclosure, Kinerja Lingkungan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Rahmawati <i>et al.</i> , 2025)	X: Carbon Emission Disclosure, Ukuran Perusahaan Y: Nilai perusahaan Z : Kinerja Lingkungan	Carbon emission disclosure dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan.
4.	Pengaruh <i>Retur non Aset</i> dan Biaya Lingkungan Terhadap Nilai perusahaan pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Fitria & Lestari, 2025)	X: Return On Aset (ROA), Biaya Lingkungan Y: Nilai perusahaan	Biaya lingkungan dan ROA berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
5	Apakah Pengungkapan Informasi Lingkungan Memoderasi Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Biaya Lingkungan terhadap Nilai	X: Kinerja lingkungan, Biaya lingkungan Y: Nilai perusahaan Z: Pengungkapan	Kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Biaya lingkungan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

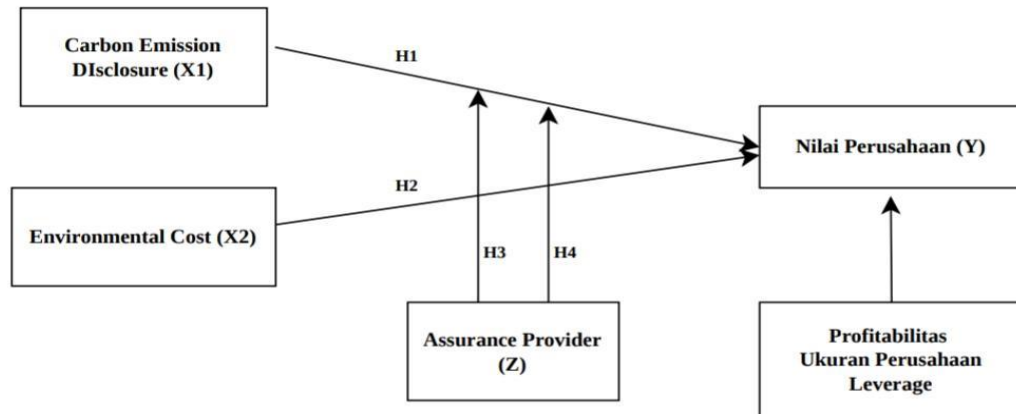
	Perusahaan? (Hapsoro & Adyaksana, 2020)	informasi lingkungan	Pengungkapan lingkungan memoderasi kedua hubungan tersebut.
6	Kritikal determinan Nilai perusahaan : Analisis <i>Corporate Governance</i> dan <i>Assurance</i> sebagai Variabel Moderasi (Juliandry & Sugioko, 2019)	X: Profitabilitas, Likuiditas, <i>Leverage</i> , IOS Y: Nilai perusahaan Z: <i>Assurance</i> , <i>Corporate Governance</i>	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan <i>leverage</i> berpengaruh negatif. <i>Corporate governance</i> meningkatkan nilai perusahaan. <i>Assurance</i> memperkuat pengaruh profitabilitas dan belum mampu memperkuat pengaruh <i>leverage</i> .
7	<i>Carbon Emission Disclosure and Firm Value : A Study of Manufacturing Firms in Indonesia and Australia</i> (Kurnia et al., 2021)	X: <i>Carbon Emission Disclosure</i> Y: <i>Firm Value</i>	<i>Carbon emission disclosure</i> digunakan untuk menjelaskan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur Indonesia dan Australia.
8	<i>Influence of Carbon Emission Disclosure on Firm Value of Industrial Firms in Indonesia</i> (Noor & Ginting, 2022)	X: <i>Carbon Emission Disclosure</i> Y: <i>Firm Value</i>	<i>Carbon emission disclosure</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri di Indonesia.
9	Pengaruh <i>Carbon Emission Disclosure</i> , <i>Eco-Efficiency</i> dan <i>Green Innovation</i> terhadap Nilai perusahaan (Yuliandhari et al., 2023)	X1: <i>Carbon Emission Disclosure</i> X2: <i>Eco-Efficiency</i> X3: <i>Green Innovation</i> Y: Nilai perusahaan	<i>Carbon emission disclosure</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
10	<i>The Effect of Environmental Performance and Environmental Cost Towards Firm Value with Climate Change Disclosure as Moderating Variable</i> (Aryandanu & Aisyah, 2021)	X1: <i>Environmental Performance</i> X2: <i>Environmental Cost</i> Y: <i>Firm Value</i> Z: <i>Climate Change Disclosure</i>	<i>Climate change disclosure</i> mampu memperkuat hubungan antara <i>environmental performance</i> terhadap <i>firm value</i> . Namun, <i>climate change disclosure</i> belum mampu memperkuat hubungan antara <i>environmental cost</i>

