

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Legitimasi

Pada teori legitimasi menyebutkan dimanapun suatu industri melakukan kegiatan operasionalnya maka perusahaan mampu mempengaruhi maupun dipengaruhi oleh lingkungan sekitar (Mahrani & Soewarno, 2018). Menurut (Supadi & Sudana, 2018) juga mengemukakan bahwa ketidaksesuaian antara nilai perusahaan dan norma masyarakat juga dapat menghadirkan ancaman terhadap perusahaan.

Perusahaan dapat menunjukkan tanggung jawabnya terhadap masyarakat sekitar dengan mengungkapkan informasi mengenai karbon yang bersifat sukarela yang ada pada laporan tersendiri seperti laporan keberlanjutan (*sustainability report*), laporan tahunan, maupun informasi yang dipublikasikan pada *website* perusahaan. Pengungkapan informasi ini nantinya berguna bagi masyarakat untuk mengetahui bahwa entitas telah mengimplementasikan nilai yang ada kemudian legitimasi perusahaan tidak terancam (Zuhrufiyah & Anggraeni, 2019). Ketika hadirnya suatu perusahaan sesuai dengan lingkungan masyarakat sekitar maka pencapaian legitimasi perusahaan terhadap nilai perusahaan akan meningkat (Djuitaningsih & Ristiawati, 2015).

2. Teori Stakeholder

Perusahaan harus memberikan manfaat terhadap *stakeholder* dengan cara mengungkapkan informasi terkait kegiatan operasional entitas. (Rahmanita, 2020). *Stakeholder* (pemangku kepentingan) yang dimaksud merupakan pemegang saham, kreditur, manajer, karyawan, pelanggan, pemasok, komunitas lokal, dan masyarakat umum (Elms, 1997). Menurut teori *stakeholder*, entitas memutuskan untuk memenuhi berbagai permintaan yang diwujudkan oleh pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*), yaitu tiap entitas di luar wilayah lingkungan entitas tersebut yang terkena dampak dari kegiatan operasional maupun keputusan suatu entitas (Djuitaningsih & Ristiawati, 2015). Hal serupa diungkapkan oleh (Kelvin, 2017) bahwasannya perusahaan harus menjaga hubungan baik dengan para *stakeholders*-nya dengan memenuhi permintaan mereka. Pengungkapan informasi terkait ekonomi, lingkungan, dan kinerja sosial pada suatu perusahaan yang tertuang dalam laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan dapat menjaga hubungan baik perusahaan dengan para *stakeholders*.

3. Emisi Karbon

Definisi emisi karbon merupakan terlepasnya berbagai macam gas yang terdapat karbon ke atmosfer. Contoh dari pengungkapan lingkungan adalah *Carbon Emission Disclosure* (CED). Pengungkapan lingkungan termasuk strategi terkait dengan perubahan iklim, peluang terkait dampak

perubahan iklim, tata kelola perusahaan, penggunaan gas rumah kaca dan energi. (Kelvin, 2017).

Pergantian cuaca, kurangnya sumber mata air, dan penggundulan hutan adalah tantangan dunia dimana membutuhkan perubahan kebiasaan dalam tingkah laku pasar. Guna tercapainya hal ini, *Carbon Disclosure Project* (CDP) mengoperasikan pola keterbukaan dunia yang mempunyai kemungkinan perusahaan untuk mengukur serta mengatur akibat lingkungan mereka menggunakan GHG Protocol untuk CED (Zuhrufiyah & Anggraeni, 2019).

4. *Leverage*

Leverage adalah alat yang dimanfaatkan perusahaan guna meningkatkan modal mereka dengan tujuan menaikkan laba. Rasio *Leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perseroan memenuhi kewajiban-kewajiban jangka panjangnya Aisyah & Wahyuni, (2020). Sementara itu menurut Putri & Miftah, (2021) *Leverage* yaitu kemampuan perusahaan dalam mengelola harta ataupun biaya yang memiliki beban tetap dengan tujuan untuk memaksimalkan tingkat keuntungan untuk pemangku kepentingan. *Leverage* mampu dimengerti untuk menghitung besaran risiko yang ada dalam perusahaan. Maknanya semakin besar *Leverage* berbanding lurus dengan resiko investasi. Oleh karena itu, *Leverage* harus diatur sebab penggunaan utang yang baik dapat menaikkan nilai perusahaan.

