

Pengaruh Inovasi Hijau, Pengungkapan Emisi Karbon, Dan Eko - Efisiensi Terhadap Nilai Perusahaan

Zidan Zahran¹, Alif Malik Muchlisin², Adriansyah Damara Putra³, Christina Dwi Astuti⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti, Indonesia

E-mail: 023002301019@std.trisakti.ac.id, 023002301005@std.trisakti.ac.id,
023002301033@std.trisakti.ac.id, cdci_astuti@trisakti.ac.id

Article History:

Received: 26 Juni 2026

Revised: 01 Agustus 2026

Accepted: 10 Agustus 2026

Keywords:

Green Innovation, Carbon Emission Disclosure, Eco-Efficiency, Corporate Value, Consumer Cyclical

Abstract: *This study aims to analyze the influence of Green Innovation, Carbon Emission Disclosure, and Eco-Efficiency on Firm Value in Consumer Cyclical companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2021–2025 period. This study employed a quantitative approach with secondary data obtained from Annual Reports and Sustainability Reports. Purposive sampling was used to select 76 companies with 368 observations after outlier management. Data analysis was performed using multiple linear regression with IBM SPSS. The results show that Green Innovation has a positive and significant effect on Firm Value. This finding indicates that implementing environmentally oriented innovation can increase investor confidence and strengthen firm value. Carbon Emission Disclosure has a significant effect on Firm Value, but in a negative direction. These results suggest that the market tends to interpret carbon emission disclosure as a signal of environmental risk, compliance costs, or potentially higher emissions management burdens. Meanwhile, Eco-Efficiency has no significant effect on Firm Value, indicating that eco-efficiency indicators such as ISO 14001 certification and PROPER ratings are not yet primary considerations for investors in assessing companies. Green Innovation, Carbon Emission Disclosure, and Eco-Efficiency simultaneously influence Corporate Value. This study concludes that environmental sustainability plays a role in shaping Corporate Value, although the influence of each dimension shows different results. This finding implies that companies need to strengthen the implementation of green innovation and environmental management strategies that can create economic value while enhancing positive market perception.*

PENDAHULUAN

Perusahaan didirikan dengan tujuan utama memperoleh keuntungan dan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Namun, dalam menjalankan aktivitas operasionalnya, perusahaan memanfaatkan berbagai sumber daya yang sering kali menimbulkan dampak sosial dan lingkungan. Fokus yang berlebihan pada pencapaian keuntungan tanpa mempertimbangkan aspek lingkungan dapat menyebabkan eksploitasi sumber daya alam, pencemaran, serta kerusakan lingkungan yang berdampak pada keberlanjutan usaha di masa depan. Oleh karena itu, perusahaan tidak lagi hanya dituntut untuk menghasilkan laba, tetapi juga harus mampu menjalankan kegiatan bisnis yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan para pemangku kepentingan.

Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator penting yang mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam menciptakan kesejahteraan bagi pemegang saham. Nilai perusahaan umumnya tercermin melalui harga saham yang menunjukkan tingkat kepercayaan investor terhadap prospek dan kinerja perusahaan. Menurut Astuti, Ridha, dan Eliana (2025), nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh kinerja keuangan, tetapi juga oleh prospek pertumbuhan, kebijakan manajemen, kondisi industri, serta aspek keberlanjutan perusahaan. Dengan demikian, semakin baik persepsi investor terhadap kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya dan menghadapi tantangan masa depan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang terbentuk di pasar.

Perubahan iklim dan pemanasan global telah menjadi isu global yang mendorong perusahaan untuk lebih memperhatikan dampak lingkungan dari aktivitas operasionalnya. Sejalan dengan konsep *sustainable development*, perusahaan diharapkan mampu menyeimbangkan tujuan ekonomi dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Saat ini, penilaian terhadap perusahaan tidak lagi hanya berfokus pada kemampuan menghasilkan keuntungan, tetapi juga pada komitmennya dalam mengurangi dampak lingkungan, termasuk melalui pengelolaan emisi karbon dan penerapan praktik bisnis yang ramah lingkungan. Informasi mengenai kinerja lingkungan menjadi sinyal penting bagi investor, regulator, dan masyarakat dalam menilai reputasi serta keberlanjutan perusahaan.

Salah satu isu lingkungan yang mendapat perhatian besar adalah emisi karbon yang dihasilkan dari aktivitas industri. Emisi gas rumah kaca merupakan penyebab utama pemanasan global dan perubahan iklim yang berdampak luas terhadap kehidupan manusia. Di Indonesia, sektor industri menjadi salah satu penyumbang emisi gas rumah kaca terbesar sehingga memiliki peran penting dalam upaya pengurangan emisi karbon. Kondisi tersebut mendorong perusahaan untuk meningkatkan transparansi melalui *carbon emission disclosure*, yaitu pengungkapan informasi mengenai jumlah emisi yang dihasilkan serta langkah-langkah yang dilakukan untuk mengurangi dampaknya. Pengungkapan ini menjadi penting karena dapat mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan sekaligus memengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan.

Selain pengungkapan emisi karbon, perusahaan juga dituntut untuk menerapkan inovasi hijau sebagai bentuk adaptasi terhadap tuntutan keberlanjutan. Inovasi hijau mencakup pengembangan produk, teknologi, dan proses produksi yang lebih ramah lingkungan dengan tujuan mengurangi penggunaan sumber daya dan meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan. Penerapan inovasi hijau tidak hanya membantu perusahaan memenuhi tuntutan regulasi dan kebutuhan pasar, tetapi juga berpotensi meningkatkan efisiensi operasional serta menciptakan keunggulan kompetitif yang dapat mendukung peningkatan nilai perusahaan.