			terhadap <i>firm value</i> .
11	<i>Determinants of the Selection of Sustainability Assurance providers and Consequences for Firm Value: A Review of Empirical Research</i> (Velte, 2025)	X: Sustainability Assurance provider Y: Firm Value	<i>Assurance provider</i> dapat meningkatkan kredibilitas laporan keberlanjutan dan berpotensi memberi konsekuensi positif terhadap <i>firm value</i> .
12	<i>The Effect of Environmental Costs and Environmental Disclosure on Firm Value Moderated by Corporate Governance</i> (Widyawan & Sopian, 2022)	X1: Environmental Cost X2: Environmental Disclosure Y: Firm Value Z: Corporate Governance	<i>Environmental cost</i> berpengaruh positif terhadap <i>firm value</i> , sedangkan <i>environmental disclosure</i> berpengaruh negatif. <i>Corporate governance</i> tidak mampu memperkuat hubungan tersebut.
13	<i>Carbon Emission Disclosure and Firm Value of Carbon-Intensive Firm: The moderating role of external assurance</i> (Issa et al., 2024)	X: Carbon Emission Disclosure Y: Firm value Z: External assurance	<i>Carbon disclosure</i> dan <i>external assurance</i> berpengaruh positif langsung terhadap nilai perusahaan. <i>External assurance</i> memiliki peran moderasi signifikan yang memperkuat pengaruh <i>carbon disclosure</i> terhadap nilai perusahaan.
14	<i>The Influence of Carbon Emission Disclosure, Green Intellectual Capital and Environmental Performance on Firm Value With Moderation of Firm Size</i> (Ericho & Amin, 2024)	X1: Carbon Emission Disclosure X2: Green Intellectual Capital X3: Environmental Performance Y: Firm Value Z: Firm Size	<i>Carbon emission disclosure</i> berpengaruh negatif, <i>green intellectual capital</i> berpengaruh positif, dan <i>environmental performance</i> berpengaruh negatif terhadap <i>firm value</i> .
15	<i>Carbon Emission Disclosure and Firm Value: Does Eco-Efficiency Moderate This Relationship?</i> (Rahmianingsih & Malau, 2022)	X: Carbon Emission Disclosure Y: Firm Value Z: Eco-Efficiency	<i>Carbon emission disclosure</i> berpengaruh positif terhadap <i>firm value</i> , sedangkan <i>eco-efficiency</i> berpengaruh negatif.

Sumber: Data diolah, 2026

C. Kerangka Konseptual

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



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

D. Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh *Carbon Emission Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan

Carbon emission disclosure merupakan bentuk keterbukaan perusahaan dalam menyampaikan informasi mengenai emisi karbon, kebijakan pengurangan emisi, strategi pengelolaan risiko iklim, serta komitmen perusahaan terhadap isu keberlanjutan. Dalam perspektif teori sinyal, pengungkapan yang dilakukan perusahaan tidak selalu ditafsirkan sebagai sinyal positif oleh pasar. Sinyal hanya akan direspons secara positif apabila informasi yang disampaikan mencerminkan pengelolaan risiko lingkungan yang baik, sedangkan pada perusahaan dengan tingkat emisi yang tinggi, pengungkapan yang luas justru dapat membuka informasi mengenai besarnya beban dan risiko lingkungan yang ditanggung perusahaan, sehingga pasar cenderung menangkapnya sebagai sinyal risiko, bukan sinyal keunggulan tata kelola (Rachmadhika & Firmansyah, 2025).