5. Inovasi hijau

Inovasi hijau merupakan bentuk dari lingkungan yang berfokus pada pengurangan limbah, mencegah pencemaran dan menerapkan sistem manajemen lingkungan untuk membantu mengurangi dampak proses operasional terhadap lingkungan (Hart & Dowell, 2011). Praktik inovasi hijau merupakan sebuah konsep dalam proses pengolahan untuk mengurangi dampak kerusakan lingkungan, yang mencerminkan komitmen yang dilakukan perusahaan dalam menjaga lingkungan (Duque-Grisales dkk., 2020). Pentingnya inovasi hijau dalam perusahaan perlu diperhatikan dan diteliti lebih lanjut karena berperan dalam pencapaian kinerja yang berkelanjutan (Rezende dkk., 2019). Saat ini, inovasi hijau semakin ditekankan oleh pembuat kebijakan dan akademisi dalam memecahkan masalah lingkungan karena dapat meningkatkan keberlanjutan perusahaan (Kallio & Nordberg, 2006). Dalam menyelaraskan dengan kebutuhan perusahaan, inovasi hijau juga dapat digunakan sebagai sarana kegiatan pemasaran untuk terus meningkatkan pangsa pasar (Küçüköğlü & Pinar, 2015).

6. Nilai Perusahaan

Suatu perusahaan dapat memiliki nilai perusahaan yang tinggi jika saham perusahaannya tinggi pula. Para investor di pasar saham dapat terpengaruh jika perusahaan memiliki nilai yang tinggi. Pengaruh tersebut yaitu perusahaan di mata investor akan terlihat baik kinerja suatu perusahaannya. Selain pada kinerja pada saat ini, kemungkinan kinerja perusahaan di masa yang akan datang juga dapat dianggap baik

(Hardiyansah & Agustini, 2021). Perusahaan yang akan menjual sahamnya kepada publik, dengan banyaknya pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan menjadi indikator tinggi rendahnya nilai perusahaan. (Khumairoh dkk., 2016).

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu meneliti variabel-variabel ini dimana mampu memperkuat landasan teori serta sebagai referensi bagi penulis dalam memperkaya bahasan kajian. Berikut adalah penelitian terdahulu berupa jurnal yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Tabel 2.1

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel yang digunakan	Hasil
1.	(Zuhrufiyah & Anggraeni, 2019) <i>Jurnal Manajemen Teknologi</i> , 18(2), 2019, 80-105	Variabel Independen: <i>Carbon Emission Disclosure (CED)</i> Variabel Dependen: Nilai perusahaan	Variabel <i>Carbon Emission Disclosure (CED)</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
2.	(Aisyah & Wahyuni, 2020) e-ISSN: 2461-0593	Variabel Independen: <i>Profitabilitas, Leverage</i> , dan kepemilikan <i>institusional</i> Variabel Dependen: Nilai perusahaan	Variabel <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
3.	(Damas dkk., 2021) <i>Jurnal Magister Akuntansi Trisakti</i> Vol. 8 No. 2 tahun	Variabel Independen: <i>Eco-Efficiency, green innovation</i> , dan <i>Carbon Emission</i>	Variabel <i>Green innovation</i> dan <i>Carbon Emission Disclosure</i>