Upaya lain yang dapat dilakukan perusahaan adalah menerapkan *eco-efficiency*, yaitu penggunaan sumber daya secara lebih efisien untuk menghasilkan nilai ekonomi yang optimal

dengan dampak lingkungan yang minimal. Menurut Fabiola dan Khusnah (2022), inovasi hijau dan *eco-efficiency* tidak hanya memberikan manfaat bagi lingkungan, tetapi juga mampu meningkatkan kinerja ekonomi perusahaan. Penerapan *eco-efficiency* memungkinkan perusahaan mengurangi biaya operasional, meningkatkan reputasi perusahaan, serta memperkuat daya saing di tengah meningkatnya kesadaran konsumen dan investor terhadap isu keberlanjutan.

Pentingnya penerapan praktik keberlanjutan juga diperkuat oleh berbagai regulasi pemerintah, seperti POJK No. 51/POJK.03/2017 tentang Keuangan Berkelanjutan yang mendorong perusahaan untuk mengintegrasikan aspek lingkungan dalam kegiatan operasionalnya. Perubahan paradigma bisnis dari orientasi *profit* semata menuju konsep *triple bottom line*, yang menyeimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, menunjukkan bahwa keberlanjutan telah menjadi bagian penting dalam strategi perusahaan modern. Kondisi ini menjadikan inovasi hijau, pengungkapan emisi karbon, dan *eco-efficiency* sebagai faktor yang semakin relevan dalam menentukan nilai perusahaan.

Meskipun demikian, hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh inovasi hijau, pengungkapan emisi karbon, dan *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan masih menunjukkan inkonsistensi. Beberapa penelitian menemukan adanya pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sementara penelitian lainnya menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan masih adanya kesenjangan penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh inovasi hijau, pengungkapan emisi karbon, dan *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Cyclical*s yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2025. Pemilihan sektor ini didasarkan pada karakteristiknya yang sangat sensitif terhadap perubahan kondisi ekonomi sekaligus menghadapi tuntutan yang semakin besar untuk menerapkan praktik bisnis yang berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Untuk menganalisis pengaruh inovasi hijau terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. (2) Untuk menganalisis pengaruh pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. (3) Untuk menganalisis pengaruh eko-efisiensi terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Hipotesis

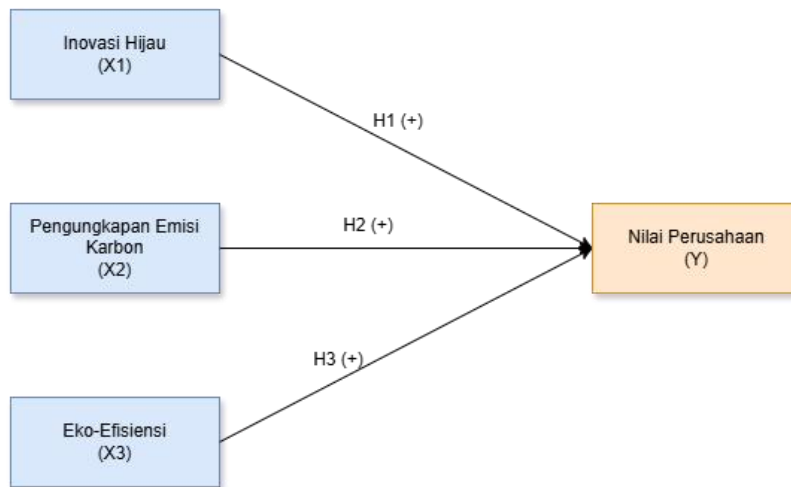
H1 : Inovasi hijau berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H2 : Pengungkapan emisi karbon berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H3 : Eko-Efisiensi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Kerangka Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, dan hipotesis yang telah dikembangkan sebelumnya, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini disusun untuk menggambarkan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang diteliti. Kerangka pemikiran ini menjelaskan bagaimana Inovasi Hijau (X1), Pengungkapan Emisi Karbon (X2), dan Eko-Efisiensi (X3) diduga memengaruhi Nilai Perusahaan (Y). Adapun Kerangka penelitiannya sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal untuk menganalisis pengaruh inovasi hijau, pengungkapan emisi karbon, dan *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Cyclical*s yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2025. Menurut Sugiyono (2020), penelitian kuantitatif merupakan metode yang berlandaskan filsafat positivisme dengan data berbentuk angka yang dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menghasilkan temuan yang objektif dan dapat diuji secara empiris. Sementara itu, Creswell (2014) menjelaskan bahwa pendekatan kuantitatif digunakan untuk menguji teori melalui pengukuran variabel secara numerik dan analisis statistik yang sistematis.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari *Annual Report* dan *Sustainability Report* perusahaan sampel. Populasi penelitian mencakup seluruh perusahaan sektor *Consumer Cyclical*s yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021–2025. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu, meliputi perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan secara berturut-turut selama periode penelitian. Teknik ini digunakan agar sampel yang dipilih sesuai dengan kebutuhan penelitian dan mampu memberikan informasi yang relevan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diukur menggunakan rasio Tobin's Q. Variabel independen terdiri atas inovasi hijau, pengungkapan emisi karbon, dan *eco-efficiency*. Inovasi hijau diukur menggunakan indeks pengungkapan inovasi hijau yang mencerminkan penerapan teknologi, produk, dan proses ramah lingkungan. Pengungkapan emisi karbon diukur menggunakan *Carbon Emission Disclosure Index* (CEDI), sedangkan *eco-efficiency* diukur berdasarkan kepemilikan sertifikasi ISO 14001 dan peringkat PROPER perusahaan.

Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS versi 27. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan analisis statistik deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik data penelitian melalui nilai rata-rata, nilai minimum, nilai maksimum, dan standar deviasi. Menurut Ghozali (2018), statistik deskriptif

berfungsi untuk memberikan gambaran awal mengenai kondisi data sehingga memudahkan peneliti dalam memahami karakteristik variabel yang diteliti.

Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Pengujian ini bertujuan memastikan model regresi memenuhi asumsi dasar sehingga menghasilkan estimasi yang valid, tidak bias, dan memenuhi kriteria *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE). Setelah model memenuhi asumsi klasik, dilakukan pengujian hipotesis menggunakan uji koefisien determinasi (R^2), uji F, dan uji t. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan, uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap nilai perusahaan, sedangkan uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial. Melalui tahapan analisis tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan bukti empiris mengenai pengaruh inovasi hijau, pengungkapan emisi karbon, dan *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Bab ini menyajikan hasil pengolahan data dan pembahasan empiris mengenai pengaruh Inovasi Hijau, Pengungkapan Emisi Karbon, dan Eko-Efisiensi terhadap Nilai Perusahaan. Objek penelitian yang digunakan adalah perusahaan sektor *Consumer Cyclical*s yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021-2025. Sektor *Consumer Cyclical*s dipilih karena karakteristik usahanya memiliki sensitivitas tinggi terhadap siklus ekonomi, perubahan preferensi konsumen, dan tuntutan pasar terhadap praktik keberlanjutan. Oleh karena itu, sektor ini relevan untuk menilai apakah praktik lingkungan mampu menjadi faktor yang dipertimbangkan oleh pasar dalam membentuk Nilai Perusahaan.

Data penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari *annual report*, *sustainability report*, laporan keberlanjutan, laporan tahunan perusahaan, data pasar saham, serta sumber pendukung lain yang relevan. Penggunaan data perusahaan-tahun memungkinkan penelitian menangkap variasi kondisi perusahaan selama lima tahun pengamatan. Dengan demikian, data yang dianalisis tidak hanya menggambarkan perbedaan antarperusahaan, tetapi juga perubahan yang terjadi dari tahun ke tahun selama periode penelitian.

Teknik pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling* sebagaimana dijelaskan dalam BAB III. Kriteria ini diterapkan agar data yang digunakan benar-benar sesuai dengan kebutuhan pengujian. Perusahaan yang tidak memiliki *annual report*, *sustainability report*, atau informasi yang dibutuhkan untuk menghitung variabel penelitian tidak dimasukkan ke dalam sampel akhir. Dengan cara tersebut, hasil analisis dapat disusun berdasarkan data yang lengkap dan dapat dipertanggungjawabkan secara metodologis.

Tabel 1. Kriteria Pemilihan Sampel Penelitian

No.	Kriteria Pemilihan Sampel Penelitian	Total Perusahaan	Total Data
1	Perusahaan sektor Consumer Cyclical trade yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2025	163	815
2	Perusahaan yang tidak konsisten menerbitkan Laporan Tahunan periode 2021-2025	(69)	(345)
3	Perusahaan yang tidak konsisten menerbitkan Laporan Keberlanjutan Periode 2021-2025	(18)	(90)
	Jumlah data pengamatan 2021-2025	76	380
5	Jumlah Outlier	(0)	(12)
	Jumlah Sampe Penelitian 2021-2025	76	368

Sumber : Data diolah

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan sektor *Consumer Cyclical*s yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2025. Proses pemilihan sampel dilakukan menggunakan metode *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu. Dari total 163 perusahaan atau 815 data pengamatan awal, sebanyak 55 perusahaan (275 data) dikeluarkan karena tidak konsisten menerbitkan laporan keuangan tahunan selama periode penelitian. Selanjutnya, 9 perusahaan (45 data) tidak memenuhi kriteria karena menggunakan mata uang selain rupiah dalam penyajian laporan keuangan. Selain itu, 5 perusahaan (25 data) juga dikeluarkan karena tidak memiliki data lengkap yang berkaitan dengan variabel penelitian.

Setelah melalui proses seleksi, diperoleh 94 perusahaan dengan total 470 data pengamatan yang memenuhi seluruh kriteria penelitian. Pada tahap pengujian data, terdapat 94 data yang teridentifikasi sebagai *outlier* sehingga dikeluarkan dari analisis. Dengan demikian, jumlah akhir sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 94 perusahaan dengan total 376 data pengamatan selama periode 2021–2025. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sampel penelitian telah memenuhi kriteria yang ditetapkan dan layak digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas audit, *audit tenure*, dan profitabilitas terhadap manajemen laba.

Hasil Analisis Data

Hasil analisis data dalam penelitian ini disusun berdasarkan tahapan yang telah dijelaskan pada metode Pengujian dilakukan dengan bantuan *IBM SPSS* terhadap data final. Tahapan analisis dimulai dari statistik deskriptif, penanganan outlier, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi, uji simultan, uji parsial, dan analisis regresi linear berganda.

Statistik deskriptif digunakan untuk melihat karakteristik awal masing-masing variabel. Setelah itu, uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi syarat dasar sebelum dilakukan pengujian hipotesis. Uji asumsi klasik yang digunakan meliputi uji normalitas dengan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas menggunakan uji *Glejser*, dan uji autokorelasi menggunakan *Durbin-Watson*.

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Model tersebut digunakan karena penelitian bertujuan menguji pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Variabel independen yang diuji adalah Inovasi Hijau, Pengungkapan Emisi Karbon, dan Eko-Efisiensi, sedangkan variabel dependen adalah Nilai Perusahaan.

Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data penelitian. Statistik deskriptif dalam penelitian ini meliputi jumlah data, nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Hasil statistik deskriptif penting untuk mengetahui sebaran data sebelum dilakukan pengujian lebih lanjut.