Dari sudut teori legitimasi, pengungkapan emisi karbon memang dapat dipandang sebagai upaya perusahaan memperoleh legitimasi sosial. Akan tetapi, legitimasi tersebut tidak hanya terbentuk karena perusahaan mengungkapkan informasi emisi secara luas. Pada perusahaan sektor *basic materials* yang memiliki intensitas emisi relatif tinggi, pengungkapan yang luas tanpa disertai bukti mitigasi lingkungan yang kredibel justru dapat dipersepsikan sebagai pengakuan atas besarnya dampak lingkungan yang ditimbulkan, sehingga alih-alih memperkuat legitimasi, pengungkapan

tersebut berpotensi menurunkan kepercayaan pasar terhadap prospek keberlanjutan perusahaan (Askiah *et al.*, 2025).

Penelitian terdahulu turut memberikan dukungan empiris terhadap arah hubungan negatif tersebut. Rachmadhika dan Firmansyah (2025) menemukan bahwa *carbon emission disclosure* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan pada sektor energi, sementara Askiah *et al.* (2025) menunjukkan hasil serupa pada konteks perusahaan dengan eksposur emisi yang tinggi (Askiah *et al.*, 2025; Rachmadhika & Firmansyah, 2025). Dewi (2025) menjelaskan bahwa pasar lebih banyak merespons luasnya transparansi informasi dibandingkan kualitas hasil lingkungan itu sendiri, sehingga pengungkapan yang luas pada perusahaan dengan tingkat emisi tinggi lebih mudah ditafsirkan sebagai sinyal risiko dibandingkan sinyal keunggulan lingkungan (Dewi, 2025). Hasil ini berbeda dengan temuan Kurnia *et al.* (2021) yang menemukan pengaruh positif pada perusahaan manufaktur di Indonesia, yang mengindikasikan bahwa arah hubungan antara *carbon emission disclosure* dan nilai perusahaan bersifat kontekstual dan dipengaruhi oleh karakteristik intensitas emisi sektor yang diteliti (Kurnia *et al.*, 2021).

Berdasarkan uraian teoritis dan dukungan empiris tersebut, maka dapat diduga bahwa semakin luas *carbon emission disclosure* yang dilakukan oleh perusahaan, khususnya pada sektor dengan intensitas emisi tinggi seperti *basic materials*, semakin rendah nilai perusahaan yang terbentuk di pasar. Pengungkapan emisi karbon tanpa disertai langkah mitigasi risiko iklim yang kredibel lebih berpotensi ditafsirkan investor

sebagai sinyal beban dan risiko lingkungan dibandingkan sebagai sinyal tata kelola yang baik. Berdasarkan penjelasan dari beberapa penelitian, maka peneliti memberikan kontribusi terkait hipotesis pertama, sebagai berikut:

H₁: *Carbon emission disclosure* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh *Environmental Cost* Terhadap Nilai Perusahaan

Environmental cost merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk aktivitas perlindungan dan pengelolaan lingkungan, seperti pengendalian pencemaran, pengelolaan limbah, efisiensi energi, pengurangan emisi, dan kepatuhan terhadap regulasi lingkungan. Dalam perspektif teori stakeholder, pengeluaran biaya lingkungan mencerminkan komitmen perusahaan untuk memenuhi kepentingan pihak-pihak yang terdampak oleh aktivitas operasional perusahaan (Harrison *et al.*, 2015). Meskipun demikian, komitmen tersebut tidak selalu direspons positif oleh pasar, karena dalam jangka pendek biaya lingkungan berpotensi diterjemahkan sebagai beban yang menekan laba, terutama pada perusahaan dengan struktur biaya operasional yang tinggi.

Dari perspektif teori legitimasi, *environmental cost* dapat dipahami sebagai bentuk pengorbanan ekonomi perusahaan untuk memperoleh penerimaan sosial. Akan tetapi, Suchman (1995) menjelaskan bahwa proses memperoleh legitimasi membutuhkan waktu, sehingga dalam jangka pendek, pengorbanan sumber daya ekonomi tersebut lebih mudah ditangkap pasar sebagai penurunan kinerja keuangan dibandingkan sebagai

investasi keberlanjutan jangka panjang (Suchman, 1995). Kondisi ini lebih terasa pada perusahaan sektor *basic materials* yang padat modal dan memiliki margin laba relatif tipis, sehingga peningkatan biaya lingkungan lebih mudah dipersepsikan investor sebagai sinyal negatif terhadap prospek keuangan perusahaan (Kartobi & Dewi, 2025).