	2021 : hal 85-108	<i>Disclosure</i> Variabel Dependen: Nilai perusahaan	berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
4.	(Hardiyansah & Agustini, 2021) <i>Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam</i> Volume.7, No.1, January-June 2021 page 51-71	Variabel Independen: <i>Carbon Emission Disclosure</i> Variabel Dependen: <i>Firm value</i> Variabel Moderasi: Environmental Performance Variabel Kontrol: Profitability, Institutional Ownership, dan <i>Leverage</i>	Variabel <i>Carbon Emission Disclosure</i> dapat meningkatkan nilai perusahaan.
5.	(Kelvin, 2017) <i>Dinamika akuntansi, Keuangan dan Perbankan, Mei 2017, Hal: 1-18</i>	Variabel Independen: Pengungkapan Emisi Karbon Variabel Dependen: Kinerja keuangan, kinerja operasional, biaya ekuitas, dan nilai perusahaan	Kinerja operasional dan biaya ekuitas berperan dalam memediasi pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan
6.	(Rahmanita, 2020) <i>AKUNTANSI: Jurnal Akuntansi Integratif</i> Vol.6 No.1 Tahun 2020	Variabel Independen: <i>Carbon Emission Disclosure</i> Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Kontrol: <i>Size dan Leverage</i> Variabel Moderasi: Kinerja Lingkungan	Variabel <i>Carbon Emission Disclosure</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan
7.	(Ulum dkk., 2020) <i>At-Taqaddum vol. 12 No. 2 (2020) 155-168</i>	Variabel Independen: Pengungkapan emisi GRK Variabel Moderasi: Biaya lingkungan Variabel Dependen: Nilai perusahaan	Variabel pengungkapan emisi GRK berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
8.	(Anggraeni, 2015) <i>Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia Issue 2</i>	Variabel Independen: Pengungkapan emisi GRK Variabel Dependen:	Variabel Pengungkapan emisi GRK berpengaruh

	<i>Volume 12, Issue 2, 2015</i>	<p>Nilai perusahaan</p> <p>Variabel Independen dan Moderasi:</p> <p>Kinerja lingkungan</p> <p>Variabel Kontrol:</p> <p>Total asset, total utang, dan profitabilitas</p>	positif terhadap nilai perusahaan.
9.	(Permana & Bambang, 2020) <i>E-Jurnal Akuntansi Vol. 30 No. 4 Denpasar, April 2020</i>	<p>Variabel Independen: Pengeluaran lingkungan dan Pengungkapan karbon</p> <p>Variabel dependen: Nilai perusahaan</p>	Variabel pengungkapan emisi karbon bermanfaat bagi investor.
10.	(Rusmana & Purnaman, 2020) Jurnal Ekonomi, Bisnis, Akuntansi (JEBA) Volume 22 No 1 tahun 2020	<p>Variabel Independen: Emisi karbon dan kinerja lingkungan</p> <p>Variabel dependen: Nilai perusahaan</p>	Variabel emisi karbon berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan baik secara parsial maupun simultan.
11.	(Rizki & Hartanti, 2021) <i>Journal of International Conference Proceedings (JICP) Vol. 4 No. 3, 464-476, December, 2021</i>	<p>Variabel Independen: Tanggung jawab lingkungan dan Inovasi hijau (<i>Green innovation</i>)</p> <p>Variabel Dependen: Nilai Perusahaan</p>	Variabel <i>Green innovation</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
12.	(Husnaini & Tjahjadi, 2021) <i>International Journal of Energy Economics and Policy, 2021, 11(1), 255-262.</i>	<p>Variabel independen: Manajemen kualitas, inovasi proses hijau, dan inovasi produk hijau.</p> <p>Variabel Dependen: Nilai perusahaan</p> <p>Variabel kontrol: Usia, Ukuran, dan <i>Leverage</i></p>	Variabel inovasi proses hijau memiliki dampak positif pada nilai perusahaan.

C. Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis

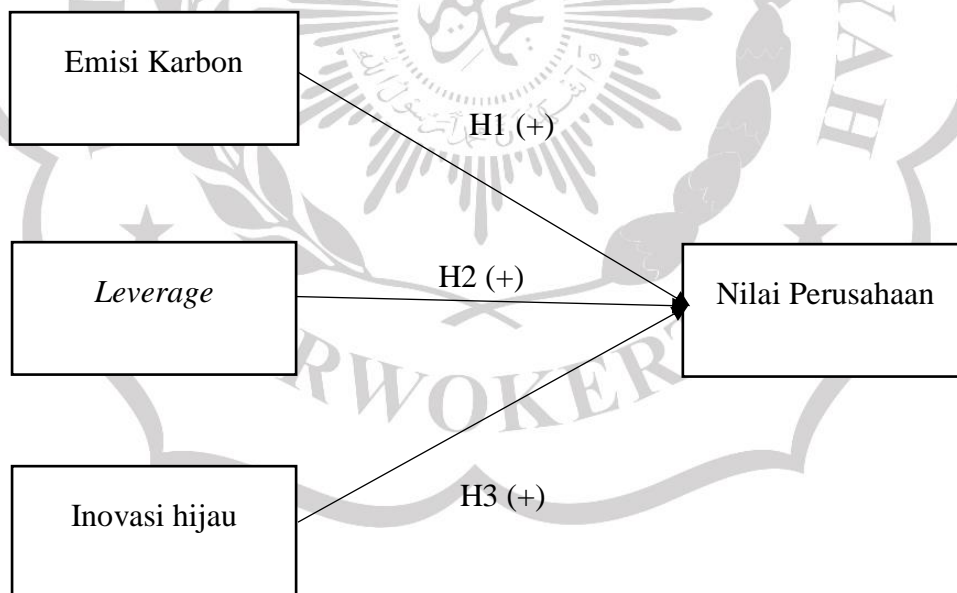
Kerangka pemikiran ini menggambarkan antara variabel independen yaitu pengungkapan emisi karbon (X_1), *Leverage* (X_2), dan inovasi hijau (X_3) terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan (Y). Pengungkapan emisi karbon berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dibuktikan semakin banyak perusahaan mengungkapkan mengenai emisi karbonnya, maka semakin tinggi nilai perusahaan tersebut. Hal tersebut didukung dengan adanya teori *stakeholders* yang mengemukakan bahwa perusahaan masih memperhatikan berbagai permintaan *stakeholders*. Sehingga dapat ditarik kesimpulan jika keberlanjutan suatu perusahaan tidak hanya dilihat dari banyaknya keuntungan yang dihasilkan saja (Rahmanita, 2020).

Leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Hal ini diharapkan pada hutang yang perusahaan miliki, mampu menolong perusahaan untuk mengelola aset yang dipunya dan mendanai guna mendapatkan keuntungan sehingga nilai perusahaan dapat bertambah tinggi (Endiana & Pramesti, 2022). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Suffah dan Riduwan, 2016) yang menemukan hasil jika *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Pratama dan Wikusuana, 2016) serta (Sari dan Hnadayani, 2016) juga mengungkapkan jika *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Inovasi hijau berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan bahwa dengan adanya inovasi hijau, maka nilai perusahaan dapat meningkat dan berdampak positif pada nilai perusahaan. Sesuai dalam penelitian yang

dilakukan oleh (Agustia dkk., 2019) menggunakan data perusahaan yang terdaftar di Indonesia untuk melakukan studi dan melaporkan bahwa inovasi hijau perusahaan dapat secara signifikan meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan dan berdampak positif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Agustia dkk., 2019) mendukung *stakeholders theory* bahwa perusahaan harus memenuhi hak para *stakeholder* terkait informasi aktivitas perusahaan seperti polusi, gerakan sosial dan bisnis perusahaan untuk keselamatan guna memperoleh dukungan dan menghadapi tingkat persaingan antar industri.

Berdasarkan penjabaran teori dan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka model penelitian dari penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

1. Pengungkapan emisi karbon berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Carbon Emission Disclosure ialah contoh pengungkapan pemahaman industri atas lingkungan yang mampu sebagai laporan tambahan. Nilai perusahaan mempunyai makna lain yaitu selaku wujud anggapan dari para *owner* atas keberhasilan perusahaan dalam menaikkan harga saham. Untuk perusahaan, sangatlah berarti guna bias tingkatkan nilai perusahaan, sebab itu jadi tujuan utama didirikannya perusahaan tersebut (Cholida. Kawendar, 2020).