Variabel yang dianalisis dalam statistik deskriptif terdiri atas Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen, serta Inovasi Hijau, Pengungkapan Emisi Karbon, dan Eko-Efisiensi sebagai variabel independen. Hasil statistik deskriptif disajikan pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y_Nilai Perusahaan	368	0,200	6,118	1,560	1,159
X1_Inovasi Hijau	368	0,000	1,000	0,393	0,330
X2_Emisi Karbon	368	0,000	0,889	0,094	0,243
X3_Eko Efisiensi	368	0,000	3,000	0,527	0,965

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Berdasarkan Tabel 2, variabel Nilai Perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 0,200, nilai maksimum sebesar 6,118, nilai rata-rata sebesar 1,560, dan standar deviasi sebesar 1,159. Nilai rata-rata yang berada di atas satu menunjukkan bahwa secara umum perusahaan dalam sampel memiliki nilai pasar

yang lebih tinggi dibandingkan nilai dasar asetnya. Namun, nilai standar deviasi yang cukup besar mengindikasikan adanya variasi nilai perusahaan antarperusahaan dan antartahun selama periode penelitian.

Variabel Inovasi Hijau memiliki nilai minimum sebesar 0,000 dan nilai maksimum sebesar 1,000. Nilai rata-rata sebesar 0,393 menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan atau penerapan Inovasi Hijau pada perusahaan sektor *Consumer Cyclicals* masih berada pada tingkat sedang cenderung rendah. Standar deviasi sebesar 0,330 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan cukup besar antarperusahaan dalam menyampaikan informasi mengenai produk, proses, teknologi, atau kebijakan yang berorientasi pada *green innovation*.

Variabel Pengungkapan Emisi Karbon memiliki nilai minimum sebesar 0,000 dan nilai maksimum sebesar 0,889. Nilai rata-rata sebesar 0,094 menunjukkan bahwa pengungkapan informasi emisi karbon pada perusahaan sampel masih relatif rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak semua perusahaan menyampaikan informasi *carbon emission disclosure* secara luas dan konsisten. Kondisi ini dapat terjadi karena pengungkapan emisi karbon masih dipengaruhi oleh kesiapan perusahaan, kebijakan internal, serta tingkat tekanan dari *stakeholder* dan regulator.

Variabel Eko-Efisiensi memiliki nilai minimum sebesar 0,000 dan nilai maksimum sebesar 3,000. Nilai rata-rata sebesar 0,527 menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan sampel belum memiliki tingkat eko-efisiensi yang tinggi apabila dilihat dari indikator ISO 14001 dan PROPER. Standar deviasi sebesar 0,965 menunjukkan adanya perbedaan tingkat penerapan *eco-efficiency* antarperusahaan. Sebagian perusahaan telah menunjukkan kepatuhan dan pengelolaan lingkungan yang lebih baik, tetapi sebagian lainnya masih belum menunjukkan informasi atau pencapaian lingkungan yang memadai.

Pengujian Data Outlier

Pengujian data outlier dilakukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam model regresi tidak dipengaruhi oleh nilai ekstrem yang dapat menyebabkan bias pada hasil pengujian. Dalam penelitian kuantitatif, keberadaan outlier perlu diperhatikan karena data yang terlalu ekstrem dapat memengaruhi nilai rata-rata, standar deviasi, serta hasil regresi.

Penanganan outlier dilakukan terhadap observasi dengan nilai Y sebesar 0 dan nilai Y lebih dari 20. Dari 380 observasi awal yang telah memenuhi kriteria sampel, terdapat 12 observasi yang dikeluarkan sehingga jumlah data final yang digunakan dalam analisis adalah 368 observasi.

Berdasarkan hasil penelitian, jumlah observasi akhir yang digunakan dalam pengujian adalah 368 observasi. Penghapusan 12 observasi dilakukan sebagai bagian dari proses pembersihan data agar hasil regresi tidak terlalu dipengaruhi oleh nilai yang tidak merepresentasikan kecenderungan umum data. Dengan demikian, data final yang digunakan dalam uji statistik merupakan data yang telah diseleksi dan dinilai layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Penanganan outlier ini tidak dimaksudkan untuk mengubah substansi data, tetapi dilakukan untuk menjaga kualitas model statistik. Seluruh data yang digunakan setelah penanganan outlier tetap berasal dari sumber sekunder yang sama, yaitu laporan perusahaan dan data pendukung yang relevan. Oleh karena itu, penggunaan data final sebanyak 368 observasi dapat dinyatakan konsisten dengan kebutuhan penelitian dan tahapan analisis pada bagian metode.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi dasar statistik. Model regresi yang baik harus memiliki *residual* yang berdistribusi normal, tidak mengalami multikolinearitas antarvariabel independen, tidak mengalami heteroskedastisitas, dan tidak mengalami autokorelasi. Pemenuhan asumsi klasik diperlukan agar hasil uji t dan uji F dapat diinterpretasikan secara valid (Ghozali, 2021).

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah *residual* dalam model regresi berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas ditampilkan menggunakan tabel *One-Sample Kolmogorov-*

Smirnov Test yang dihasilkan melalui *IBM SPSS*. Penggunaan tabel *Kolmogorov-Smirnov* dipilih agar hasil yang disajikan sesuai dengan output *SPSS* dan kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam pengujian regresi linear berganda.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05, maka *residual* dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih kecil dari 0,05, maka *residual* dinyatakan tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas disajikan pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Keterangan	Nilai
N	368
Test Statistic	0,025
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,973
Kriteria	Sig. > 0,05
Keputusan	Residual berdistribusi normal

Sumber: Output IBM SPSS 27, data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan nilai Test Statistic sebesar 0,025 dan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,973. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa *residual* dalam model regresi berdistribusi normal.

Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas. Dengan terpenuhinya asumsi ini, maka pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F dapat dilanjutkan. Normalitas *residual* juga menunjukkan bahwa penyimpangan antara nilai aktual dan nilai prediksi dalam model tidak membentuk pola distribusi yang ekstrem.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang terlalu kuat antarvariabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami multikolinearitas karena hubungan yang terlalu tinggi antarvariabel independen dapat mengganggu ketepatan estimasi koefisien regresi.

Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor*. Kriteria yang digunakan adalah nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Apabila kedua kriteria tersebut terpenuhi, maka model regresi dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1_Inovasi Hijau	0,612	1,633	Tidak ada multikolinearitas
X2_Pengungkapan Emisi Karbon	0,254	3,933	Tidak ada multikolinearitas
X3_Eko-Efisiensi	0,230	4,345	Tidak ada multikolinearitas

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Berdasarkan Tabel 4.5, seluruh variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Variabel Inovasi Hijau memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,612 dan VIF sebesar 1,633. Variabel Pengungkapan Emisi Karbon memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,254 dan VIF sebesar 3,933. Variabel Eko-Efisiensi memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,230 dan VIF sebesar 4,345.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang terlalu kuat antarvariabel independen dalam model regresi. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini bebas dari gejala multikolinearitas dan dapat digunakan untuk pengujian hipotesis selanjutnya.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians *residual* antarobservasi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas. Apabila gejala heteroskedastisitas terjadi, maka estimasi koefisien regresi tetap dapat tidak bias, tetapi nilai standar error dapat menjadi tidak akurat sehingga memengaruhi hasil uji signifikansi.

Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan uji *Glejser*. Dasar pengambilan keputusan adalah apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Variabel	Sig.	Kriteria	Keputusan
X1	0,514	Sig. > 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X2	0,998	Sig. > 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X3	0,810	Sig. > 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Overall (F-test)	0,788	Sig. > 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Berdasarkan Tabel 6, nilai signifikansi untuk variabel X1 sebesar 0,514, X2 sebesar 0,998, dan X3 sebesar 0,810. Seluruh nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Selain itu, nilai signifikansi overall sebesar 0,788 juga berada di atas 0,05.

Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, varians *residual* dalam model dapat dinyatakan relatif konstan antarobservasi sehingga model regresi layak digunakan dalam pengujian hipotesis.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *residual* pada satu observasi dengan *residual* pada observasi lainnya. Dalam penelitian yang menggunakan data perusahaan-tahun, uji autokorelasi penting dilakukan karena data memiliki dimensi waktu. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami autokorelasi.

Pengujian autokorelasi dilakukan dengan menggunakan nilai *Durbin-Watson*. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, apabila nilai *Durbin-Watson* berada di antara dU dan 4-dU, maka model dinyatakan tidak mengalami autokorelasi.

Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi Durbin-Watson

Model	N	K	dL	dU	Durbin-Watson	Kriteria	Keputusan
Durbin-Watson	368	3	1,716	1,820	1,865	dU < DW < 4-dU	Tidak ada autokorelasi

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Berdasarkan Tabel 7, nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,865. Nilai tersebut lebih besar dari dU sebesar 1,820 dan lebih kecil dari 4-dU sebesar 2,180. Dengan demikian, hasil pengujian menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami autokorelasi.

Terpenuhinya asumsi autokorelasi menunjukkan bahwa *residual* antarobservasi tidak saling berkorelasi secara sistematis. Hal ini memperkuat kelayakan model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini, nilai *Adjusted R Square* digunakan karena model regresi melibatkan lebih dari satu variabel independen.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Keterangan
1	0,310	0,096	0,089	0,704	9,60% variasi Y dijelaskan oleh model

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Berdasarkan Tabel 8, nilai R sebesar 0,310 menunjukkan adanya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam model penelitian. Nilai *R Square* sebesar 0,096 menunjukkan bahwa 9,60% variasi Nilai Perusahaan dapat dijelaskan oleh Inovasi Hijau, Pengungkapan Emisi Karbon, dan Eko-Efisiensi.

Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,089 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen, kemampuan model dalam menjelaskan Nilai Perusahaan adalah sebesar 8,90%. Sisanya sebesar 91,10% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, pertumbuhan penjualan, kebijakan dividen, tata kelola perusahaan, risiko pasar, dan kondisi makroekonomi.

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk melihat apakah Inovasi Hijau, Pengungkapan Emisi Karbon, dan Eko-Efisiensi secara bersama-sama mampu menjelaskan perubahan Nilai Perusahaan.

Tabel 9. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Keputusan
Regression	19,181	3	6,394	12,889	<0,001	Model signifikan
Residual	180,565	364	0,496			
Total	199,747	367				

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Berdasarkan Tabel 9, nilai F sebesar 12,889 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,001. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi signifikan secara simultan.

Hasil ini menunjukkan bahwa Inovasi Hijau, Pengungkapan Emisi Karbon, dan Eko-Efisiensi secara bersama-sama berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Dengan demikian, model penelitian layak digunakan untuk menjelaskan hubungan antara praktik keberlanjutan lingkungan dan Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Cyclical* selama periode penelitian.

Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap Nilai Perusahaan secara parsial. Kriteria pengambilan keputusan adalah apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Selain signifikansi, arah koefisien juga diperhatikan karena hipotesis penelitian disusun dengan arah pengaruh positif.

Tabel 10. Hasil Uji t Parsial

Hipotesis	Variabel	B	t	Sig.	Arah	Keputusan Statistik	Kesimpulan
H1	X1_Inovasi Hijau	0,300	2,346	0,020	Positif	H0 ditolak	H1 diterima
H2	X2_Pengungkapan Emisi Karbon	-0,689	-2,393	0,017	Negatif	H0 ditolak	Berpengaruh signifikan negatif; arah tidak sesuai H2
H3	X3_Eko-Efisiensi	-0,106	-1,492	0,136	Negatif	H0 diterima	H3 ditolak

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Berdasarkan Tabel 10, variabel Inovasi Hijau memiliki nilai koefisien sebesar 0,300 dengan nilai t sebesar 2,346 dan nilai signifikansi sebesar 0,020. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 dan arah koefisien bernilai positif. Dengan demikian, H1 diterima, sehingga Inovasi Hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Variabel Pengungkapan Emisi Karbon memiliki nilai koefisien sebesar -0,689 dengan nilai t sebesar -2,393 dan nilai signifikansi sebesar 0,017. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga secara statistik variabel ini berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Namun, arah pengaruh yang dihasilkan adalah negatif, sedangkan hipotesis awal menyatakan pengaruh positif. Oleh karena itu, hasil ini menunjukkan bahwa Pengungkapan Emisi Karbon berpengaruh signifikan negatif terhadap Nilai Perusahaan, sehingga arah hasil tidak mendukung H2 yang memprediksi pengaruh positif.