Penelitian terdahulu turut mendukung arah hubungan negatif antara *environmental cost* dan nilai perusahaan. Komara *et al.* (2024) menemukan bahwa *environmental cost* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang mengindikasikan bahwa pasar belum secara otomatis mengapresiasi biaya lingkungan sebagai bentuk investasi keberlanjutan (Komara *et al.*, 2024). Temuan tersebut menunjukkan bahwa pasar belum secara konsisten memandang pengeluaran biaya lingkungan sebagai investasi yang memberikan manfaat keberlanjutan, sehingga pengaruhnya terhadap nilai perusahaan berpotensi lemah atau bahkan negatif apabila biaya tersebut lebih dipersepsikan sebagai beban jangka pendek.

Karakteristik sektor *basic materials* yang padat modal turut memperkuat kepekaan investor terhadap pengeluaran biaya lingkungan. Pertiwi dan Januarti (2025) menunjukkan bahwa pengeluaran untuk pengendalian pencemaran dan pengelolaan limbah dapat memengaruhi struktur biaya perusahaan, sementara Solehsi & Rachmawati (2026) menegaskan bahwa biaya pengelolaan lingkungan pada perusahaan pertambangan batu bara terbukti menekan profitabilitas jangka pendek, meskipun upaya keberlanjutan tersebut tetap penting untuk menjaga legitimasi dan hubungan perusahaan dengan stakeholder (Pertiwi &

Januarti, 2025; Solehsi & Rachmawati, 2026). Dengan demikian, pasar lebih mudah menangkap biaya lingkungan sebagai penurunan kinerja keuangan jangka pendek dibandingkan sebagai manfaat keberlanjutan jangka panjang.

Hasil ini berbeda dengan temuan Widyawan dan Sopian (2022), Renaldi dan Anis (2023), serta Purnami dan Dewi (2025) yang dalam studinya pada perusahaan sektor energi dan pertambangan menemukan bahwa *environmental cost* justru berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sebagai bentuk dukungan parsial terhadap teori legitimasi dan teori stakeholder dalam konteks pengungkapan biaya lingkungan (Purnami & Dewi, 2025). Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa pasar belum memiliki pola penilaian yang seragam terhadap biaya lingkungan perusahaan, dan arah hubungannya sangat bergantung pada karakteristik sektor serta intensitas modal perusahaan yang diteliti.

Berdasarkan uraian teoritis dan dukungan empiris tersebut, *environmental cost* diperkirakan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Semakin besar biaya lingkungan yang dikeluarkan perusahaan, khususnya pada sektor padat modal dengan margin laba tipis seperti *basic materials*, semakin besar pula kemungkinan pasar memaknainya sebagai beban yang menekan kinerja keuangan jangka pendek. Berdasarkan penjelasan dari beberapa penelitian, maka peneliti memberikan kontribusi terkait hipotesis kedua, sebagai berikut:

H₂: *Environmental cost* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh *Assurance Provider* Sebagai Variabel Moderasi Pada *Carbon Emission Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan

Hubungan antara *carbon emission disclosure* dan nilai perusahaan tidak hanya ditentukan oleh seberapa luas informasi yang diungkapkan, tetapi juga oleh seberapa kredibel informasi tersebut oleh investor. Dalam teori sinyal, suatu sinyal akan lebih efektif apabila dapat dipercaya oleh penerimanya. *Disclosure carbon* tanpa verifikasi independen berpotensi dipersepsikan sebagai klaim sepihak manajemen, sehingga pasar mungkin meragukan akurasi, kelengkapan, atau objektivitas informasi tersebut. Oleh sebab itu, keberadaan *assurance provider* menjadi penting karena dapat meningkatkan keyakinan bahwa *disclosure* yang disajikan benar-benar memiliki kualitas yang baik (Velte, 2025).

Dari sudut teori *stakeholder*, *assurance provider* berperan penting karena investor dan *stakeholder* tidak hanya membutuhkan informasi karbon, tetapi juga membutuhkan jaminan bahwa informasi tersebut andal dan dapat dipercaya. Keberadaan *assurance provider* dapat meningkatkan kepercayaan *stakeholder* terhadap laporan keberlanjutan, sehingga informasi karbon yang diungkapkan perusahaan lebih mudah dipersepsikan sebagai informasi yang kredibel dan relevan bagi pasar (Velte, 2025).