Hasil penelitian terdahulu, diantaranya menyatakan tentang keterkaitan pengaruh pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan yang sudah dilakukan sebelumnya. Pada penelitian (Zuhrufiyah & Anggraeni, 2019), (Anggraeni, 2015), dan (Damas dkk., 2021) mempunyai hasil emisi karbon berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sesuai atas teori *stakeholder* yang dicetuskan oleh (Freeman dan Reed, 1983) hasil penelitian yang dilakukan oleh (Kelvin, 2017) menemukan jika pemangku kepentingan mempunyai peran guna pengaruhi perusahaan dalam melaksanakan kegiatannya. Oleh sebab itu, metode yang bisa digunakan manajemen industri guna tingkatkan kinerja operasional serta keuangan dan meminimalkan pengeluaran modal merupakan dengan melaksanakan pengungkapan emisi karbon. Pengungkapan ini mampu menyebarkan sinyal jika industri mempunyai gambaran yang bagus di masa mendatang serta memiliki rasa peduli atas perubahan iklim. Maka, keyakinan masyarakat

yang mencuat mampu meningkatkan kinerja keuangan serta mampu efisien atas kinerja operasional dan meminimalisir pengeluaran modal perusahaan.

H₁ : Pengungkapan emisi karbon berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Leverage merupakan kemampuan perusahaan saat mengembalikan utang secara keuangan yang bersifat jangka pendek ataupun jangka panjang (suwardika dan mustanda, 2017). *Leverage* memperlihatkan kualitas perusahaan atas pemenuhan utang jangka pendek maupun jangka panjangnya. *Leverage* merupakan taksiran dari risiko yang melekat pada suatu perusahaan, maksudnya makin besar *Leverage* memperlihatkan risiko investasi yang makin besar juga. Oleh sebab itu *Leverage* harus diurus dan diperhatikan sebab penggunaan hutang yang baik juga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Putri & Miftah, 2021). Modal yang digunakan perusahaan mampu menaikkan sumber pendanaan perusahaan yang selanjutnya dipakai perusahaan sehingga dapat membuat kinerja perusahaan baik. Selain itu, jumlah hutang yang berada dibawah titik optimal mampu meningkatkan nilai perusahaan, sehingga naiknya jumlah utang dapat menaikkan nilai perusahaan yang berasal dari penghematan pajak yang ditimbulkan (Noviani dkk, 2019).

H₂ : *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3. Inovasi hijau berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Inovasi hijau merupakan bentuk inovasi lingkungan hijau yang berfokus pada pengurangan limbah, pencegahan pencemaran dan penerapan sistem manajemen lingkungan untuk membantu mengurangi dampak proses operasional terhadap lingkungan (Hart & Dowell, 2011). Praktik inovasi hijau merupakan sebuah konsep dalam teknik produksi guna menurunkan dampak rusaknya lingkungan, yang mencerminkan komitmen yang dilakukan perusahaan dalam menjaga lingkungan (Duque-Grisales dkk., 2020).

Dalam penelitian (Husnaini & Tjahjadi, 2021) menemukan hasil bahwa pengungkapan inovasi hijau berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil serupa juga terdapat pada penelitian (Rizki & Hartanti, 2021) yang menemukan hasil inovasi hijau berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan koefisien regresi sebesar 1,883956 dengan nilai p-stat sebesar 0,003 (<1%). Artinya perusahaan yang memiliki pengungkapan inovasi yang tinggi berupa *green innovation* akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholders* bahwa perusahaan wajib memenuhi hak para pemangku kepentingan yang berkaitan dengan informasi aktivitas perusahaan seperti pengungkapan karbon dan inovasi hijau.

H₃ : Inovasi hijau berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.