Variabel Eko-Efisiensi memiliki nilai koefisien sebesar -0,106 dengan nilai t sebesar -1,492 dan nilai signifikansi sebesar 0,136. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga H3 ditolak. Dengan demikian, Eko-Efisiensi tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Arah koefisien memang negatif, tetapi karena tidak signifikan, arah tersebut tidak dapat dijadikan dasar untuk menyimpulkan adanya pengaruh secara empiris.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat bentuk hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Berdasarkan hasil pengolahan data, persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,190 + 0,300X_1 - 0,689X_2 - 0,106X_3 + e$$

Tabel 11. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Arah Pengaruh	Keputusan
(Constant)	0,190	0,059	-	3,230	0,001	-	-
X1_Inovasi_Hijau	0,300	0,128	0,134	2,346	0,020	Positif	Signifikan
X2_Emisi_Karbon	-0,689	0,288	-0,227	-2,393	0,017	Negatif	Signifikan
X3_Eko_Efisiensi	-0,106	0,071	-0,139	-1,492	0,136	Negatif	Tidak signifikan

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Konstanta sebesar 0,190 menunjukkan bahwa apabila Inovasi Hijau, Pengungkapan Emisi Karbon, dan Eko-Efisiensi bernilai nol, maka Nilai Perusahaan diprediksi sebesar 0,190. Koefisien Inovasi Hijau sebesar 0,300 menunjukkan bahwa peningkatan Inovasi Hijau cenderung meningkatkan Nilai Perusahaan, dengan asumsi variabel lain konstan.

Koefisien Pengungkapan Emisi Karbon sebesar -0,689 menunjukkan bahwa peningkatan Pengungkapan Emisi Karbon cenderung menurunkan Nilai Perusahaan dalam sampel penelitian ini. Sementara itu, koefisien Eko-Efisiensi sebesar -0,106 menunjukkan arah hubungan negatif, namun hasil

tersebut tidak signifikan secara statistik sehingga tidak dapat disimpulkan sebagai pengaruh yang kuat terhadap Nilai Perusahaan.

Hasil regresi ini menegaskan bahwa tidak semua praktik keberlanjutan dipersepsikan sama oleh pasar. Inovasi Hijau dinilai sebagai strategi yang dapat meningkatkan daya saing dan prospek perusahaan, sedangkan Pengungkapan Emisi Karbon dalam konteks penelitian ini justru dapat dipahami sebagai sinyal adanya risiko lingkungan, beban kepatuhan, atau eksposur emisi yang lebih tinggi. Adapun Eko-Efisiensi belum cukup kuat untuk menjadi faktor yang memengaruhi penilaian pasar terhadap perusahaan.

Tabel 12. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan Hipotesis	Koefisien	Sig.	Arah	Hasil
H1	Inovasi Hijau berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan	0,300	0,020	Positif	Diterima
H2	Pengungkapan Emisi Karbon berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan	-0,689	0,017	Negatif	Tidak mendukung arah hipotesis positif
H3	Eko-Efisiensi berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan	-0,106	0,136	Negatif	Ditolak

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 27, 2026

Pembahasan Hasil Penelitian

Pembahasan hasil penelitian dilakukan dengan mengaitkan hasil pengujian statistik dengan teori dan penelitian terdahulu. Teori yang digunakan sebagai dasar utama adalah *stakeholder theory* dan *legitimacy theory*. Kedua teori tersebut menjelaskan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada *stakeholder* lain yang memiliki perhatian terhadap keberlanjutan lingkungan, transparansi informasi, serta pengelolaan dampak operasional perusahaan (Freeman, 1984; Dowling & Pfeffer, 1975).

Pengaruh Inovasi Hijau terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Inovasi Hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, yang dibuktikan oleh nilai koefisien sebesar 0,300 dan nilai signifikansi 0,020 ($< 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan penerapan Inovasi Hijau mampu meningkatkan Nilai Perusahaan, sehingga hipotesis pertama (H1) diterima.

Secara teoritis, Inovasi Hijau mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengembangkan produk, proses, dan teknologi yang ramah lingkungan. Pada sektor *Consumer Cyclicals*, penerapan inovasi hijau dapat meningkatkan daya saing perusahaan karena konsumen dan investor semakin memperhatikan aspek keberlanjutan. Kondisi tersebut mendorong terbentuknya citra perusahaan yang lebih baik serta meningkatkan kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan di masa mendatang.

Temuan ini mendukung *stakeholder theory* yang menyatakan bahwa perusahaan perlu memenuhi harapan para pemangku kepentingan untuk memperoleh dukungan yang berkelanjutan. Inovasi Hijau menjadi bentuk respons perusahaan terhadap tuntutan stakeholder yang semakin peduli terhadap isu lingkungan. Selain itu, temuan ini juga sejalan dengan *legitimacy theory*, yang menjelaskan bahwa penerapan inovasi ramah lingkungan dapat membantu perusahaan memperoleh legitimasi sosial karena aktivitas bisnisnya dianggap sesuai dengan nilai dan norma yang berkembang di masyarakat.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Rismala dan Astuti (2025), Santoso dan Yanti (2024), serta Agustia et al. (2019) yang menemukan bahwa Inovasi Hijau berpengaruh positif terhadap

Nilai Perusahaan. Dengan demikian, Inovasi Hijau dapat dipandang sebagai strategi yang mampu meningkatkan keunggulan kompetitif, memperkuat reputasi perusahaan, serta mendorong peningkatan Nilai Perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Pengungkapan Emisi Karbon berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar -0,689 dengan tingkat signifikansi 0,017 ($< 0,05$). Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa Pengungkapan Emisi Karbon berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan tidak dapat diterima. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan emisi karbon, maka Nilai Perusahaan cenderung mengalami penurunan.