Dukungan empiris juga ditunjukkan oleh Gipper *et al.* (2025) yang menemukan bahwa *external assurance* berhubungan dengan peningkatan

kualitas *carbon accounting*, terutama ketika proses assurance dilakukan secara lebih menyeluruh. Temuan tersebut menunjukkan bahwa *assurance* dapat memperkuat kualitas dan keandalan informasi karbon. Dengan demikian, *assurance provider* diperkirakan mampu memperkuat pengaruh *carbon emission disclosure* terhadap nilai perusahaan karena pasar lebih percaya terhadap informasi karbon yang telah diverifikasi secara independen (Gipper *et al.*, 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diduga bahwa *assurance provider* bukan hanya berhubungan dengan kualitas informasi keberlanjutan, tetapi juga memperkuat manfaat ekonomis dari *carbon emission disclosure*. Artinya, semakin kredibel disclosure karbon melalui dukungan *assurance* independen, semakin kuat pengaruh negatif *disclosure* tersebut terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan dari beberapa penelitian, maka peneliti memberikan kontribusi terkait hipotesis ketiga, sebagai berikut:

H₃: Assurance provider memperkuat pengaruh negatif carbon emission disclosure terhadap nilai perusahaan.

4. Pengaruh Assurance Provider Sebagai Variabel Moderasi Pada Environmental Cost Terhadap Nilai Perusahaan

Environmental cost sering kali hanya tampil dalam laporan perusahaan sebagai angka biaya, sehingga maknanya belum tentu langsung dipahami pasar sebagai sesuatu yang positif karena dapat dipersepsikan sebagai beban yang menekan laba atau sebagai investasi keberlanjutan, bergantung pada kualitas informasi lingkungan yang disampaikan perusahaan (Kartobi & Dewi, 2025; Komara *et al.*, 2024). Dalam teori

sinyal, biaya lingkungan baru menjadi sinyal yang bernilai apabila investor percaya bahwa biaya tersebut benar-benar merefleksikan komitmen lingkungan yang nyata, bukan sekadar beban akuntansi atau strategi pencitraan. Karena itu, keberadaan *assurance provider* dapat menjadi faktor penting yang justru mempertegas persepsi negatif pasar terhadap *environmental cost*. Ketika laporan keberlanjutan atau informasi lingkungan perusahaan memperoleh *assurance* independen, investor memiliki dasar yang lebih kuat untuk meyakini bahwa biaya tersebut benar-benar membebani kinerja keuangan perusahaan secara nyata, bukan sekadar estimasi akuntansi yang masih diragukan kebenarannya (Velte, 2025).

Teori legitimasi yang dipakai di perusahaan, mengeluarkan *environmental cost* yang menunjukkan adanya pengorbanan ekonomi untuk memenuhi tuntutan sosial dan menjaga keberlanjutan operasional. Akan tetapi, legitimasi tersebut akan lebih kuat apabila informasi lingkungan yang menyertai biaya tersebut tidak hanya berasal dari klaim manajemen, melainkan juga didukung oleh pihak independen. Dengan demikian, *assurance provider* dapat mengonfirmasi keabsahan pengorbanan ekonomi tersebut sehingga mempertegas persepsi pasar bahwa *environmental cost* benar-benar merupakan beban ekonomi riil yang menekan kinerja keuangan perusahaan dalam jangka pendek, bukan sekadar klaim simbolik (Velte, 2025).

Temuan Gipper, Sequeira, dan Shi menunjukkan bahwa *assurance* meningkatkan *carbon accounting quality* memberi dasar yang kuat bahwa

assurance dapat memperbaiki kualitas dan keandalan informasi lingkungan secara umum. Bila kualitas informasi lingkungan meningkat, maka peluang investor untuk memaknai *environmental cost* sebagai beban keuangan yang benar-benar nyata juga akan meningkat. Dengan kata lain, *assurance* dapat menjadi mekanisme yang justru mempertegas efek negatif biaya lingkungan terhadap nilai perusahaan, meskipun hubungan ini masih membutuhkan pengujian lebih lanjut (Gipper *et al.*, 2025). Berdasarkan penjelasan dari beberapa penelitian, maka peneliti memberikan kontribusi terkait hipotesis keempat, sebagai berikut:

H₄: *Assurance provider* memperkuat pengaruh negatif *environmental cost* terhadap nilai perusahaan.