Arah pengaruh negatif tersebut menunjukkan bahwa investor tidak selalu menafsirkan pengungkapan emisi karbon sebagai informasi yang menguntungkan. Pengungkapan yang lebih luas dapat dipersepsikan sebagai indikasi tingginya eksposur emisi, risiko lingkungan, biaya kepatuhan, maupun beban mitigasi yang harus ditanggung perusahaan. Kondisi tersebut dapat meningkatkan persepsi risiko investor sehingga berdampak pada penurunan penilaian terhadap perusahaan.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui *legitimacy theory*, yang menyatakan bahwa pengungkapan emisi karbon merupakan upaya perusahaan untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat dan regulator. Namun, apabila informasi yang diungkapkan lebih banyak menunjukkan risiko dan dampak lingkungan yang tinggi, maka pasar dapat merespons secara negatif. Selain itu, *stakeholder theory* menjelaskan bahwa setiap stakeholder dapat memberikan interpretasi yang berbeda terhadap informasi yang sama. Investor yang berorientasi pada risiko cenderung memandang tingginya pengungkapan emisi karbon sebagai sinyal adanya potensi risiko lingkungan yang lebih besar sehingga dapat menurunkan valuasi perusahaan.

Hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Nurhasanah dan Haq (2024) serta Damas et al. (2021) yang menemukan pengaruh positif pengungkapan emisi karbon terhadap Nilai Perusahaan. Namun, hasil ini memperkuat pandangan bahwa respons pasar terhadap pengungkapan emisi karbon bersifat kontekstual dan dipengaruhi oleh karakteristik industri, kualitas pengungkapan, serta persepsi investor terhadap risiko lingkungan. Pada sektor *Consumer Cyclical*, pengungkapan emisi karbon dapat dipandang sebagai indikasi adanya biaya kepatuhan dan risiko lingkungan yang tinggi, sehingga perusahaan perlu tidak hanya mengungkapkan emisi karbon, tetapi juga menunjukkan strategi pengurangan emisi yang jelas dan meyakinkan agar memperoleh respons positif dari pasar.

Pengaruh Eko-Efisiensi terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Eko-Efisiensi tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar -0,106 dengan tingkat signifikansi 0,136 ($> 0,05$), sehingga hipotesis ketiga (H3) ditolak. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa penerapan Eko-Efisiensi yang diukur melalui sertifikasi ISO 14001 dan peringkat PROPER belum mampu memengaruhi penilaian investor terhadap Nilai Perusahaan pada sektor *Consumer Cyclical*.

Tidak signifikannya pengaruh Eko-Efisiensi menunjukkan bahwa investor belum menjadikan indikator lingkungan tersebut sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan investasi. Pasar cenderung lebih memperhatikan faktor-faktor keuangan seperti profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan prospek pendapatan dibandingkan informasi terkait kepatuhan lingkungan. Akibatnya, keberadaan sertifikasi atau peringkat lingkungan belum secara langsung meningkatkan nilai pasar perusahaan.

Berdasarkan *stakeholder theory*, Eko-Efisiensi merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memenuhi harapan stakeholder terhadap pengelolaan lingkungan yang lebih baik. Namun, apabila manfaat ekonominya tidak terlihat secara nyata atau kurang dikomunikasikan kepada investor, maka pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan menjadi terbatas. Selain itu, *legitimacy theory* menjelaskan bahwa praktik Eko-Efisiensi dapat meningkatkan legitimasi perusahaan melalui kepatuhan terhadap standar lingkungan, tetapi legitimasi tersebut belum tentu diterjemahkan pasar sebagai sumber keunggulan kompetitif yang mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Yuliandhari et al. (2023) dan Damas et al. (2021) yang menemukan bahwa Eko-Efisiensi tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa indikator lingkungan yang bersifat kepatuhan belum tentu memperoleh apresiasi langsung dari pasar. Oleh karena itu, perusahaan perlu menunjukkan bahwa penerapan Eko-Efisiensi tidak hanya memenuhi standar lingkungan, tetapi juga mampu menghasilkan efisiensi biaya, meningkatkan reputasi, dan menciptakan keunggulan bersaing yang berdampak pada peningkatan Nilai Perusahaan.

Pengaruh Inovasi Hijau, Pengungkapan Emisi Karbon, dan Eko-Efisiensi terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji F menunjukkan bahwa Inovasi Hijau, Pengungkapan Emisi Karbon, dan Eko-Efisiensi secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F sebesar 12,889 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,001. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga model regresi dinyatakan signifikan secara simultan.

Temuan ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama praktik keberlanjutan lingkungan memiliki relevansi dalam menjelaskan Nilai Perusahaan. Meskipun tidak semua variabel berpengaruh positif secara parsial, keberadaan ketiga variabel secara simultan tetap memberikan kontribusi terhadap model. Hal ini menunjukkan bahwa pasar tidak menilai praktik keberlanjutan hanya dari satu dimensi, melainkan dari kombinasi antara inovasi, transparansi emisi, dan pengelolaan efisiensi lingkungan.

Dalam perspektif *stakeholder theory*, hasil simultan ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memperhatikan isu lingkungan memiliki peluang lebih besar untuk memenuhi harapan berbagai pihak, seperti investor, regulator, konsumen, dan masyarakat. Sementara itu, dalam perspektif *legitimacy theory*, kombinasi antara Inovasi Hijau, Pengungkapan Emisi Karbon, dan Eko-Efisiensi dapat menjadi sarana perusahaan untuk memperoleh penerimaan sosial dan mempertahankan keberlanjutan operasionalnya.

Namun demikian, rendahnya nilai *R Square* menunjukkan bahwa Nilai Perusahaan masih banyak dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Oleh karena itu, hasil penelitian ini perlu dipahami secara proporsional. Praktik keberlanjutan lingkungan memang berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, tetapi bukan satu-satunya faktor yang menentukan. Faktor keuangan, tata kelola, struktur modal, profitabilitas, pertumbuhan, dan kondisi pasar tetap memiliki peran penting dalam membentuk persepsi investor.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Inovasi Hijau, Pengungkapan Emisi Karbon, dan Eko-Efisiensi terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021-2025. Berdasarkan hasil seleksi sampel, penelitian ini menggunakan 76 perusahaan dengan 368 observasi akhir setelah dilakukan penanganan outlier. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan *IBM SPSS*.

Berdasarkan hasil pengujian, Inovasi Hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan dan mengungkapkan Inovasi Hijau secara lebih baik cenderung memiliki Nilai Perusahaan yang lebih tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa pasar memberikan respons positif terhadap perusahaan yang mampu menunjukkan komitmen terhadap praktik bisnis ramah lingkungan melalui inovasi produk, proses, teknologi, atau sistem manajemen lingkungan.

Pengungkapan Emisi Karbon berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, tetapi arah pengaruhnya negatif. Hasil ini menunjukkan bahwa pengungkapan emisi karbon dalam sampel penelitian ini belum dipersepsikan sebagai sinyal positif oleh pasar. Sebaliknya, pengungkapan tersebut dapat dipandang sebagai indikasi adanya eksposur lingkungan, potensi biaya pengelolaan emisi, atau risiko regulasi yang lebih tinggi. Oleh karena itu, hipotesis yang memprediksi pengaruh positif Pengungkapan Emisi Karbon terhadap Nilai Perusahaan tidak didukung oleh arah hasil penelitian.

Eko-Efisiensi tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa indikator eko-efisiensi yang digunakan dalam penelitian, yaitu ISO 14001 dan PROPER, belum cukup kuat untuk memengaruhi penilaian pasar terhadap perusahaan. Investor kemungkinan belum menjadikan informasi tersebut sebagai faktor utama dalam menilai prospek dan nilai pasar perusahaan sektor *Consumer Cyclical*s.

Secara simultan, Inovasi Hijau, Pengungkapan Emisi Karbon, dan Eko-Efisiensi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa praktik keberlanjutan lingkungan secara bersama-sama tetap memiliki peran dalam menjelaskan Nilai Perusahaan, meskipun kontribusinya masih terbatas. Dengan demikian, penelitian ini memberikan bukti bahwa aspek lingkungan relevan dalam pembentukan nilai perusahaan, tetapi pengaruh masing-masing dimensi dapat berbeda tergantung pada cara pasar menafsirkan informasi tersebut.

DAFTAR REFERENSI

- Agustia, D., Sawarjuwono, T., & Dianawati, W. (2019). The mediating effect of environmental management accounting on green innovation-firm value relationship. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 9(2), 299-306. <https://doi.org/10.32479/ijeep.7438>
- Astuti, I. N., Ridha, A., & Eliana. (2025). Pengaruh pengungkapan emisi karbon dan green investment terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 25(1), 2623-2650. <https://doi.org/10.30596/26498>
- Damas, D., Maghviroh, R. E. L., & Meidiyah, M. (2021). Pengaruh eco-efficiency, green innovation dan carbon emission disclosure terhadap nilai perusahaan dengan kinerja lingkungan sebagai moderasi. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 8(2), 85-108. <https://doi.org/10.25105/jmat.v8i2.9742>
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. *The Pacific Sociological Review*, 18(1), 122-136. <https://doi.org/10.2307/1388226>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.
- Hsiao, C. (2014). *Analysis of panel data* (3rd ed.). Cambridge University Press.
- Kementerian Lingkungan Hidup. (2002). Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor 127 Tahun 2002 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup.
- Kemp, R., & Arundel, A. (1998). Survey indicators for environmental innovation. IDEA Report Series.
- Haq, A. (2026). *Pengaruh investasi hijau, inovasi hijau dan pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan dengan keunggulan bersaing hijau sebagai variabel moderasi* [Tesis magister, Universitas Trisakti]. Repositori Universitas Trisakti. https://repository.trisakti.ac.id/usaktiana/index.php/home/detail/detail_koleksi/0/THE/judul/000000000000000074947/0
- Nuurhasanah, A. P., & Haq, A. (2024). Pengaruh pengungkapan emisi karbon, inovasi hijau, dan investasi hijau terhadap nilai perusahaan. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(5), 2287-2297. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i5.4446>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 46 Tahun 2017 tentang Instrumen Ekonomi Lingkungan Hidup.
-

- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 98 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Nilai Ekonomi Karbon untuk Pencapaian Target Kontribusi yang Ditetapkan Secara Nasional dan Pengendalian Emisi Gas Rumah Kaca dalam Pembangunan Nasional.
- Rismala, S., & Dwi Astuti, C. (2025). Pengaruh keunggulan kompetitif hijau, inovasi hijau, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal MADANI: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, 8(2), 89-99. <https://doi.org/10.33753/madani.v8i2.432>
- Santoso, A. M. M., & Yanti, H. B. (2024). Analisis pengaruh eko efisiensi, inovasi hijau, pengungkapan emisi karbon, dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis (JEBS)*, 4(5), 679-692. <https://doi.org/10.47233/jeps.v4i5.1961>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- World Business Council for Sustainable Development. (2000). *Eco-efficiency: Creating more value with less impact*. WBCSD.
- Yuliandhari, W. S., Saraswati, R. S., & Safari, Z. M. R. (2023). Pengaruh carbon emission disclosure, eco-efficiency dan green innovation terhadap nilai perusahaan. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 7(2), 1526-1539. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1301>
-